

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.01 – МКР. 1872 “С” 2023.10.16. 02 ПЗ

**МАРТИНЮКА ІВАНА ВОЛОДИМИРОВИЧА**

**2023 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

УДК 339.13:633.854.78

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету  
аграрного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

(підпис)

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

В.о. завідувача кафедри  
адміністративного менеджменту та ЗЕД

Олена КОВТУН

(підпис)

(ПІБ)

« » 2023 р. « » 2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «Кон'юнктура світового ринку насіння соняшнику»

Спеціальність

073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

К.е.н., доцент

(науковий ступінь та вчене звання)

Лариса ДІБРОВА

(підпис)

(ПІБ)

Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи

К.е.н., доцент

(науковий ступінь та вчене звання)

Лариса ДІБРОВА

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

Іван МАРТИНЮК

(підпис)

(ПІБ студента)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри  
адміністративного менеджменту та ЗВД

Віталій ЛУЦЯК  
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (ПІП)

«    »      2023 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Мартинюку Івану Володимировичу

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Спеціальність

073 «Менеджмент»  
(код і назва)

Освітня програма

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»  
(назва)

Орієнтація освітньої програми

освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Кон'юнктура світового ринку насіння соняшнику»

затверджена наказом ректора НУБіП України від «16» жовтня 2023 р. №1872 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2023.11.10  
(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони України, постанови Кабінету Міністрів України, статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Міністерства економіки України, Департаменту сільського господарства США, власні спостереження автора

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи формування кон'юнктури ринку товарної продукції
2. Аналіз кон'юнктури вітчизняного та світового ринків насіння соняшнику
3. Перспективи розвитку ринку насіння соняшнику

перелік графічного матеріалу (за потреби)

Дата видачі завдання «12» січня 2023 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

(підпис)

Лариса ДІБРОВА

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

(підпис)

Іван МАРТИНЮК

(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

# НУБІП України

## Структура магістерської кваліфікаційної магістерської роботи.

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «Кон'юнктура світового ринку насіння соняшнику» викладена на 65 сторінках друкованого тексту, включає 10 таблиць і 34 рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Для написання магістерської кваліфікаційної роботи використано 52 літературних джерела.

**Основний зміст кваліфікаційної магістерської роботи.** В першому розділі кваліфікаційної магістерської роботи «Теоретичні основи формування кон'юнктури ринку товарної продукції» досліджено еволюцію розвитку та розглянуто сутність кон'юнктури товарного ринку та визначено методи дослідження кон'юнктури ринку.

У другому розділі «Аналіз кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику» проаналізовано сучасний стан світового та вітчизняного ринків насіння ріпаку та визначено потенційні можливості виробництва насіння соняшнику в Україні.

У третьому розділі «Перспективи розвитку ринку насіння соняшнику» визначені шляхи підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику з використанням інноваційних технологій та обґрунтовані перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків насіння соняшнику.

### Мета і завдання кваліфікаційної магістерської роботи.

**Метою** дослідження є обґрунтування теоретичних а також методичних основ функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику та визначення перспектив її розвитку з використанням економічних прогнозів..

Відповідно до поставленої мети в роботі передбачено вирішення наступних завдань:

- дослідити еволюцію та узагальнити суть та поняття «кон'юнктури» товарного ринку;

**НУБІП України**

- визначити фактори формування кон'юнктури товарного ринку;
- запропонувати методику дослідження кон'юнктури товарного ринку;
- проаналізувати сучасний стан світовий ринок насіння соняшнику;
- оцінити тенденції розвитку вітчизняного ринку насіння соняшнику;

**НУБІП України**

- визначити потенційні можливості виробництва насіння соняшнику
- розглянути перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків насіння соняшнику;
- оцінити ефективність впровадження інноваційних технологій вирощування насіння соняшнику;

**НУБІП України**

- запропонувати шляхи підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику.

**Об'єктом дослідження** є процес функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та практичних аспектів функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику.

**Методи дослідження.** При написанні магістерської кваліфікаційної роботи були використані різні наукові методи. Монографічний метод при вивченні та обробці наукової та економічної літератури. Обраної теми; економічний аналіз – для оцінки сучасного стану кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику; графічний методи – для розробки структурно-логічних схем та побудови рисунків та діаграм; прогнозування – для розробки прогнозів виробництва насіння соняшнику та інші.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у тому, що отримали подальший розвиток пропозиції щодо підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику на основі використання інноваційних технологій.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості підвищення ефективності вітчизняного виробництва насіння на основі впровадження інноваційних технологій.

**Апробація результатів кваліфікаційної магістерської роботи.** Основні

положення та результати, викладені в кваліфікаційній магістерській роботі були оприлюднені на IV Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості». (м. Київ, НУБіП України, 25-26 жовтня 2023 р.).

**Публікації.** Основні положення та результати дослідження були відображені у матеріалах конференції.

1. Зелінський Р. О., Діброва Л. В. Кон'юнктура світового ринку насіння соняшнику. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості»: 25-26 жовтня 2023 р. К: НУБіП України, 2023. С. 43-45.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** РИНОК НАСІННЯ СОНЯШНИКУ, СОНЯШНИКОВА ОЛІЯ, ТОВАРНА КОН'ЮНКТУРА, ЕКОНОМІЧНІ ПРОГНОЗИ, ТРЕНДИ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВСТУП .....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТОВАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	11
1.1. Еволюція, суть та поняття кон'юнктури товарного ринку .....	11
1.2. Фактори формування кон'юнктури товарного ринку .....	15
1.3. Методи дослідження кон'юнктури товарного ринку .....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА СВІТОВОГО РИНКІВ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ .....	26
2.1. Сучасний стан світового ринку насіння соняшнику .....	26
2.2. Оцінка сучасного стану вітчизняного ринку соняшнику .....	32
2.3. Потенційні можливості виробництва насіння соняшнику .....	39
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ .....	44
3.1. Перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків насіння соняшнику .....	44
3.2. Ефективність впровадження інноваційних технологій вирощування насіння соняшнику .....	48
3.3. Шляхи підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику .....	53
ВИСНОВКИ .....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	61

## ВСТУП

# НУБІП України

Актуальність теми. Нині ринок насіння соняшнику займає одну з головних позицій у вітчизняній економіці а також розвитку вітчизняної олійно-жирової галузі,. Це пов'язано з тим, що присутність лібералізації торгівлі призвело до високого рівня ліквідності як на внутрішньому так і на світовому ринках. Таким чином нарощування прибутку лише завдяки вкорошуванню монокультур, до яких належить і соняшник, дозволить в короткий період наростити обсяги їх посівних площ, що дозволить наростити обсяги виробництва.

# НУБІП України

Починаючи з лютого 2022 року наша країна мужньо та відважно протистоїть російській агресії. Однак валютна виручка від експорту саме олійних культур та жирів минулого року (склала 5,43 млрд. дол. США (за 2021 рік цей показник становив 7 млрд. дол. США). Крім того блокування портів саме Чорного та Азовського морів призвело до зупинки експорту вітчизняної соняшникової олії соняшникової та шроту. Теж вітчизняна олійна галузь була вимушена в короткі терміни сформувати нові оптимальні логістичні ланцюги а також мала знайти альтернативні ринки збуту олійних.

# НУБІП України

Теоретичні та загально-методичні проблеми розвитку товарних галузевих ринків розкриті в наукових працях таких вчених як: Оболенцева Л. В. [25], Кваша С. М. [15], Діорова Л. В. [6], Буряк Р. І. [20], Кузьменко С. В. [6], Гербаченко С. А. [5], Карпов В. А. [5], Іванова Л. О. [12], Музика О. М. [12], Кучеренко В. Р. [14], Кропивко М. Ф. [19], Лупенко Ю. О. [23], Осташко Т. О. [28], Шпичак О. О. [33] та інші.

# НУБІП України

Проблеми формування і функціонування олієпродуктового ринку взагалі та ринку насіння соняшнику розкриті в наукових працях таких вчених-науковців як: Варченко О. М. [2], Гарбар В. А. [3], Гнатенко Є. Ю. [4], Домарацький Є. О. [8], Калінчик М. В. [13], Квітка Г. О. [16], Кирпа М. [17], Курач О. В. [21], Лозовський О. М. [22], Онищенко О. В. [27], Петриченко В. Ф. [34], Воронецька І. С. [34], Рудік Н. М. [37], Семенда Д. К. [39], Семенда О. В. [39] та інші.

# НУБІП України

Проте деякі окремі аспекти кон'юнктурних досліджень світового та

вітчизняного ринків насіння соняшнику все ще є дискусійними та потребують відповідно подальшого дослідження. Не до кінця дослідженими залишаються питання щодо оптимізації посівів насіння соняшнику та інших олійних культур на основі використання сучасних інноваційних технологій та з урахуванням обмеженого рівня фінансово-кредитного забезпечення виробників продукції.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних а також методичних основ функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику та визначення перспектив її розвитку з використанням економічних прогнозів.

Для досягнення мети було поставлено наступні завдання:

- дослідити еволюцію та узагальнити суть та поняття «кон'юнктури» товарного ринку;

- визначити фактори формування кон'юнктури товарного ринку;
- запропонувати методик дослідження кон'юнктури товарного ринку;
- проаналізувати сучасний стан світовий ринок насіння соняшнику;
- оцінити тенденції розвитку вітчизняного ринку насіння соняшнику;
- визначити потенційні можливості виробництва насіння соняшнику
- розглянути перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків

насіння соняшнику;

- оцінити ефективність впровадження інноваційних технологій вирощування насіння соняшнику;

- запропонувати шляхи підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику.

Об'єктом дослідження є процес функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів функціонування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику.

Методи дослідження. Для досягнення мети у магістерській кваліфікаційній роботі нами були використані наступні методи дослідження: монографічний метод при вивченні та обробці наукової та економічної літератури з обраної теми; економічний аналіз – для оцінки сучасного стану кон'юнктури світового та вітчизняного ринків насіння соняшнику; графічний методи – для розробки структурно-логічних схем та побудови рисунків та діаграм; прогнозування – для розробки прогнозів виробництва насіння соняшнику та інші.

Джерелами інформації є закони України, постанови Кабінету Міністрів України, статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Міністерства економіки України, власні спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів. Отримали подальший розвиток пропозиції щодо використання інноваційних технологій для вирощування насіння соняшнику.

Апробація результатів магістерської роботи. Результати виконання магістерської кваліфікаційної роботи були заслухані та оприлюднені на IV Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості». (м. Київ, НУБіП України, 25-26 жовтня 2023 р.).

Магістерська кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 52 найменувань. Робота містить 10 таблиць та 34 рисунки. Основний зміст роботи викладений на 64 сторінках комп'ютерного тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ТОВАРИЇ ПРОДУКЦІЇ

### 1.1. Еволюція, суть та поняття кон'юнктури товарного ринку

Кон'юнктура (латинською *Conjunctus* – це зв'язок, поєднання) сукупність взаємопов'язаних обставин, умов, станів, які можуть вплинути на перебіг або результат події чи процесу (наприклад, кон'юнктура ринку, міжнародна кон'юнктура, політична кон'юнктура) [5, с. 61].

Вперше термін «кон'юнктура» був використаний в літературі Ф. Лассалем в середині 19 століття, який описував її як «ланцюг, що зв'язує між собою всі існуючі та невідомі ситуації». Це була перша спроба економістів виявити і пояснити вплив різних факторів на ринки і фірми, що діють на них.

В. Репке, швейцарський економіст, писав, що кон'юнктура – це співвідношення між попитом і пропозицією на ринку, тобто співвідношення, яке не можливо визначити і яке постійно змінюється [6, с. 78]. Звичайно, цього визначення недостатньо для повного розуміння ринкового процесу.

Теорії економічної кон'юнктури також глибоко досліджувалися українськими вченими. Серед них варто відзначити М.І. Туган-Барановського, який ввів загальне поняття економічної кон'юнктури, пояснив її сутність та обґрунтував необхідність її вивчення з метою дослідження динаміки національної економіки в цілому [12].

Послідовником теорії Туган-Барановського був відомий економіст М.Д. Кондратьєв, який представив своє наукове визначення поняття кон'юнктури, розглядаючи динамічні процеси в економіці, які можна поділити на зворотні та незворотні [12].

Зворотний процес він пов'язував з проблемою кон'юнктури і визначав кон'юнктуру так: під економічним зв'язком у кожний момент часу слід розуміти напрям і ступінь зміни всієї сукупності елементів господарського життя порівняно з попереднім моментом часу [5, с. 75]. В. А. Карпов та С. А. Горбаченко вважають визначення поняття «зв'язок» найбільш повним і

актуальним для сьогоднішнього дня. Вчені наводять власне бачення щодо факторів впливу на кон'юнктуру (рис. 1.1).

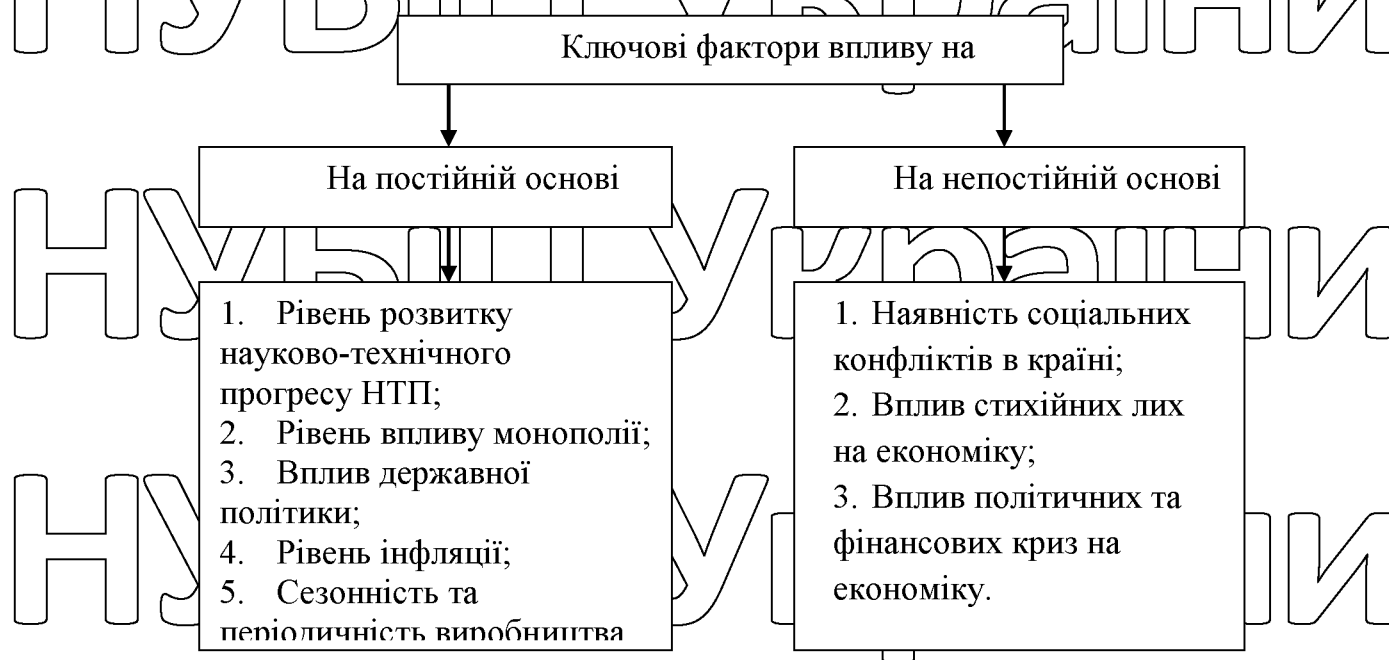


Рис. 1.1. Фактори впливу на кон'юнктуру ринку товарної продукції

Джерело: побудовано автором за матеріалами [5]

Карпов В. А. стверджував, що кон'юнктура ринку в сучасному розумінні це сукупність умов, за яких у даний момент відбувається ринкова діяльність [14, с. 28]. Вона характеризується певним співвідношенням попиту і пропозиції на певний вид товару, а також рівнем і співвідношенням цін.

Кон'юнктура ринку характеризується мінливістю, частими коливаннями, суперечливістю, нерівномірністю і (незважаючи на суперечливість) єдністю протилежностей.

Завданням маркетингових досліджень є визначення ступеня впливів тих чи інших факторів на формування ринкової кон'юнктури в певний момент часу. Це завдання може бути вирішене шляхом проведення маркетингових досліджень з урахуванням нових явищ, що з'являються. Загалом на кон'юнктуру світового ринку впливають близько 300 факторів (рис. 1.2).

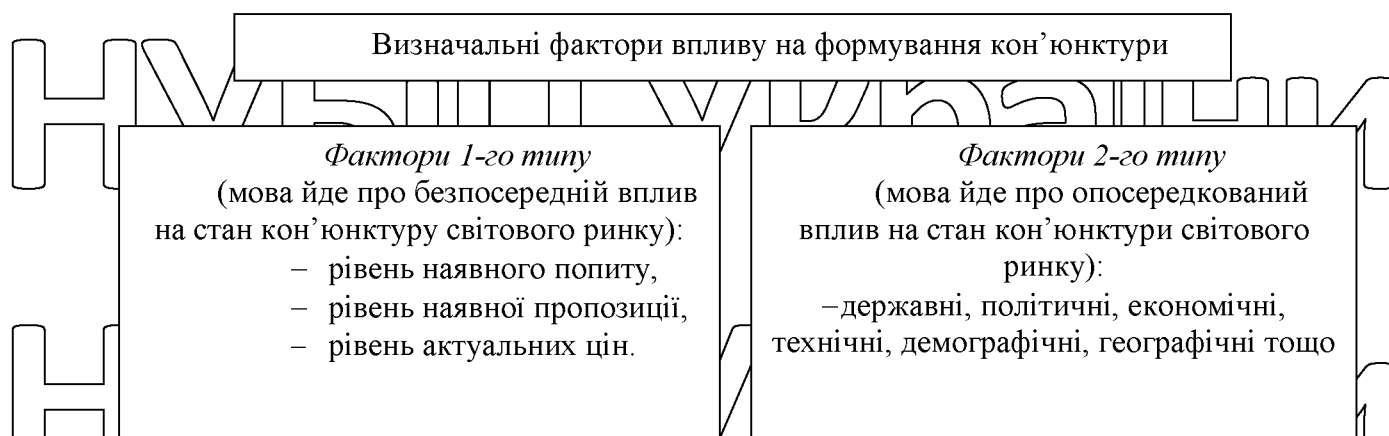


Рис. 1.2. Основні фактори формування кон'юнктури ринку товарної продукції

Джерело: побудовано автором за матеріалами [25]

До факторів другого типу належать політичні, національні, економічні, технологічні, географічні, демографічні, соціальні та психологічні фактори. Для розуміння кон'юнктури ринку недостатньо знати коливання цін, біржових індексів, рух курсів акцій та інших показників. Вивчення кон'юнктури ринку вимагає знань законів економічного розвитку та взаємодії ринків у відтворювальному процесі. У науковій літературі дослідження кон'юнктури розглядається на трьох рівнях: загальноекономічному, галузевому та товарному [5].

Кон'юнктура ринку – це конкретні економічні умови, які існують на ринку в певний момент часу або протягом обмеженого періоду. Кон'юнктура товарного ринку (ринкова кон'юнктура) характеризує умови на світовому ринку в цілому, на ринку окремого товару або на внутрішньому ринку країни. Вони є результатом взаємодії різних (економічних) чинників, які визначають поточну кон'юнктуру на конкретних ринках і зумовлюють напрям, орієнтацію та результати комерційної діяльності на цих ринках. Загальноекономічні та ринкові умови тісно пов'язані між собою. З одного боку, ринкова кон'юнктура залежить від розвитку та стану загальноекономічної ситуації, а з іншого – впливає на її формування [14].

Ціна є основним складовим елементом ринкового механізму. Економіко-статистичні показники цін відповідно до мети кон'юнктурних досліджень показані в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

**Економіко-статистичні показники цін відповідно до мети  
кон'юнктурних досліджень**

Мета та завдання кон'юнктурних досліджень	Економічні показники
1. Оцінка та аналіз абсолютного розміру ціни на продукцію або групу продукції	Щодо рівня цін: 1. Індивідуальний. 2. Узагальнюючий. 3. Середній.
2. Система ціноутворення	Щодо структури цін: 1. Питома вага кожного елемента в кінцевій ціні. 2. Співвідношення структурних елементів роздрібних цін. 3. Питома вага валового доходу в товарообігу. 4. Співвідношення оптових і роздрібних цін.
3. Рівень коливань цін у часі та просторі	Щодо показників варіації: 1. Групування однойменних товарів за рівнем цін. 2. Рівень територіальних коливань цін. 3. Рівень стійкості цін у динаміці. 4. Рівень циклічних і сезонних коливань.
4. Динаміка рівня цін	Щодо індексного методу: 1. Індивідуальні індекси. 2. Групові індекси. 3. Індекси середніх цін. 4. Зведені індекси.

Джерело: узагальнено автором за даними джерел [5, 14, 25]

Ціна є категорією ринку, що виступає з одного боку як індикатор, що відображає кон'юнктуру ринку, а з іншого - як регулятор ринку, за допомогою якого впливають на попит та пропозицію, ємність та структуру ринку, на купівельну спроможність гривні. Таким чином, проведення розумної політики та формування оптимального поєднання монопольних та конкурентних сил, використання економічних важелів антимонопольного регулювання має сприяти створенню дієвої ринково-конкурентної сфери національної економіки.

## 1.2. Фактори формування кон'юнктури товарного ринку

Ринки є найважливішим елементом відтворення суспільного господарства і формуються у тісній взаємодії з усіма факторами виробництва, споживання та розподілу. Ринки є сферою обміну товарів і грошей, розвитку трансакційної функції між продавцями і покупцями.

Аграрні ринки є невід'ємною частиною єдиного ринкового простору. Тому його функціонування базується на загальних принципах ринкової економіки, таких як орієнтація на споживача, рівень конкурентних відносин, свобода товаровиробників, свобода вибору та пріоритет приватних інтересів. Водночас, економіка аграрного ринку є окремою галуззю дослідження, оскільки на цьому ринку загальні принципи проявляються по-особливому. Це пояснюється специфікою сільського господарства, які можна розділити на дві групи:

- перший фактор обумовлений тісним взаємозв'язком між сільськогосподарськими технологіями та природними умовами (клімат, погода, фізіологія рослин і тварин),

- другий фактор визначається перерозподілом економічних і соціально-демократичних процесів в аграрних спільнотах [14, с. 41].

Формування кон'юнктури на світових товарних ринках, в основі якої лежить циклічний розвиток світової економіки, відображає природу ринкової економіки. Дослідженням великих ділових циклів займався відомий економіст Карпов В. А. [14]. Він підкреслював роль сукупності кон'юктуро утворюючих факторів, які впливають на економічну кон'юнктуру, проявляються у взаємозв'язку коротко-, середньо- та довгострокових тенденцій розвитку і формують ринкове середовище.

Умови формування кон'юнктури – це зовнішнє середовище відносно кон'юктуро утворюючих факторів, що здатне впливати рівень кон'юнктури.

Умови формування можна поділити на три групи: соціально-політичні, економічні та міжнародні (табл. 1.3).

У теорії та практиці маркетингових досліджень використовується декілька критеріїв для класифікації чинників, що формують ринок:

- критерії екзогенної або ендегенної природи;
- критерії природи походження;
- критерії регулярності дії;
- критерії часу дії.

Таблиця 1.3

### Умови та особливості формування кон'юнктури ринку

Умови формування кон'юнктури		
Економічні умови	Соціально-політичні умови	Міжнародні умови
Тенденції розвитку виробничих сил	Суспільно-економічні відносини	Стан міжнародної економіки та МЕВ
Розвиток наукового прогресу	Особливості політичної системи	Розвиток системи світового господарства
Система регулювання	Рівень якості життя населення	Міжнародний поділ праці та його кооперація
Система ресурсного забезпечення	Національні та культурні традиції та релігійні культури	Зовнішня економічна стратегія країн
Валютні та фінансові умови	Рівень соціальної активності населення	Участь країн в міжнародному поділі праці а також експортна спеціалізація
Склад та структура економіки		Економічна інтеграція країни

Джерело: сформовано за даними [14, 25]

За часовими критеріями кон'юнктуроутворюючі фактори можна розділити наступним чином:

- довгострокові – понад 11 років
- середньострокові або циклічні – більше 1,5 років але менше 11 років;
- короткострокові (діють до 1,5 років).

Прогнози довгострокових факторів є важливими для аналізу та прогнозування змін загальноекономічних умов. До таких факторів належать соціальний прогрес людства, зростання чисельності населення, вичерпання певних мінеральних ресурсів, зміни в навколишньому середовищі, концентрація

та розподіл капіталу тощо. Макроекономічні циклічні фактори вважаються факторами, які формують основу для формування ринку в середньостроковій перспективі іншими словами. До найважливіших з них належать співвідношення між сукупним попитом і сукупною пропозицією, споживчий попит, реальні доходи домогосподарств, інвестиції та інвестиційний попит, державні видатки та інфляція.

Основні короткострокові фактори характеризуються екстремальними погодними умовами, сезонністю, спекулятивними операціями на ринку, політичними кризами, масовими заворушеннями, короткостроковими макроекономічними факторами та бюджетною політикою [20, с. 46].

За критерієм регулярності поведінки кон'юнктуро утворюючі фактори можна поділити на такі категорії:

- нерегулярні фактори (погодні зміни, стихійні лиха, соціальні заворушення);
- регулярно-дочі фактори (сезонність, економічні цикли, політичні цикли, бюджетна політика тощо).

Розглядаючи останній критерій класифікації кон'юнктуро утворюючих факторів, слід зазначити, що фактор є ендогенним кон'юнктуро утворюючим фактором, якщо він має внутрішнє джерело, та екзогенним кон'юнктуро утворюючим фактором, якщо він має зовнішнє джерело.

З огляду на напрям дії кон'юнктуро утворюючих факторів, всі фактори можна поділити на такі групи:

- сприятливі фактори, що стимулюють розвиток ринку;
- несприятливі фактори, що стримують розвиток ринку;
- нейтральні фактори.

Вивчаючи ціни як інструмент управління ринком, статистика характеризує ймовірність і ступінь впливу цін на виробництво, попит і пропозицію, виявляє закономірності ціноутворення, характеризує поведінку споживачів, встановлює вплив цін на рівень життя та прогнозує динаміку цін. Узагальнений рівень цін-

це вартість споживчого кошика, що розраховується як співвідношення індивідуальних цін, середніх цін та узагальнених цін.

Показники попиту, що відображають динаміку споживання споживчих товарів на внутрішньому ринку, включають дані про оптовий та роздрібний товарообіг, рух товарних запасів та обсяги внутрішніх перевезень. Попит на зовнішніх ринках характеризується такими показниками, як валовий імпорт, валовий експорт та чистий імпорт. Зростання цих показників зазвичай свідчить про збільшення попиту на товари, а зменшення – про його зменшення [18].

Ринкові механізми формують ринкову кон'юнктуру. Важливим індикатором ринкової кон'юнктури є постійно змінювана пропорційність співвідношення попиту та пропозиції. У процесі дослідження ринку визначають напрямок і силу впливу кон'юктуро утворюючих факторів на ринкову продукцію шляхом вивчення динаміки ринкових індикаторів. Система кон'юктурних індикаторів є тим показником, який найбільш точно і швидко відображає напрямок і темпи розвитку відтворювального процесу і найменше піддається впливу випадковостей [43].

Таким чином, кон'юктурний аналіз вирішує чотири концептуальні завдання:

- аналіз динамічних закономірностей і тенденцій;
- аналіз пропорційності розвитку, коливань і стабільності ринку;
- аналіз циклічності ринку та виокремлення циклів.

Отже, кон'юктурний аналіз – це комплексна оцінка ринкових показників у певний момент часу або протягом певного періоду [1].

Система ринкових індикаторів повинна відбирати дані, які найбільш точно і швидко відображають основні зміни, напрямок та темпи розвитку відтворювального процесу, що піддаються впливу випадковостей.

Залежно від характеру зв'язку розрізняють прямі та непрямі фактори. До прямих факторів в ринкових умовах відносять зміни у виробництві, попиті та цінах. Непрямі фактори – це ті, що безпосередньо не впливають на розвиток економічної кон'юнктури, наприклад, коливання валютного курсу, зайнятість тощо.

Вчений Оболенцева Л. В. перераховує економічні, політичні, соціальні, технологічні, природні та біологічні фактори, що впливають на ринкове середовище [25, с. 46-47]. Він поділяє їх на циклічні (масштаби оновлення основного капіталу, попит на споживчі товари, стан валютної зони) та не

циклічні (науково-технічний прогрес, процеси концентрації та централізації капіталу і виробництва, мілітаризація економіки тощо). Залежно від характеру впливу на ринок не циклічні чинники автори поділяють на постійні (державне регулювання економіки, НТП, інфляція, вплив монополій) та непостійні

(сезонність виробництва та споживання, соціальні конфлікти, політичні кризи, стихійні лиха). Ще однією особливою групою ринкових чинників є ті, які можна класифікувати за характером дії на об'єктивні (пов'язані з економічними умовами) та суб'єктивні (спричинені діями окремих суб'єктів, як правило, монополій). Роль факторів нерівнозначна і не всі фактори мають однаковий

вплив на формування кон'юнктури та динаміки товарних ринків. Існують також супутні фактори, які лише випадково впливають на кон'юнктуру, а також і конкретні умови, які мають значний вплив на кон'юнктуру [25, с. 47].

Індикатори, що використовуються для вивчення економічного середовища, можна розділити на макроекономічні та мікроекономічні. До перших належать показники, що характеризують загальноекономічну кон'юнктуру, а до других – кон'юнктуру товарних ринків. Таким чином, в теорії та практиці ринкової кон'юнктури існує багато підходів до принципів класифікації ринкових чинників.

### 1.3. Методика дослідження кон'юнктури товарного ринку

Методи вивчення ситуації на будь-якому товарному ринку, в економіці чи галузі розробляються на основі показників, які допомагають визначити напрямок майбутнього розвитку виробництва, торгівлі та фінансів. Ці дослідження оцінюють співвідношення попиту та пропозиції протягом необхідного періоду, досліджують коливання цін, обсяги продажу та запасів товарів і послуг, а також оцінюють стійкість розвитку ринку [5].

Успіх дослідження ринку залежить від того, на скільки швидко можна отримати об'єктивну і повну інформацію про причини, характер і ступінь відхилень у співвідношенні попиту і пропозиції на різних ринках.

При дослідженні ринкової кон'юнктури систематично спостерігають за всіма економічними показниками, зміни яких свідчать про зміни у співвідношенні попиту та пропозиції, а також аналізують причини цих змін.

Після обробки інформації створюється аналітичний документ, який називається оглядом ринку. Загальною метою маркетингових досліджень є визначення умов, за яких суспільний попит на певні види товарів може бути найбільш забезпечений, а також створення передумов для ефективного збуту виробленої

продукції. Тому основним завданням маркетингових досліджень є аналіз поточного співвідношення попиту та пропозиції, тобто кон'юнктури ринку [14].

Це виявлення закономірностей формування ринкової кон'юнктури та напрямів її зміни, а також встановлення характеру ринкового механізму та майбутнього співвідношення попиту та пропозиції. Загальна класифікація методів дослідження та прогнозування економічної кон'юнктури представлена на рисунку 1.3.



Рис. 1.3. Загальна класифікація методів дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури

Джерело: побудовано за даними [5, с. 54]

Розрахунково-конструктивний метод використовується для демонстрації перспектив розвитку сільського господарства. Основними складовими цього методу є: вивчення об'єктивної дійсності, а також новітніх даних передового досвіду аграрної науки з виявленням динаміки, встановлених закономірностей; новітніх результатів науково-технічного прогресу з урахуванням економічної, теоретичної, технічної, та організаційної оцінки варіантів вирішення нагальних проблем; розробка найбільш доцільних варіантів вирішення економічних проблем з урахуванням новітніх результатів науково-технічного прогресу; розробка конкретних методів щодо реалізації розроблених заходів [12, с. 45].

Балансовий метод використовується при проектуванні структурної цілісності та збалансованого розвитку агропромислового комплексу. Метод спрямований на вивчення залежностей, взаємозв'язків і взаємозалежностей розвитку сільського господарства, визначення провідних ланок розвитку

аграрного сектора економіки: виявлення диспропорцій у практиці управління та планування розвитку сільськогосподарського виробництва, складання балансу за допомогою балансових розрахунків [12, с. 135].

Комп'ютерні економіко-математичні методи гарантують якісне дослідження економічних явищ, зокрема визначення оптимального шляху розвитку галузей. Кореляційний аналіз допомагає виявити кількісні

взаємозв'язки між низкою факторів і результатами виробництва. Методи лінійного програмування використовуються для визначення, зокрема, оптимального рівня та структури тваринництва, раціональної структури

тваринництва за певних умов, ефективності розміщення виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції, оптимального рівня концентрації виробництва тощо.

Картографічні методи використовуються для вивчення закономірностей і особливостей регіональної організації сільськогосподарського виробництва, його окремих галузей, розміщення сільськогосподарських культур і продуктивного тваринництва, а також для розробки рекомендацій щодо вдосконалення спеціалізації за зонами, в їх межах та за регіонами і їх межах [25, с. 109].

Для дослідження економічної ефективності розроблених шкал економічного районування використано експериментальні методи. Експериментальна перевірка результатів гарантує високу ефективність

економічних досліджень, оскільки дає змогу обрати найефективніші заходи, спрямовані на розвиток сільського господарства. Експериментальні методи

найчастіше використовуються для оцінки різних агротехнічних і зоотехнічних заходів, форм оплати праці, організації господарювання тощо. Основними елементами експериментального методу є організація дослідів відповідно до

поставлених завдань, кількісна і якісна оцінка отриманих результатів, їх математична і статистична обробка, експериментальна перевірка і висновки щодо їх впровадження в практику застосування людської праці.

Тому лише комплекс методів може гарантувати достовірність

економічного дослідження, його високу якість і практичну значення [25, с. 75].

Воно дозволяє виявити закономірності формування ринкової кон'юнктури та напрямки її зміни, встановити характер ринкового механізму та майбутнє співвідношення попиту і пропозиції.

Цілі маркетингових досліджень різноманітні. По-перше, це пошук потенційних покупців, вивчення їхніх потреб, які існують та майбутнього попиту на товар і вибір цільового ринку, тобто ринку, на якому компанія може реалізувати свої цілі. Після того, як ринок обрано, необхідно постійно відстежувати його стан, щоб вчасно реагувати на зміни, що відбуваються.

Маркетингові дослідження також необхідні для прогнозування довгострокових тенденцій розвитку ринку. На основі цих прогнозів потрібно ставити цілі, розробляти стратегії та планувати діяльність компанії. Маркетингові дослідження особливо важливі, коли компанії хочуть почати розробляти, виробляти і виводити на ринок нові продукти. Ефективність та результативність маркетингових досліджень залежить від дотримання низки вимог [25, с. 74].

Методологія статистичного дослідження економічної кон'юнктури – це сукупність дій та низка специфічних методів дослідження, які дають змогу проаналізувати поточний стан ринку та спрогнозувати найближчі перспективи його розвитку.

Всі показники стану товарного ринку, економіки та промисловості можна розділити на чотири групи:

1. показники матеріального виробництва, що характеризують пропозицію товарів;
2. ціна як найбільш інтенсивний показник;
3. показники валютно-фінансової кон'юнктури, що характеризують як попит, так і пропозицію;
4. показники попиту на товари.

Місткість ринку – це кількість товару, на який існує попит, та який може бути проданий за певним рівнем цін протягом певного періоду (зазвичай одного року) (формула 1.1) [25]:

$$E_p = T + Z + I + I_n - E - E_n, \quad (1.1)$$

де  $T$  – національне виробництво даного товару;  $Z$  – залишок товарних запасів на складах підприємств-вироблювачів у даній країні;  $I$  – імпорт;  $I_n$  – непрямий імпорт;  $E$  – експорт;  $E_n$  – непрямий експорт.

Тут непрямий імпорт (експорт) являє собою поставки товару, який використовується в більш складних výroбах у вигляді комплектуючих вузлів, матеріалів, деталей. При оцінці місткості ринку електродвигунів потрібно врахувати електродвигуни, які встановлені у верстатах, машинах і встаткуванні, ввезених або вивезених з країни. Однак перелік непрямого імпорту та експорту, а також рух товарних запасів найчастіше виявляється важко врахувати. Тому на практиці передік місткості ринку проводять простіше за формулою 1.2:

$$E_p = T + I + E \quad (1.2)$$

Порівняння місткості за ряд років дозволяє судити, як змінюється ситуація на ринку.

Частка ринку ( $Ч_p$ ) являє собою частку продажів фірми на ринку й розраховується за наступною формулою 1.3:

$$Ч_p = P / E_p \times 100\% \quad (1.3)$$

де  $P$  – обсяг реалізації товарів фірми.

Зниження частки ринку – це показник неблагополучного стану положення фірми, що є приводом для проведення ретельного аналізу цього стану.

Насиченість ринку ( $H_p$ ) – показник, який визначається відношенням кількості споживачів, що вже придбали товар ( $C_m$ ), до загальної кількості споживачів ( $C$ ) (формула 1.4):

$$H_p = C_m / C \times 100\% \quad (1.4)$$

Джерела ринкової інформації включають статистику домогосподарств, торговельну статистику, просторову інформацію, інтернет та комп'ютерні бази даних. Статистика торгівлі надає дані про обсяги, товарообіг, динаміку, структуру, попит і пропозицію, запаси, ціни, прибутки та рентабельність.

Загальноекономічні рухи та рухи на товарних ринках базуються на циклічних закономірностях економічного розвитку. Для розуміння процесів, що відбуваються на товарних ринках, недостатньо фіксувати зміни цін, рух запасів та інші показники. Науковий аналіз ринкової кон'юнктури вимагає знання циклічних закономірностей економічного розвитку, включаючи характеристики кожної стадії циклу та умови переходу від однієї стадії до іншої.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА СВІТОВОГО РИНКІВ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

### 2.1. Сучасний стан світового ринку насіння соняшнику

Соняшник є основною олійною культурою, що постачає сировину для олійної промисловості. Насіння соняшнику містить в середньому від 9 до 57% олії. Рослинна олія має велике народногосподарське значення. У природі її споживають як цінний продукт харчування. Вона має високі смакові якості, значно вищу засвоюваність і калорійність, ніж інші жири. Соняшникова олія використовується безпосередньо у виробництві маргарину, консервів та кондитерських виробів. Нижчі сорти олії широко використовуються в текстильній, лакофарбовій, парфумерній та інших галузях промисловості. Її використовують у виробництві фарб, оліфи, мила, фармацевтичних препаратів, стеарину, лінолеуму тощо [18, с. 72].

При переробці насіння соняшника на олію побічним продуктом є макуха, яка містить 33-36% білка, 5-7% жиру та багато мінеральних солей і вітамінів.

Кошки соняшнику становлять 56-60% врожаю насіння і після обмолоту згодуються великій рогатій худобі та вівцям. За поживною цінністю його можна порівняти з сіном. З оболонки насіння соняшнику, яка становить 16-22% ваги насіння, виробляють стилоний спирт, кормові дріжджі та фуруфурол, який використовується для виробництва пластмас і штучних волокон.

Як видно з даних табл. 2.1 світове споживання насіння соняшнику у 2022/23 МР складало в \$3,8 млн. т. Обсяг експорту насіння соняшнику за 2022/23 МР становив 5,7 млн. т.

Таблиця 2.1

## Оцінка балансу насіння соняшнику в світі, млн. т

Показник	Маркетинговий рік			2022/23 МР у % до 2020/21 МР
	2020/21	2021/22	2022/23	
Виробництво	49,2	57,3	50,4	102,6
Імпорт	2,7	3,8	5,4	197,8
Експорт	2,9	3,9	5,7	195,3
Внутрішнє споживання	49,5	51,8	53,8	108,8
Кінцеві запаси	2,6	8,0	4,3	164,8

Джерело: розраховано автором за даними джерел [52, 53]

За оцінками експертів найбільшими виробниками насіння соняшнику в світі традиційно є Україна, РФ, країни ЄС, Аргентина та Туреччина (рис. 2.1).

млн. т

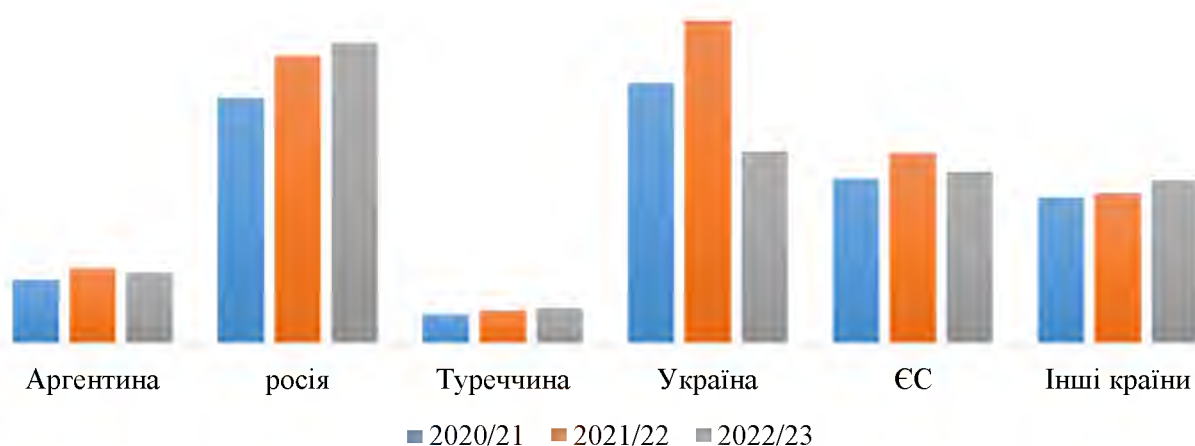


Рис. 2.1. Основні виробники насіння соняшнику в світі, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерел [52, 53]

Як видно з даних рис. 2.2 найбільшими експортерами насіння соняшнику є Україна, країни Європейського Союзу, Аргентина та Туреччина. Так у 2022/23 МР Україна експортувала понад 2 млн. т насіння соняшнику, ЄС 600 тис. т, Аргентина 150 тис. т, Туреччина 125 тис. т.

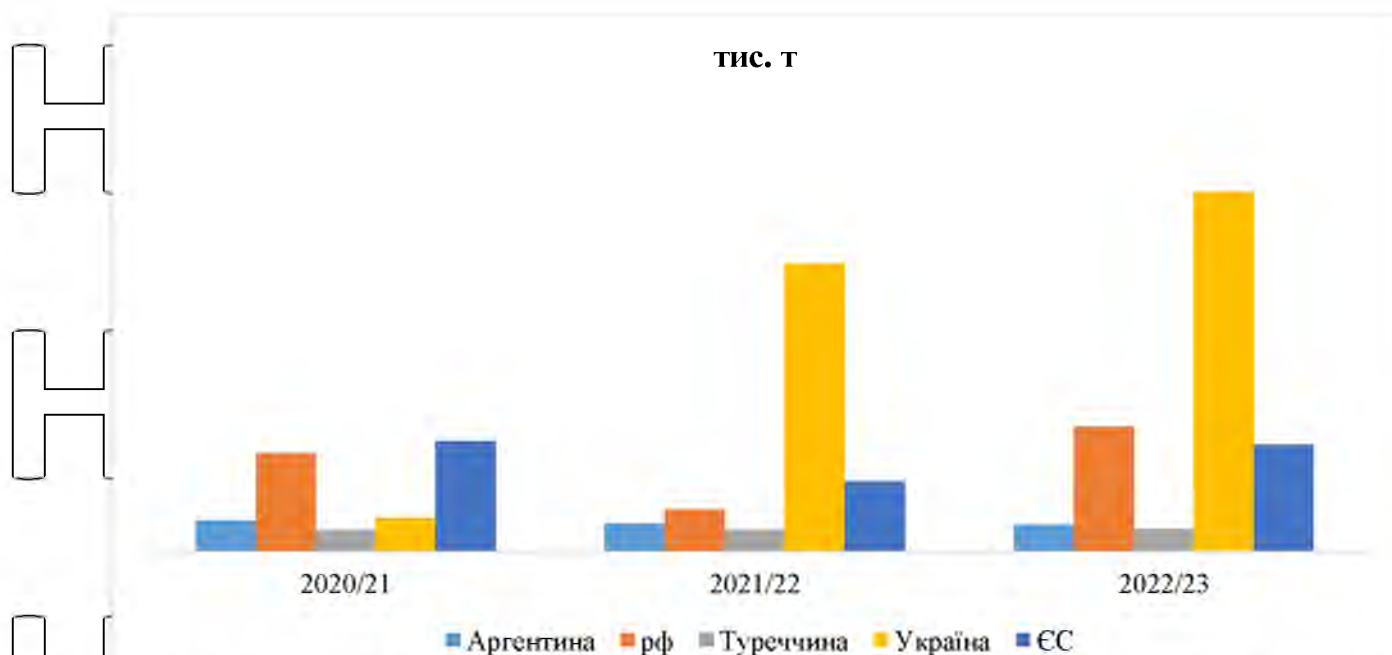


Рис. 2.2. Найбільші експортери насіння соняшнику в світі, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерел [52, 53]

Найбільшим серед світових імпортерів насіння соняшнику минулого маркетингового року були країни ЄС частка яких становила 37% (рис. 2.3).

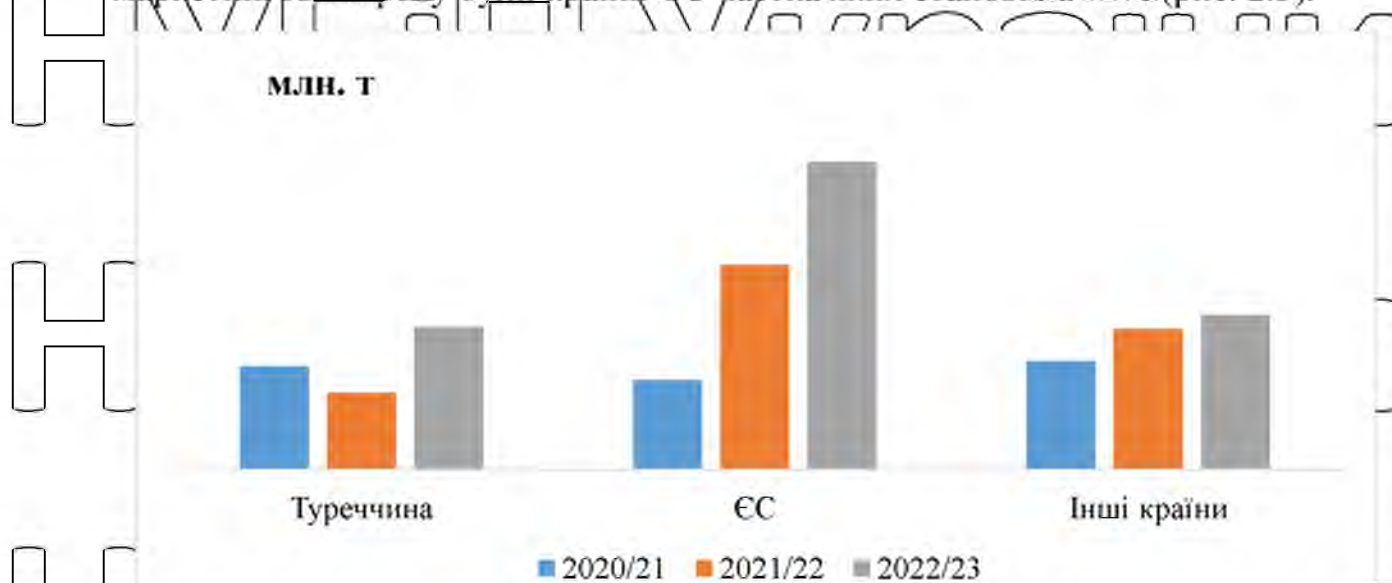


Рис. 2.3. Головні світові імпортери насіння соняшнику, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерел [52, 53]

Відомо, що саме соняшникова олія є четвертою за обсягами виробництва в світі серед рослинних олій. Частка соняшникової олії в світі становить 9% (рис. 2.4).

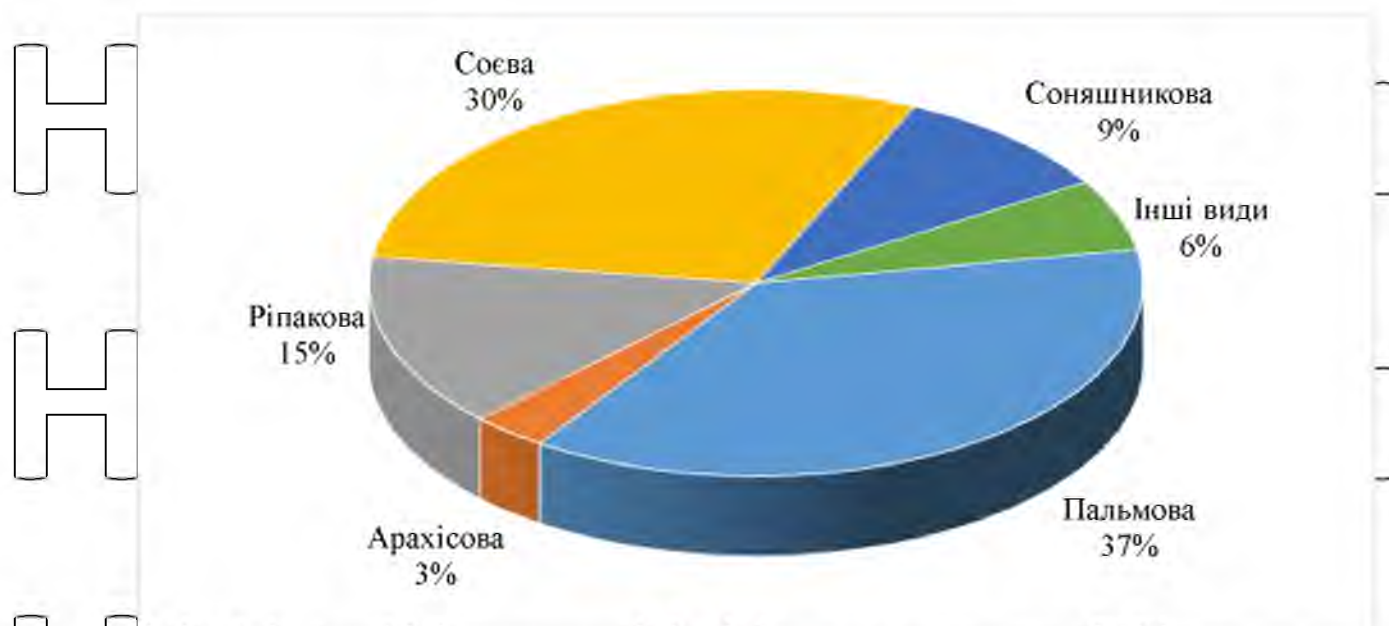


Рис. 2.4. Структура світового виробництва рослинних олій за видами, 2022/23 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерел [52, 53]

У 2022/23 МР загальна кількість світового виробництва соняшникової олії досягла 20,6 млн. т порівняно з 19,8 млн. т 2021/22 МР (рис. 2.5)

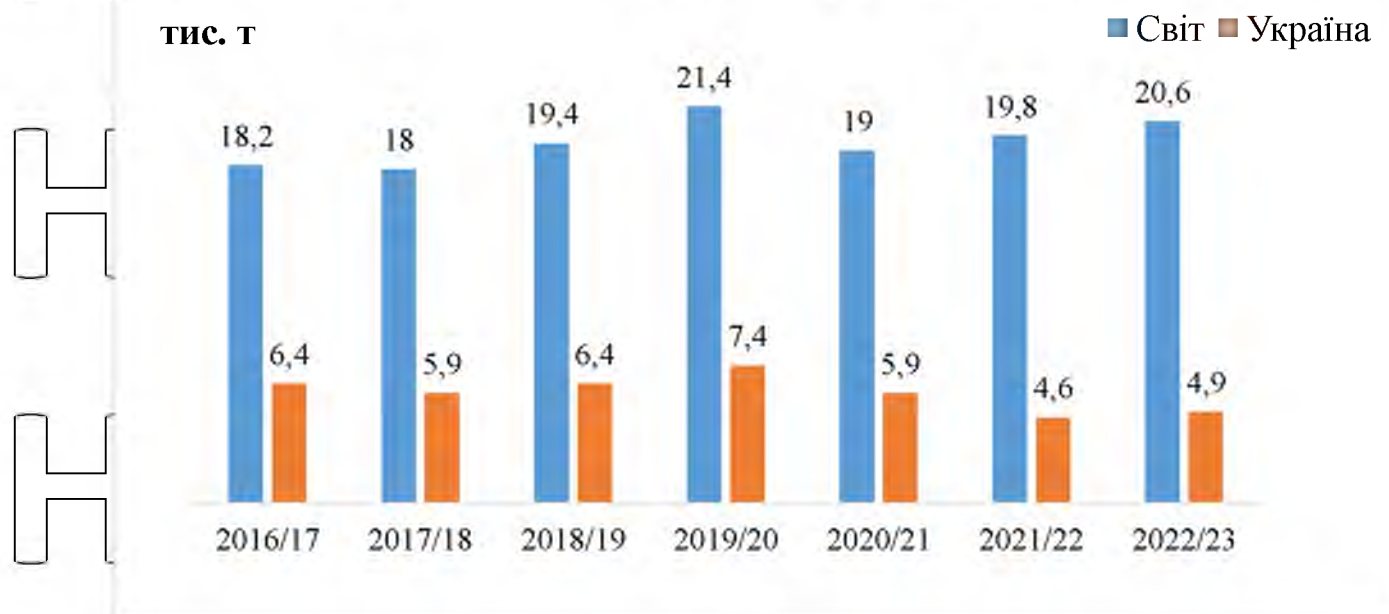


Рис. 2.5. Обсяги світового виробництва соняшникової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерел [52, 53]

В табл. 2.2 наведено дані щодо світового балансу соняшникової олії.

Таблиця 2.2

### Баланс соняшникової олії в світі, млн. тон

Показник	Маркетинговий рік			2022/2023 у % до 2020/21
	2020/21	2021/22	2022/23	
Виробництво	19,0	19,9	20,6	108,2
Експорт	11,3	11,0	11,7	103,3
Імпорт	9,7	9,7	10,1	104,1
Споживання	18,3	17,9	18,9	103,1
Кінцеві запаси	1,9	2,5	2,4	129,0

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

Останні роки найбільшими світовими виробниками соняшникової олії є такі країни як рф, Україна, ЄС, Аргентина (див. рис. 2.6).

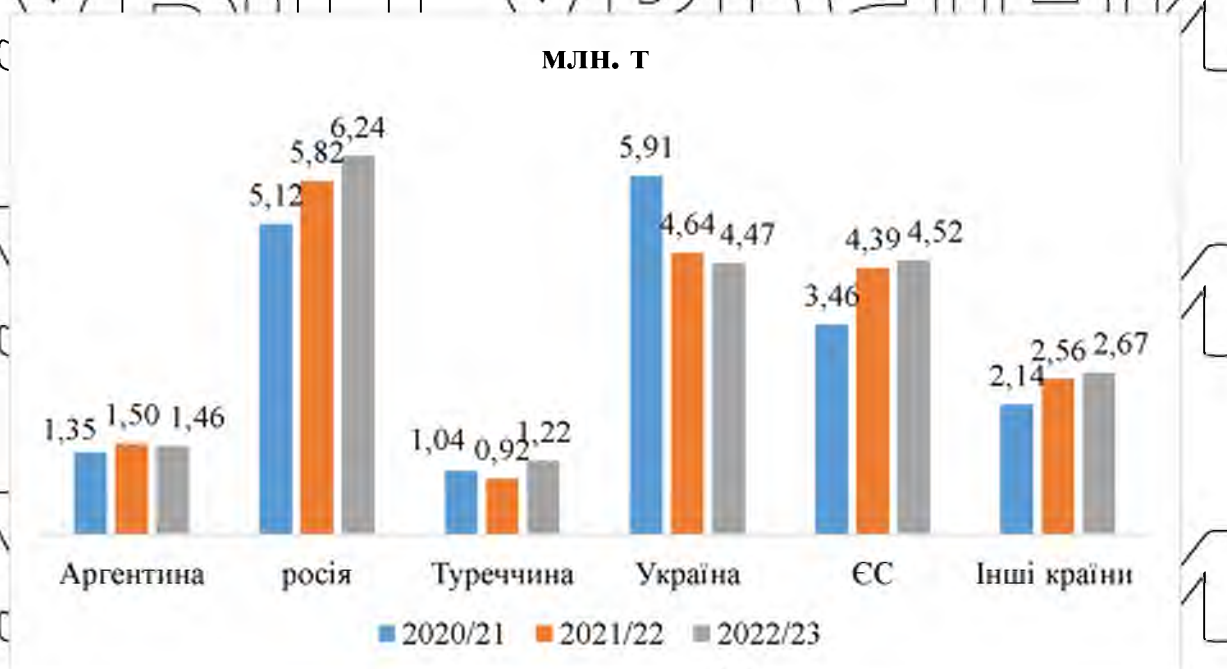


Рис. 2.6. Найбільші світові країни виробники соняшникової олії

Джерело: побудовано автором за даними джерела [52]

Розглянемо цінову ситуацію на ринку соняшникової олії. Дані рис. 2.2 свідчать про те, що світова ціна соняшникової олії за січень-квітень 2023 року дещо знизилась. Так станом на 19 квітня 2023 року досягла 1029 доларів США за 1 тону (рис. 2.7).

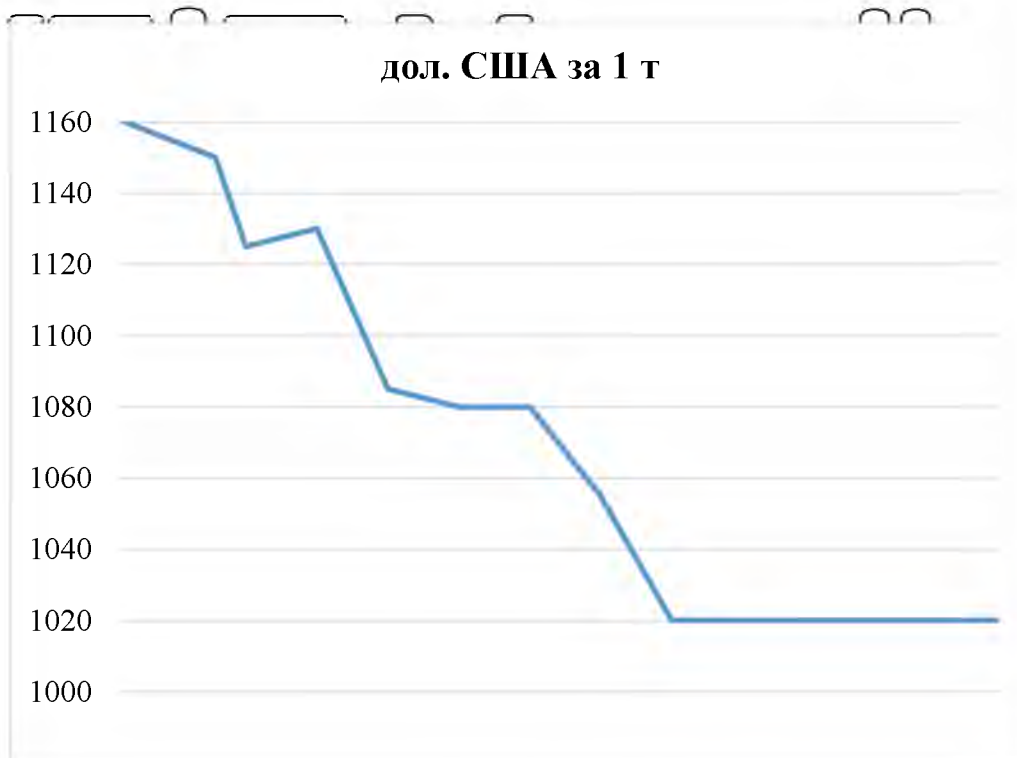


Рис. 2.7. Світові ціни на соняшкову олію, доларів США за 1 т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

В цілому ж аналізуючи світові ціни на соняшкову олію, відзначимо, що вони можуть змінюватися відповідно й до інших загальних світових тенденцій на сировинні товари, такі як соя, зернові та пальмова олія. Відзначимо, що ціни певним чином зросли протягом 2020 року а також та першої половини 2021 року. Потому спостерігались незначні корегування та швидкі зміни на початку 2022 року, що пов'язано з повномасштабним вторгненням в Україну.

## 2.2. Оцінка сучасного стану вітчизняного ринку соняшнику

Відомо, що Україна в 2022 році експортувала майже 100 млн. т товарів, що в грошовому еквіваленті дорівнює 44,1 млрд. доларів США (рис. 2.8).

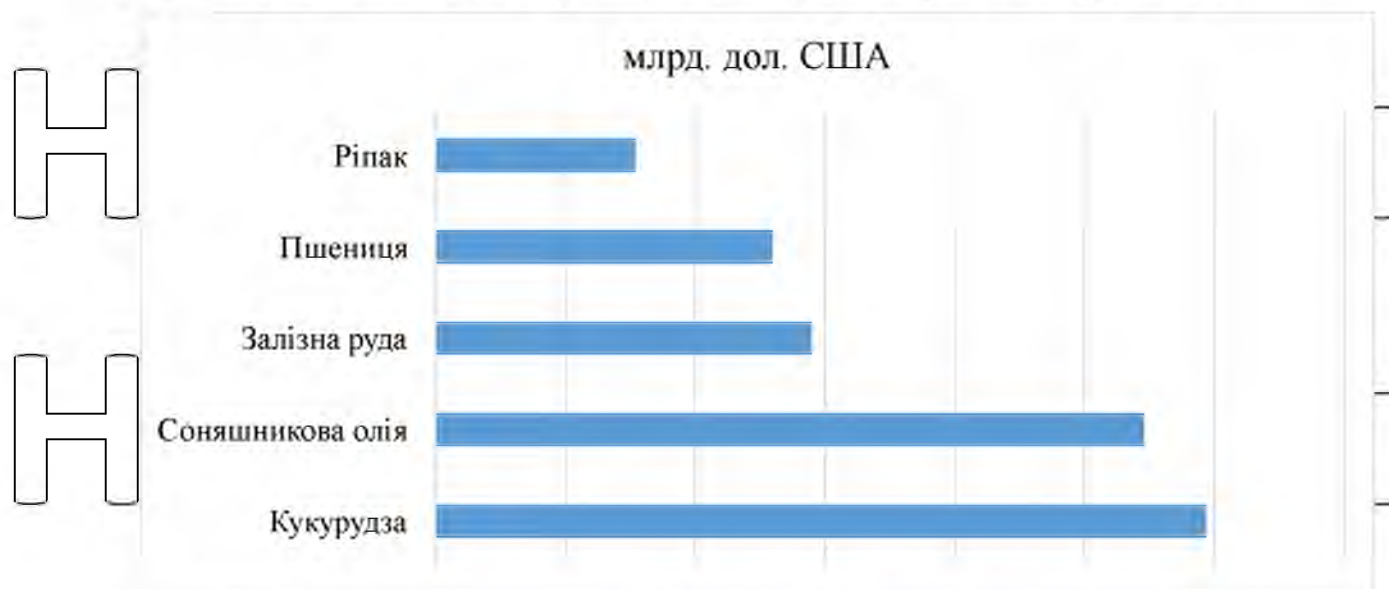


Рис. 2.8. Експорт товарів з України за 2022 р.

Джерело: побудовано автором за даними джерела [31]

Дані рис. 2.8 свідчать про те, що найбільше коштів від експорту отримали від реалізації кукурудзи в 25 млн. т або вартістю 5,94 млрд. доларів США. Друге місце зайняла соняшникова олія, експорт якої приніс 5,46 млрд. доларів США. Відзначимо, що насіння соняшнику потрапило в десятку експорту за 2022 рік. Кількість експорту насіння соняшнику склала рекордних 2,7 млн. т, що у вартісному вигляді 1,3 млрд. доларів США, що в 33 рази більше порівняно з минулим роком.

Незважаючи на повномасштабне російське вторгнення Україна все рівно є одним із найбільших світових експортерів соняшникової олії. На рис. 2.9 наведені дані щодо посівних площ та виробництва насіння соняшнику в Україні.

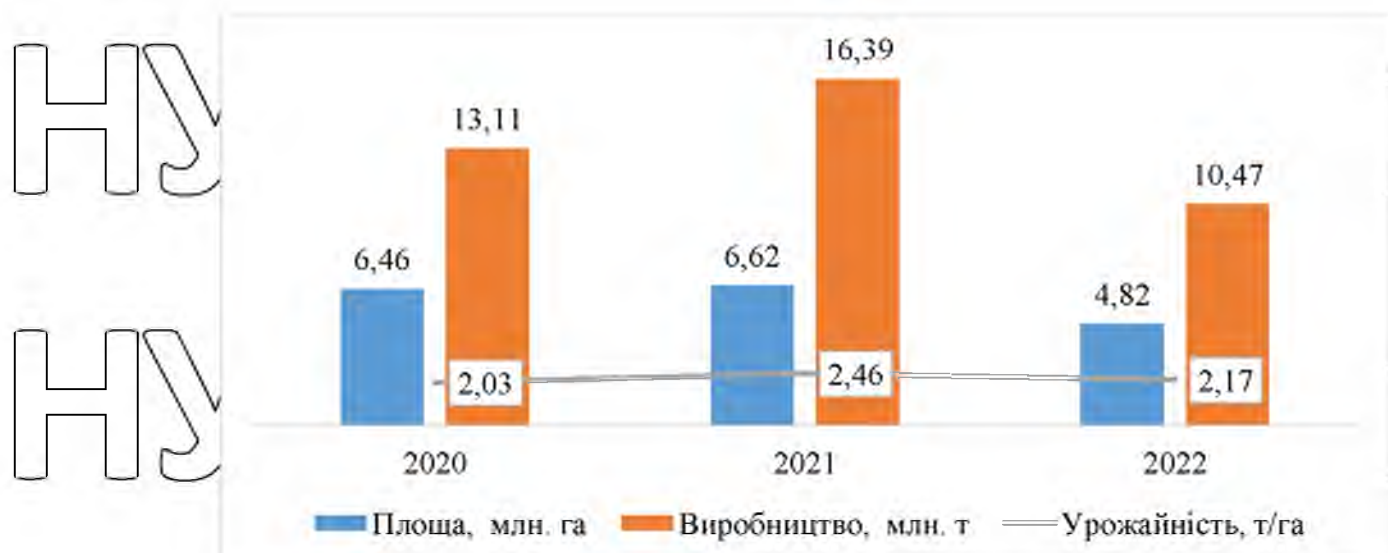


Рис. 2.9 Виробництво, посівні площі та урожайність насіння соняшнику в Україні

Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Повномасштабне російське вторгнення в 2022 році суттєво вплинуло на розміри посівних площ в Україні. Так у 2022 році посівна площа під соняшником складала 4,8 млн. га, що на 1,8 млн. га менше порівняно з 2021 роком. В розрізі областей посівні площі соняшнику в 2022 році мали такий вигляд (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

### Посівна площа насіння соняшнику в Україні за областями

Область	Роки		2022 р. до 2021 р., зміна	2022 р у % до 2021 р.
	2021	2022		
Дніпропетровська	608	556	-52	91,4
Кіровоградська	608	603	-5	99,2
Харківська	582	240	-342	41,2
Запорізька	535	71	-464	13,3
Миколаївська	518	364	-154	70,3
Луганська	442	0	-442	0,0
Одеська	416	399	-17	95,9
Полтавська	388	434	46	111,9
Донецька	358	99	-259	27,7
Херсонська	349	0	-349	0,0
Інші	1818	2059	241	113,3
Всього	6622	4825	-1797	72,9

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

В таблиці 2.4 наведено баланс соняшникової олії в Україні.

Таблиця 2.4

## Баланс олії (включаючи основні оліємісткі продукти в перерахунку на олію)

Показник	Роки						2021 р.	2021 р. у
	2005	2010	2018	2019	2020	2021	у % до 2005 р.	% до 2020 р.
Виробництво	1437	3101	6243	6894	7549	5968	415,3	79,1
Зміна запасів	114	-151	-10	-30	11	89	78,1	809,1
Імпорт	264	319	259	250	245	289	109,5	118,0
Усього ресурсів	1587	3571	6512	7174	7783	6168	388,7	79,2
Експорт	900	2850	5986	6644	7241	5547	616,3	76,6
Втрати та витрати на нехарчові цілі	52	41	25	26	30	57	109,6	190,0
Фонд споживання	635	680	501	504	512	564	88,8	110,2
на 1 особу, кг	13,5	14,8	11,9	12,0	12,3	13,6	100,7	110,6

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

В Україні не має чіткої тенденції виробництва рафінованої соняшникової олії до зростання через високу залежність від імпортного попиту та відсутність активного внутрішнього споживання. Залежно від врожаю соняшнику, рентабельності виробництва, імпортного попиту та інших факторів, частка рафінованої соняшникової олії в загальному виробництві соняшникової олії становить 11-13%. При цьому частка рафінованої продукції зросла до 14% через зниження загального виробництва олії в 2021-2022 маркетинговому році (МР). Найбільше виробництво рафінованої олії було у 2019/20 МР і складало 918 тис. т. Проте вже у 2021/22 маркетинговому році спостерігалось скорочення виробленої рафінованої олії, яке складало, 698 тис. т, що на 5% менше порівняно з 2020/21 маркетинговим роком (рис. 2.10).

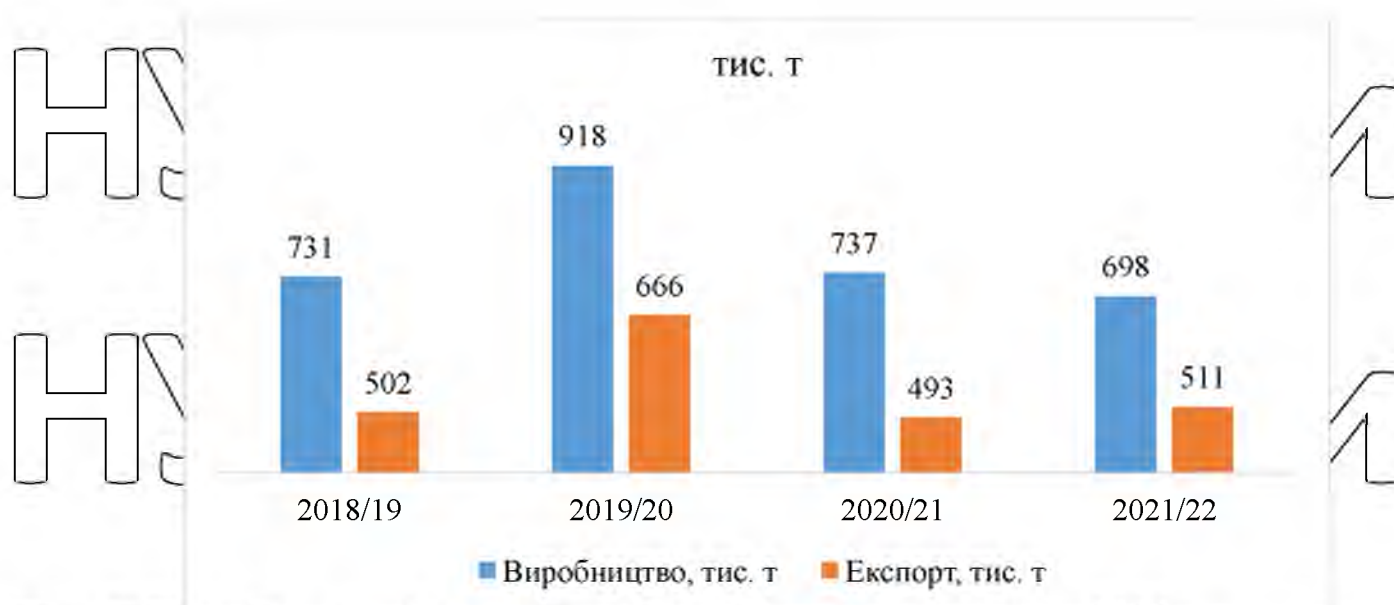


Рис. 2.10. Динаміка виробництва та експорту рафінованої соняшникової олії в Україні, тис. тон

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Слід сказати, що на початку минулого сезону в Україні зафіксували зростання експорту рафінованої та фасованої продукції. Це пов'язано з зростанням цін на енергоносії та відповідним збільшенням вартості виробництва рафінованої та фасованої продукції у світі, особливо в Європі, що суттєво відіграло на привабливість української продукції. В результаті, починаючи з листопаду 2021 року, щомісячне відвантаження української соняшникової олії перевищує показники попереднього року. В січні цього року щомісячний експорт був на 54% вищим, ніж в аналогічному місяці попереднього року, але в лютому він знизився через блокаду портів.

Після початку війни логістичні труднощі призвели до того, що попит був переважно на рафіновану та фасовану продукцію, що сприяло досить швидкому відновленню експорту цієї продукції (рис. 2.11)

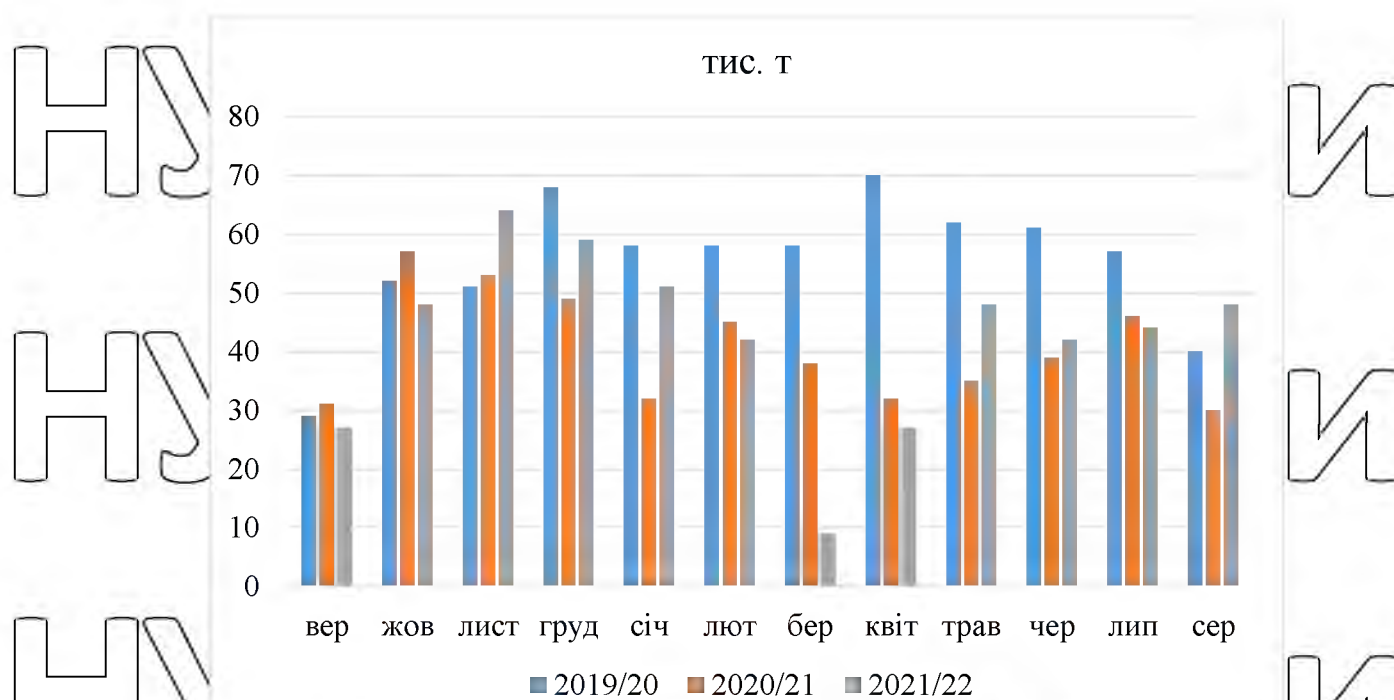


Рис. 2.11. Динаміка експорту рафінованої соняшникової олії з України

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

У квітні, за попередніми даними, було відвантажено 27 тис. тон (в 3 рази більше показника лютого), і в травні – 47 тис. тон (більше на 73% у порівнянні до квітня).

За результатами сезону 2021/2022 маркетингового року попри зменшення експорту соняшникової олії в цілому на 15%, обсяг відвантаження на зовнішні ринки рафінованої продукції зріс на 4%, склавши 511 тис. тон, що стало другим показником за всю історію експорту рафінованої олії.

Близько 44% від усього об'єму імпортували країни ЄС, або 223 тис. тон, що в 2 рази збільшує показник попереднього сезону. Таким чином, суттєво збільшивши закупки через війну в Україні, ЄС залишився ключовим імпортером української рафінованої соняшникової олії (рис. 2.12).

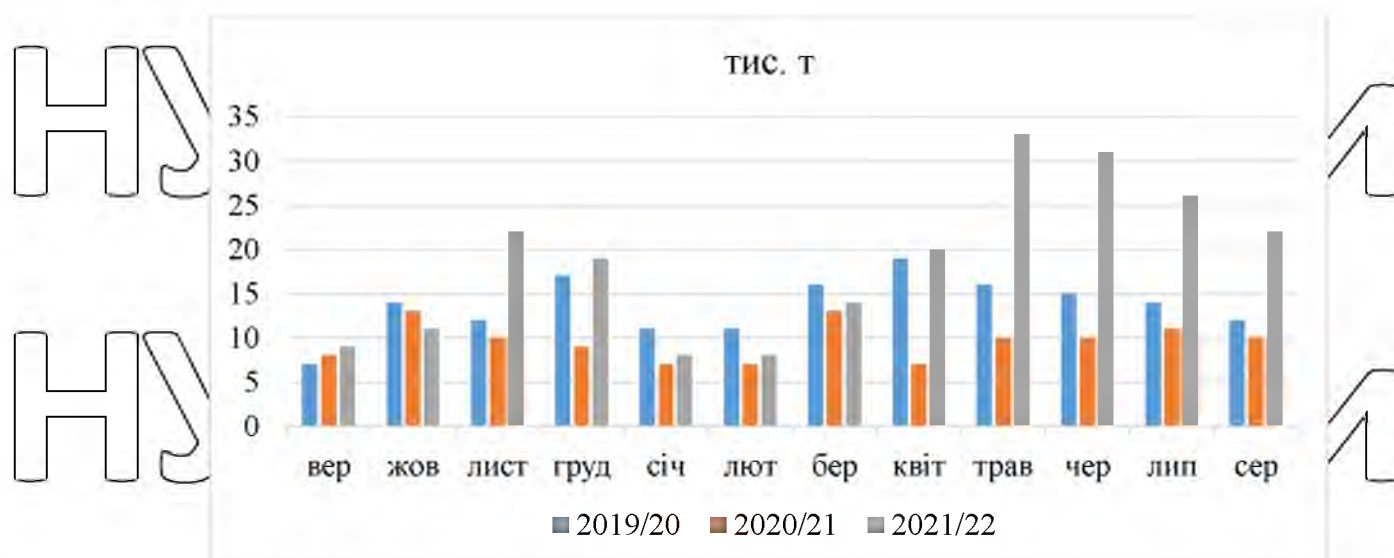


Рис. 2.12 Динаміка обсягів експорту рафінованої соняшникової олії до ЄС

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Тож в сезоні 2021/2022 маркетингового року збільшився імпорту українського рафінованого продукту США (на 14% більше), Ізраїль (на 30% більше), Саудівська Аравія (на 62% більше) (рис. 2.13). Такі позитивні тенденції спостерігалися на фоні значного ускладнення логістики з України після початку війни.

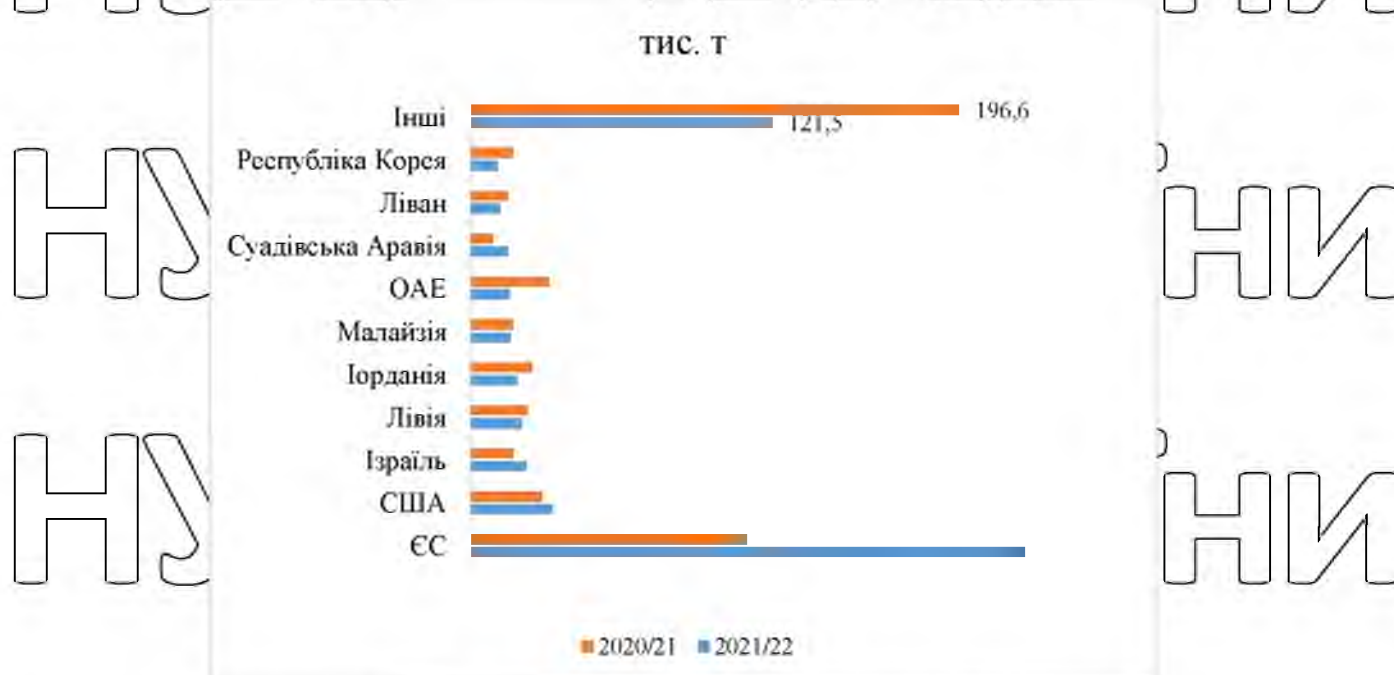


Рис. 2.13 Географія обсягів експорту української рафінованої соняшникової олії, тис. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Відкриття зернового коридору та збільшення енергетичних поставок соняшникової олії з глибоководних портів на більш віддалені ринки, які традиційно імпортують сиру олію, можуть зменшити частку рафінованої продукції в експорті у 2022/2023 маркетинговому році. Водночас очікується, що попит з боку покупців традиційно рафінованої олії залишатиметься високим з огляду на подальше зростання цін на енергоносії (діаграма рис. 2.14).

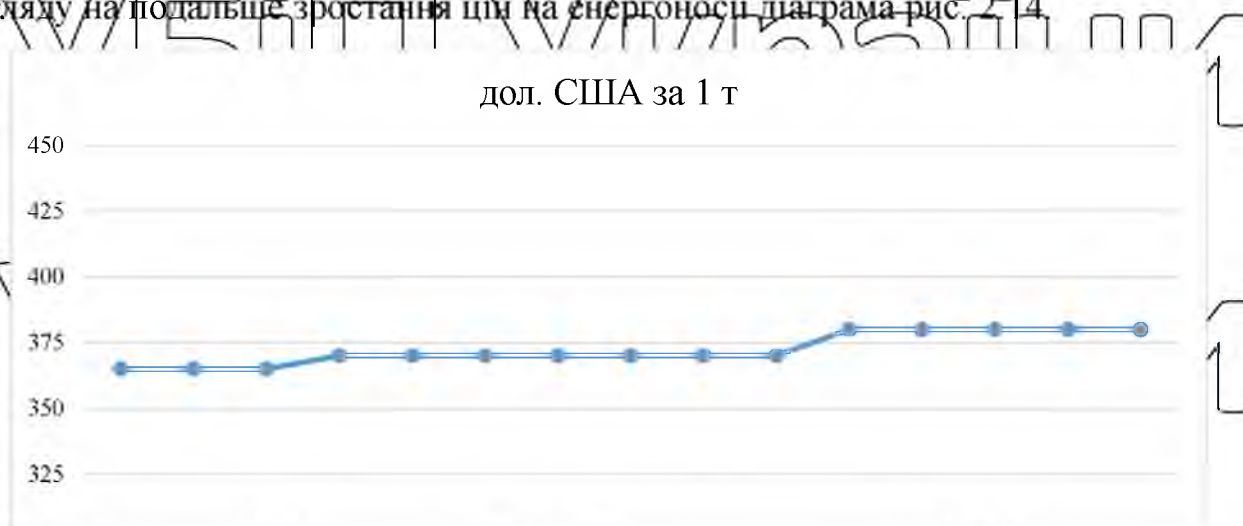


Рис. 2.14. Динаміка цін на насіння соняшнику в Україні, 2023 рік

Джерело: побудовано автором за даними джерела [35]

Отже, основними факторами, що впливають на ринок рафінованої соняшникової олії, є рентабельність виробництва цього продукту, ситуація в енергетичному секторі, темпи та обсяги експорту соняшнику та подальша робота зернових коридорів.

Попит на насіння соняшнику з боку олійно-переробних заводів є стабільним. Цьому сприяє дещо обмежена пропозиція олійної з боку фермерів, що підтримує ціни. Крім того, високі обсяги експорту та зниження загального врожаю через бойові дії та замінування полів у деяких регіонах також сприяли зростанню цін. Однак наявність дешевшої соняшникової олії на експортному ринку та скорочення обсягів переробки соняшнику через енергетичну кризу стримують подальше зростання цін, незважаючи на заходи, що вживаються олійнопереробними підприємствами для досягнення енергетичної самодостатності.

### 2.3. Потенційні можливості виробництва насіння соняшнику

Олійна галузь в Україні почала стрімко розвиватися наприкінці 1990-х років. Поштовхом до цього стало запровадження тарифів на експорт соняшнику в Україні, що стимулювало внутрішню переробку. Українські та міжнародні компанії (наприклад Bunge, ADM, Cargill) почали будувати нові заводи в Україні та просувати українську соняшникову олію на міжнародні ринки.

З 2000 року загальні потужності переробки соняшнику в Україні зросли більше ніж в 7 разів. Так, в 2012 році вони склали 12 млн тон, в середині 2014-го – 14,5 млн. тон, а в кінці 2016 року вже майже 18,5 млн. тон, а на початку 2022-го – більше ніж 20 млн. тон.

З 2016 року виробничі потужності продовжували зростати за інерцією, але навіть попри це, надлишок потужностей зберігся, а конкуренція між переробниками значно зросла, що знизило прибутковість переробки. Нижче наведено дані прибутковості переробки соняшнику зі звіту групи компаній «Кернел», найбільшого в Україні переробника соняшнику по експорту соняшникової олії. (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Прибутковість переробки соняшнику, дол. США на 1 т соняшникової олії

Джерело: побудовано автором за даними джерела [35]

Через зниження врожаю соняшнику в 2020 році прибутковість переробки в сезоні 2020–2021 років значно знизилася і досягла найнижчого рівня в історії

України. На противагу цьому, врожай соняшнику 2021 року був найбільшим в історії України, і прибутковість переробки значно зросла в перші місяці нового сезону 2021-2022 років.

Повномасштабне російське вторгнення в лютому 2022 року стало абсолютним шоком для галузі. По-перше, частина підприємств залишилася в безпосередній близькості до зони окупації та бойових дій.

Другим, що суттєво вплинуло на українську соняшникову галузь, стала блокада українських чорноморських портів з лютого по серпень 2022 року (у серпні було підписано угоду про «зерновий коридор» для експорту сільськогосподарської продукції з портів Чорноморська, Одеси та Південного).

Через блокаду портів експорт олії значно скоротився, а багато переробників, розташованих відносно далеко від зони бойових дій, також зупинили виробництво. Помісячна динаміка експорту соняшникової олії в 2021-2022 та на початку 2022-2023 років показана на рисунку 2.16.

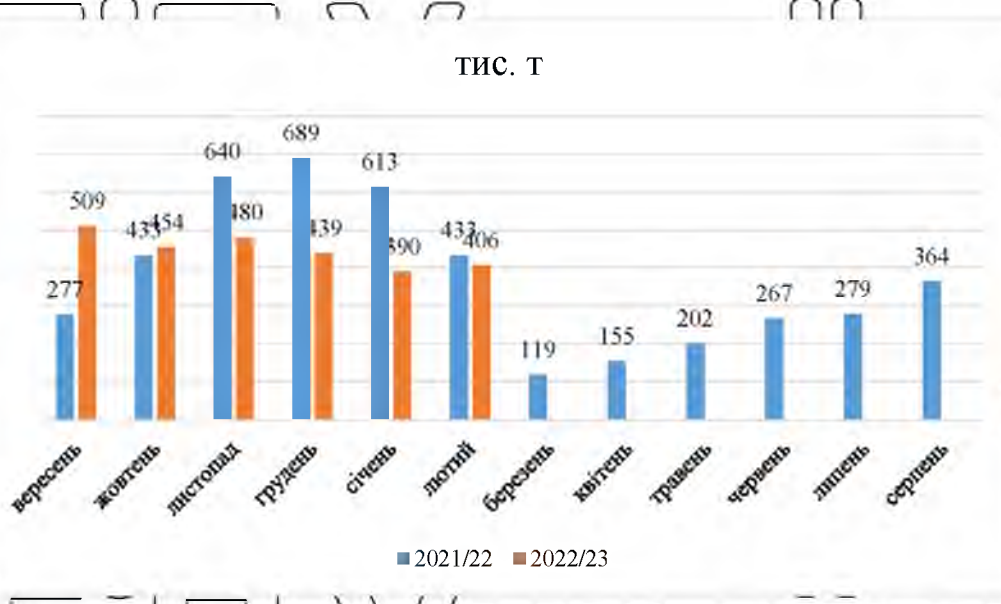


Рис. 2.16. Експорт соняшникової олії з України, тис. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [35]

Щодо найбільших переробників соняшнику, то в одному з наших попередніх оглядів було зроблено оцінку за сезон 2020-2021. Наразі немає точної інформації щодо найбільших переробників на сезон 2021-2022, але деякі важливі висновки можна зробити на основі непрямих даних.

Як уже зазначалося, Україна займає провідні позиції на світовому ринку олійних культур. У таблиці 2.5 показано позицію України на світовому ринку рослинних олій.

Таблиця 2.5

### Частка України у світовому виробництві насіння соняшнику

Показник	Маркетинговий період			2022/2023 МР у % до 2020/2021 МР
	2020/21	2021/22	2022/23	
Виробництво насіння соняшнику (млн. т.):				
- у світі	49,2	57,3	50,4	102,6
В Україні	14,1	17,5	10,4	73,8
Частка України у світі, %	28,7	30,6	20,6	71,9
Виробництво соняшникової олії (млн. т.):				
- у світі	19,0	19,8	20,6	108,1
В Україні	5,9	4,6	4,5	75,6
Частка України у світі, %	31,1	23,4	21,7	69,9
Експорт насіння соняшнику (млн. т.):				
- у світі	2,9	3,9	5,7	195,5
В Україні	0,2	1,6	2,7	1387,4
Частка України у світі, %	6,6	41,5	46,7	709,6
Експорт соняшникової олії (млн. т.):				
- у світі	11,3	11,0	12,1	107,1
В Україні	5,3	4,5	4,1	77,8
Частка України у світі, %	46,5	40,5	33,8	72,6

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

У товарній структурі аграрного експорту України традиційно переважає продукція рослинництва. Окрім зернових, основними продуктами є насіння олійних культур, рослинні олії та продукти їх переробки.

За даними української митниці, вартість експорту олійних культур та у 2022 році становила майже 3,8 млрд. доларів США. Це на 54% більше, ніж у 2021 році.

Загальні поставки основних товарів цієї групи на зовнішні ринки зросли

майже вдвічі. У натуральному вираженні експорт ріпаку збільшився з 2,7 млн. тон у 2021 році до 3,1 млн. тон у 2022 році, а сої відповідно з 9 млн. тон до 2 млн. тон. Найбільш помітним і значним було зростання експорту соняшнику, який збільшився з 0,8 млн. тон в 2021 році до 2,8 млн. тон у 2022 році. Основними

покупцями українських олійних культур та олії у 2022 році, як і в попередні роки, були країни Європи та Азії.

Особливістю 2022 року було подальше посилення позицій ЄС на внутрішньому ринку плодів та насіння олійних культур. Минулого року країни регіону закупили в Україні понад 3/4 від загальної вартості всіх олійних культур.

Німеччина є основним імпортером українських олійних з 2018 року, поступилася місцем Румунії, яка у 2021 році не входила навіть до двадцяти країн лідерів. У 2022 році ця країна була українським імпортером цього виду агропродукції, закупила близько п'ятої частини, або 18,6%, українського експорту. Друге місце

посіла Туреччина з 13,7%, поступившись у 2021 році Бельгії. Польща не увійшла до десятки найбільших покупців вітчизняних олійних у 2021 році, але впевнено посіла третє місце (12,7%). Болгарія також увійшла до топ-10 з часткою 11,5%, яку вона займала в минулому році. Німеччина опинилася на п'ятому місці,

скоротивши свою частку з 23,9% у 2021 році до 8,1% торік. Угорщина, яка також увійшла до рейтингу найбільших імпортерів олійних культур з України, забезпечила собі частку в 7,1%. Сумарно ці шість країн забезпечили Україні майже 72% експортної виручки від зовнішніх поставок усіх олійних культур. У

2022 році обсяги експорту соєвої олії продовжили знижуватися до 237 тон (мінус 2%), а експорт ріпакової олії також впав до 66 тон (мінус 60%).

У групі олій та жирів основним товаром на експортному ринку залишається вітчизняна соняшникова олія: у 2022 році Україна експортувала 4,3 млн. тон, що на 16% менше порівняно з 2021 роком. Обороти соняшкової олії склав 5,5 млрд. доларів США. У 2022 році відбулися серйозні перестановки в

рейтингу найбільших покупців олійних культур. До топ-10 вперше увійшла Польща з часткою 13,3%, потіснивши Індію (13%), яка понад десятиліття була провідним імпортером цього виду агропродукції. Значна частка зовнішніх

поставок цього виду сільськогосподарської продукції експортуються до Туреччини (41,2%). Інші важливі імпортери соняшникової олії вітчизняного виробництва значно відстають від Туреччини: Румунія (7,2%), Нідерланди (6,6%), Китай (6,0%), Італія (5,4%), Болгарія (4,9%), Іспанія (4,4%) та Ірак (3,3%).

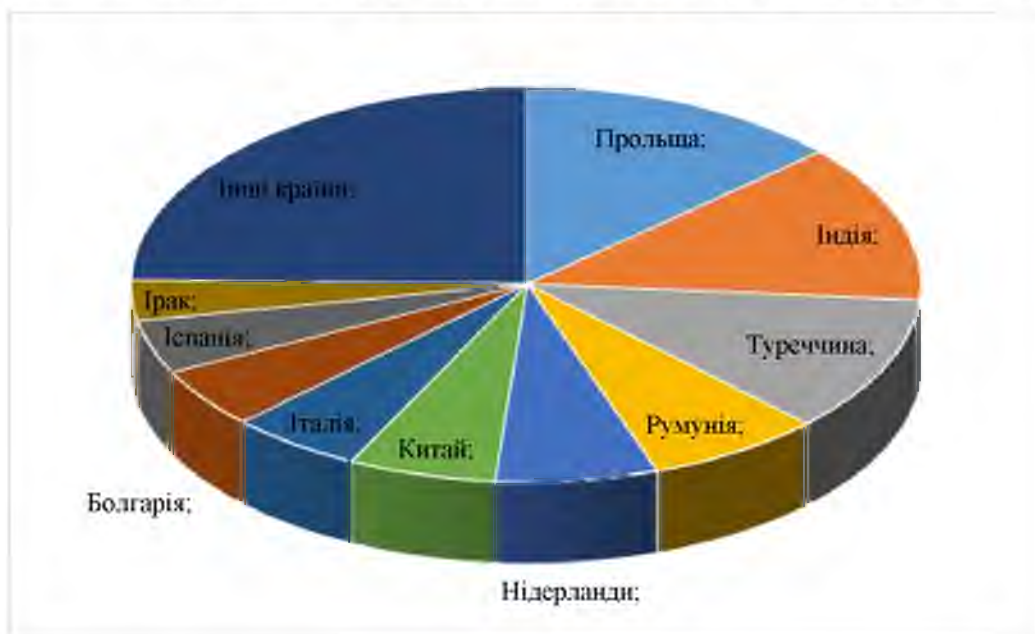


Рис. 2.17. Найбільші імпортери української соняшникової олії, 2022 р.

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Отже, відмітимо, що однією з головних особливостей 2022 року для України став масовий експорт саме насіння соняшнику, який досяг рівня 2,8 млн. т. також змінилась й географія імпорту – головними імпортерами були країни ЄС з часткою понад 70% та Туреччина з часткою 20 %. Крім того зазначене нарощування експорту українського насіння соняшнику також знизило економічний інтерес, зокрема з боку країн ЄС саме в українському соняшниковому шроті.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

# НУБІП УКРАЇНИ

### 3.1. Перспективи розвитку вітчизняного та світового ринків насіння

#### соняшнику

# НУБІП УКРАЇНИ

Розглянемо ситуацію щодо підготовки сільськогосподарських виробників до посівної 2023 року. Цього разу у фокусі уваги – добрива, засоби захисту рослин та насіння, зокрема пропозиція насіння соняшнику. Спробуємо

# НУБІП УКРАЇНИ

спрогнозувати ситуацію, що відбувається з цінами на добрива, як сільськогосподарські виробники змінюють системи живлення, як збираються економити на засобах захисту рослин та чи не буде їх дефіциту на ринку.

# НУБІП УКРАЇНИ

Більшість виробників сільськогосподарської продукції не мають проблем із забезпеченням насінням. Вони замовляли насіння заздалегідь, і воно вже надійшло на склад. Однак деякі компанії визначили, що насіння соняшнику повільно надходить на ринок. Якщо раніше всі гібриди постачалися заздалегідь, то зараз деякі з них ще не прибули в Україну. Кількість насіння соняшнику на ринку зменшилася приблизно на 40%.

# НУБІП УКРАЇНИ

Про дефіцит соняшнику на українському ринку говорять ще з осені. На думку деяких експертів, на момент повномасштабного вторгнення настав час насінєвим компаніям визначатися з виробництвом на наступний рік. Через

# НУБІП УКРАЇНИ

війну та невизначеність багато з них скоротили виробництво соняшнику для України на 25-30%. При цьому дефіцит може скласти 500 тис. тон на посівну одиницю, або більше мільйона гектарів.

# НУБІП УКРАЇНИ

Загалом імпорт цього року був відносно низьким: у лютому було відвантажено близько 40 тис. тон порівняно з 49 тис. тон, імпортованих минулого року (за окремі місяці). Селітра завжди була основним імпортованим азотним

# НУБІП УКРАЇНИ

добривом перед весняним сезоном, але цього року їх випередили карбамід і сульфат амоній. Основними причинами цього були заблоковані транзити з Центральної Азії через РФ, значне зменшення поставки з Грузії та низькі об'єми

поставок від європейських виробників через високі ціни на газ в Європі. Тенденції цін на аміачну селітру в Україні наведені на рис. 3.1

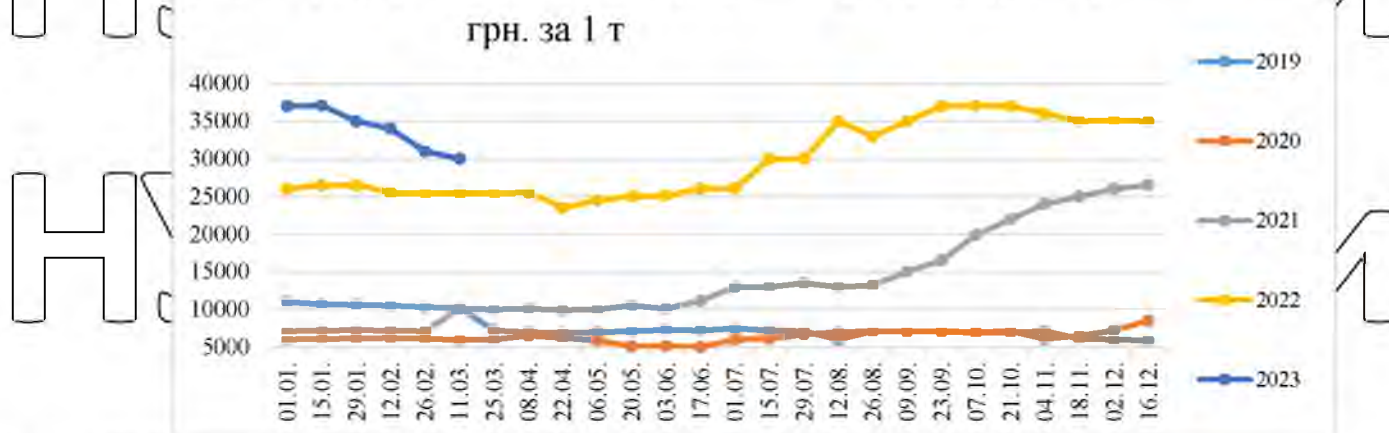


Рис. 3.1. Ціна на аміачну селітру в Україні, грн. за 1 т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

На рис. 3.2 наведена динаміка цін на калійні добрива в Україні.

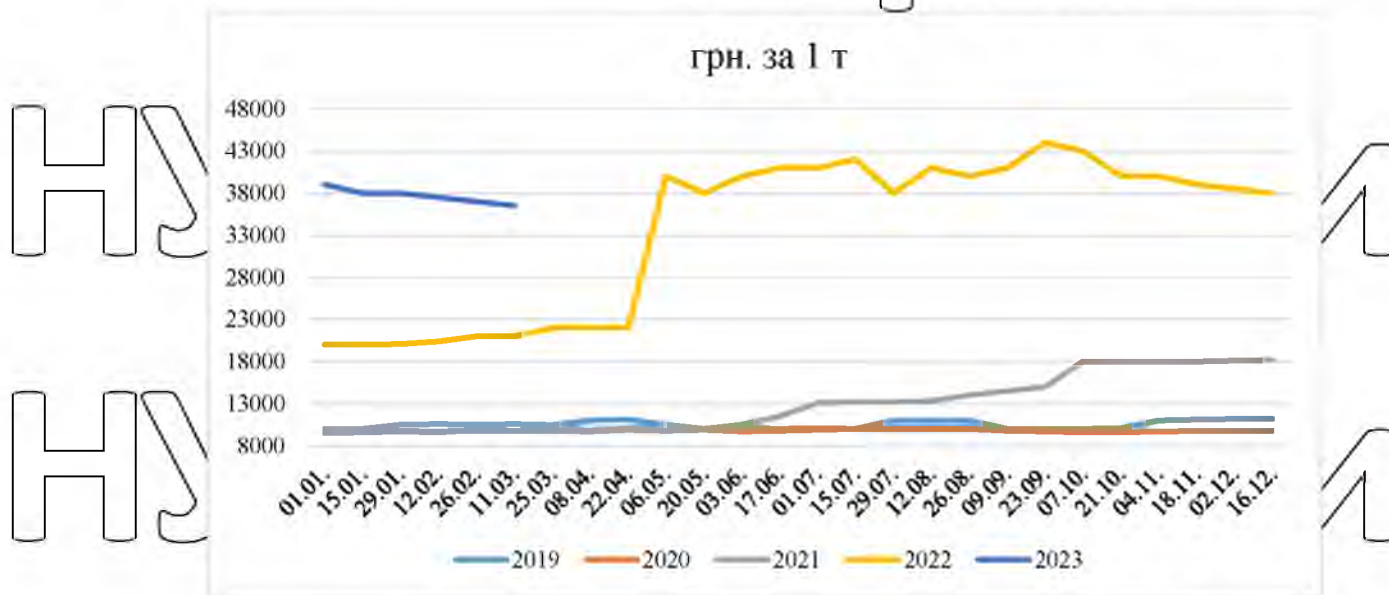


Рис. 3.2. Ціна на хлорид калію в Україні, грн. за 1 т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Незважаючи на те, що цього року було засіяно 4,7 млн га соняшнику, це майже на 1,8 млн. га менше, ніж торік, інтерес до соняшнику залишається високим.

Згідно з даними Міністерства сільськогосподарства США (USDA) прогнозується світове виробництво соняшнику на рівні 52 млн. тонн у 2022-2023

роках. Варто зазначити, що виробництво соняшнику в 2021-2022 роках досягло 57,1 млн. тон, що є найвищим показником за багато років.

Основні виробники соняшнику у світі представлені на рис. 3.3.

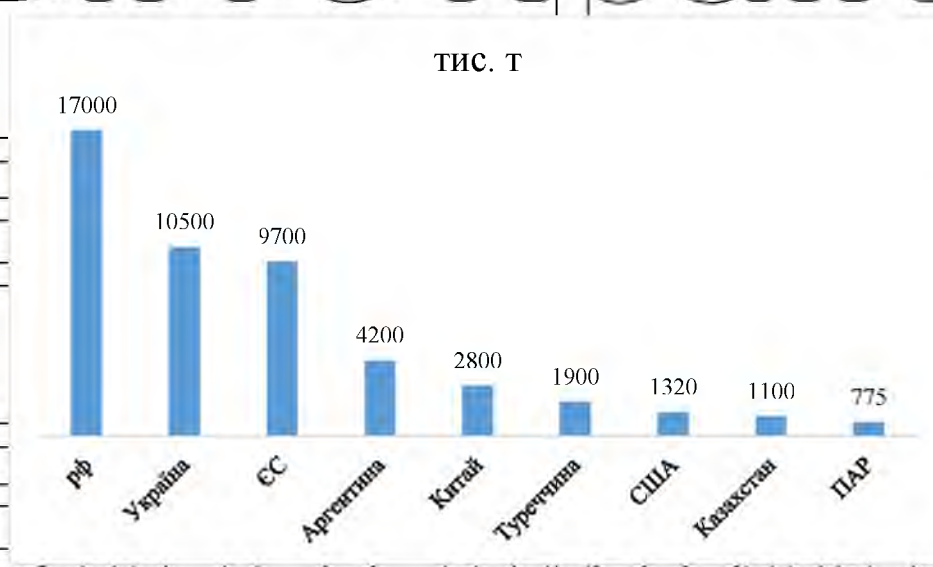


Рис. 3.3. Світові лідери з виробництва соняшнику у 2022/23 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

Провідні позиції у світовій торгівлі соняшником на ринку нині тримають РФ, Україна, ЄС та Аргентина (рис. 3.4).

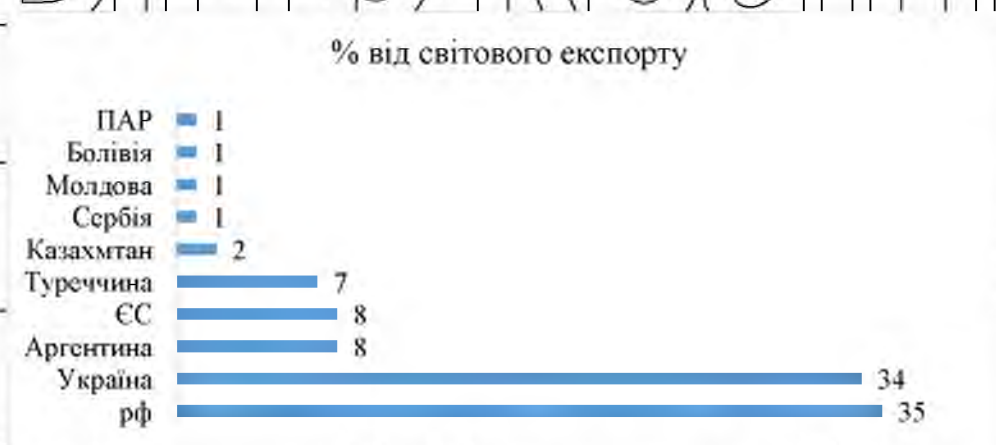


Рис. 3.4. Світові експортери на ринку соняшнику у 2022/23 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

Разом ці країни займають майже 85% світового ринку соняшнику.

Соняшник-лише один з багатьох прикладів того, як сучасні глобальні ланцюги постачання продовольства та іншої сільськогосподарської продукції є більш переплетеними та взаємозалежними, ніж будь-коли раніше. У той же час

геополітична нестабільність в одній частині світу, наприклад, кліматична криза, має складні та непередбачувані наслідки для всього світу.

Більш уважний погляд на світову торгівлю соняшником показує, що Туреччина досягла сильних позицій за останні роки і зараз займає майже 7% світового ринку, поступаючись лише ЄС та Аргентині. У середньо- та довгостроковій перспективі Туреччина має потенціал стати великим виробником соняшнику та олії. Країна має потужну приватну наукову селекцію та розвинений сільськогосподарський сектор, а також сприятливі агробіологічні умови для вирощування соняшнику.

Перспективи вітчизняного виробництва соняшнику залежатимуть від ряду факторів, включаючи результати врожаю, внутрішні ціни та узгодження інтересів між виробниками та переробниками. Загалом, цього року посівні площі під соняшником зменшилися на 1,8 млн. га (рис. 3.5).

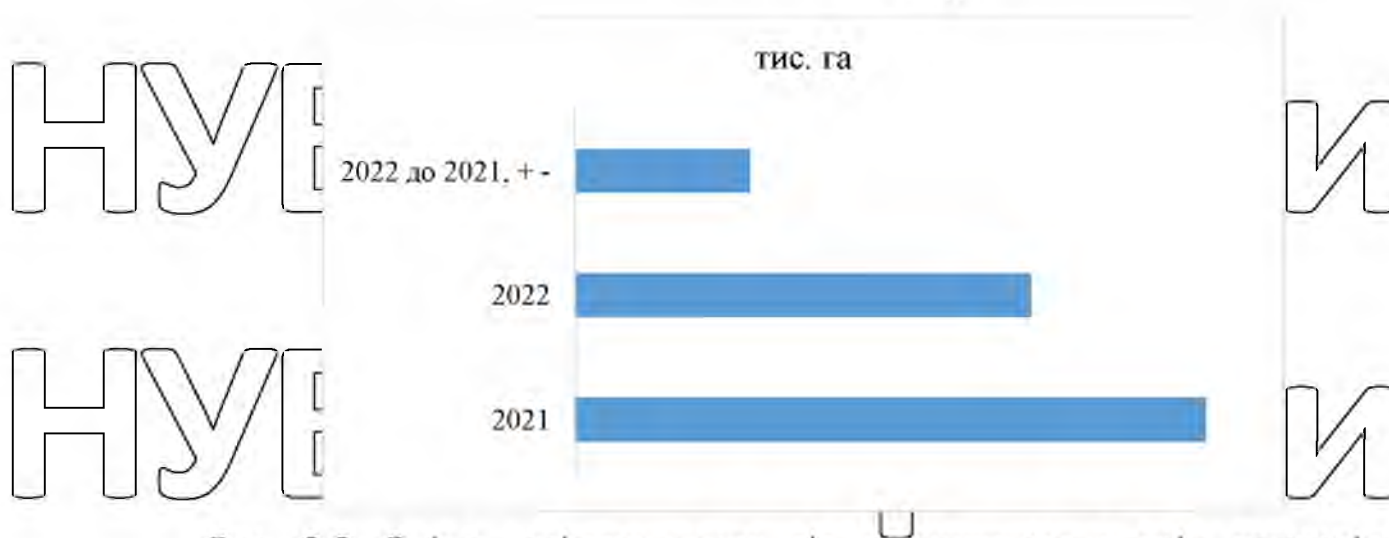


Рис. 3.5. Зміна посівних площ під соняшником в усіх категоріях господарств у 2022/23 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

Збирання соняшнику цього року детно затрималося через несприятливі погодні умови. Однак, за даними Міністерства аграрної політики, незважаючи на складні умови, станом на 3 листопада збирання соняшнику тривало: було обмолочено 4,1 млн. га (87%) та намолочено близько 9 млн. тон насіння за середньої врожайності 22 ц/га. Таким чином, за попередніми оцінками, урожай соняшнику очікується в середньому в 1,5 рази нижчим за рекордний показник

2021 року (довідково: виробництво соняшнику в 2021 році склало майже 16,4 млн тон при середній врожайності 2,46 т/га).

Водночас варто зазначити, що потенціал виробництва соняшнику в країні використовується лише на 55-70%. У деяких країнах світу, які впровадили передові інноваційні технології та наукові підходи до виробництва соняшнику, середня врожайність становить не менше 3,5-4,0 т/га. Тому майбутнє виробництва соняшнику в Україні - за інноваційною наукою та агробізнесом.

### 3.2. Економічна ефективність впровадження інноваційних технологій

#### виробництва насіння соняшнику

Розробка та впровадження інноваційних технологій є основним шляхом підвищення ефективності виробництва рослинної олії. Найбільш поширеним та ефективним засобом підвищення продуктивності, стабільності, ресурсо- та енергоефективності, екологічної безпеки, а отже, прибутковості та конкурентоспроможності виробництва олійних культур є застосування економічно ефективних методів вирощування [9, 30, 45]. Ми пропонуємо проект когенерації теплової та електричної енергії, що підвищить їх конкурентоспроможність (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Схема переробка насіння соняшнику

Джерело: побудовано автором за даними джерела [29]

Пропонуємо низку заходів щодо підвищення вітчизняних виробників рослинних олій на основі маркетингового забезпечення (рис. 3.7)



Рис. 3.7. Напрямки удосконалення маркетингового забезпечення ринку рослинних олій

Джерело: сформовано за даними [84]

Економічні явища та процеси змінюються в часі, а показники, що їх характеризують, характеризуються тим, що прогностичні показники сильно залежать від минулих рівнів. Процес побудови моделі у вигляді тренду називається трендовою моделлю. Для побудови трендової моделі розглянемо приклад виробництва насіння соняшнику в Україні. Для цього використаємо статистичні дані за період 2013-2022 рр (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Пропозиція виробництва насіння соняшнику в Україні, млн. т

Рік	Обсяги виробництва	Рік	Обсяги виробництва
2013	11,051	2018	14,165
2014	10,134	2019	15,234
2015	11,181	2020	13,110
2016	13,627	2021	16,390
2017	12,236	2022	10,470

Джерело: розраховано автором за даними джерела України [30]

Для побудови трендової моделі ми спочатку перевіряємо однорідність та порівнянність основних рівнів часового ряду ( $y_t$ ). Далі спробуємо визначити можливість їх використання з точки зору стабільності та порівнянності. Так, інформація з історичних даних свідчить про те, що виробництво насіння соняшнику в такі роки, як 2014, 2015, 2017, 2019 та 2020, є нестабільним і тому має бути замінено на середню арифметичну в наступні роки (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

### Скориговані обсяги виробництва насіння соняшнику для побудови трендової моделі тис. т

Рік	Обсяги виробництва	Рік	Обсяги виробництва
2013	11,051	2018	14,165
2014	11,260	2019	13,890
2015	23,300	2020	13,110
2016	13,627	2021	13,520
2017	13,250	2022	12,150

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

Результати розрахунку маємо наступні показники:

1. Середнє значення розрахуємо за формулою 3.1:

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} = \frac{128323}{10} = 12832,3$$

2. Незміщену оцінку дисперсії розрахуємо за формулою 3.2:

$$D(y) = \frac{\sum (y_i - \bar{y})^2}{n-1} = \frac{10644922,1}{10-1} = 1182769,1$$

$$\delta(y) = \sqrt{D(y)} = \sqrt{1182769,1} = 1087,6$$

3. Розраховане середньоквадратичне відхилення визначимо за формулою 3.3):

При розробці трендової моделі також визначимо критерій Ірвіна за формулою 3.4:

Отже, відповідно для  $n = 10$  порогове значення критерію Ірвіна не повинно перевищувати  $\lambda_{кр.} = 1,5$ . Значення  $\lambda$  в залежності від  $t$  представлені в таблиці 3.3.

t	y	$(y_i - y_{cp})^2$	$\lambda$
1	11051	3173029,7	-
2	10134	2472127,3	0,19
3	11181	283343,3	0,96
4	13627	631548,1	1,22
5	12236	174473,3	0,35
6	14165	1776089,3	0,84
7	15254	1118729,3	0,25
8	13110	77117,3	0,72
9	13520	472931,3	0,38
10	12150	465533,3	1,26
Всього	128323	10644922,1	-

Джерело: розраховано автором за даними джерела [30]

Як видно тенденції зміни щодо часового ряду динаміки можуть бути визначені за допомогою емпіричної статистичної функції, яку зазвичай називають кривою зростання. Використовуючи табличний редактор Excel обираємо найбільш доцільну форму кривої яка відповідає згладженим рядам з урахуванням основи графічного зображення самого часового ряду. В нашому

випадку найкращою формою, яка відображає залежність є саме поліноміальна крива 2-го порядку (рис. 3.8).

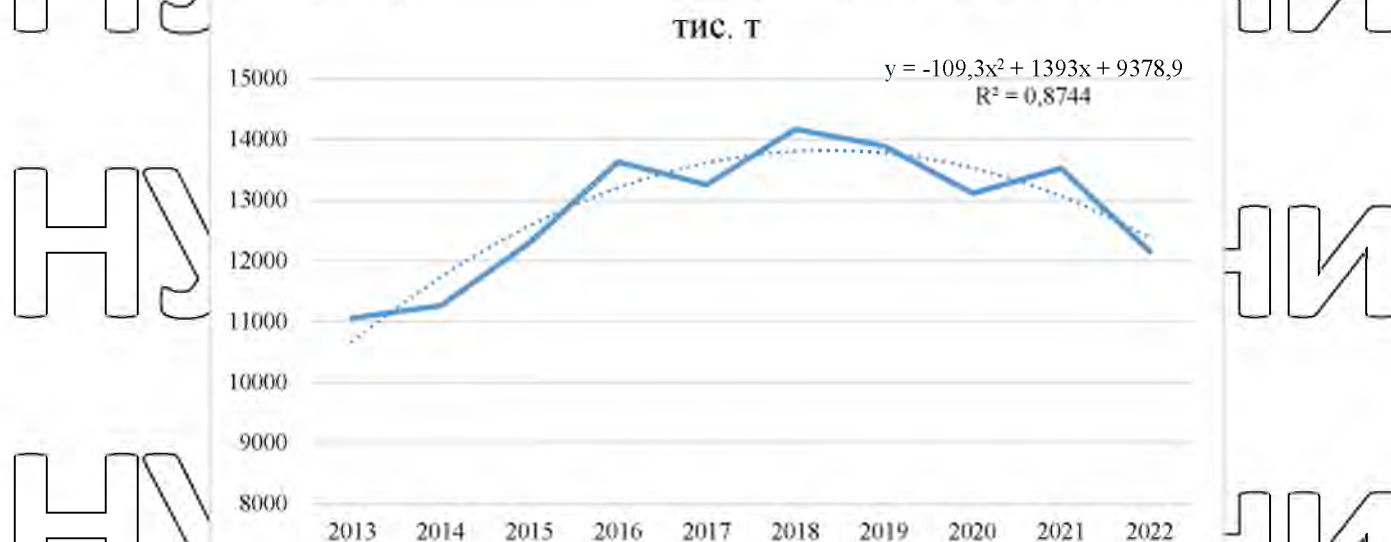


Рис. 3.8. Динамічний ряд виробництва насіння соняшнику в Україні за період, що досліджувався

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Ринки олійних культур функціонують у правовому та економічному середовищі. Вихідні параметри ринку олійних культур залежать від державного впливу на його формування та регулювання. Виходячи з цього, економічний механізм ринку олійних культур визначається як система організації та взаємодії ринкових і державних регуляторних елементів, спрямованих на забезпечення його раціонального та ефективного розвитку.

### 3.3. Підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику

Вітчизняні виробники олійних культур нарізають виробництво переважно за рахунок збільшення посівних площ, але менше уваги приділяють підвищенню врожайності. Причинами такої ситуації є [47]:

- використання нових сортів для підвищення продуктивності та якості;
- використання органічних і мінеральних добрив та ефективних засобів захисту рослин;

- реорганізація та вдосконалення матеріально-технічної бази олійного комплексу,

- впровадження інноваційних енергозберігаючих та інтенсивних технологій виробництва з урахуванням наукових досягнень та досвіду передових господарств.

Аналіз динаміки врожайності окремих олійних культур показує, що соняшник є найбільш стабільною олійною культурою. Водночас, існують відмінності між періодами зниження та підвищення врожайності окремих культур у період 2010-2022 рр. (рис. 3.9-3.11). Зокрема, у 2018 році порівняно з 2017 роком урожайність соняшнику та сої зросла на 30,9% та 13,1% відповідно,

тоді як урожайність ріпаку зменшилася на 5,1%; порівняно з 2014 та 2013 роками урожайність соняшнику зменшилася на 10,6%, тоді як урожайність сої та ріпаку зросла на 5,4% та 8,1% відповідно. Тенденція до зростання у 2020 році врожайність усіх олійних культур зменшилася порівняно з 2019 роком. Урожай соняшнику зменшився на 21,1%, ріпаку – на 10,2%, а сої – на 9,1%.

Найбільша середня врожайність з 2000-2022 рр. спостерігається у насіння соняшнику – 24,6 ц/га у 2021 році.



Рис. 3.9. Динаміка урожайності насіння соняшнику, 2000-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Рівняння лінійного тренду урожайності (рис. 3.10) свідчить, що середньорічний приріст урожайності насіння соняшнику з 1 га зібраної площі становить 0,6997 ц/га.

На основі наведеного дослідження нами зроблено прогноз вітчизняного виробництва насіння ріпаку та соняшнику (рис. 3.9 – рис. 3.10).



Рис. 3.10. Прогноз виробництва насіння соняшнику в Україні (\*прогнозовані дані)

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Як видно з даних рисунку 3.10 в 2021 році в Україні очікується зростання виробництва насіння соняшнику до 14,27 млн. т (оптимістичний прогноз). За

сприятливої кон'юнктури на ринку у 2021 році очікується виробництво насіння соняшнику на рівні 15,7 млн т. та очікується (песимістичний) прогноз на рівні 12,85 млн т.

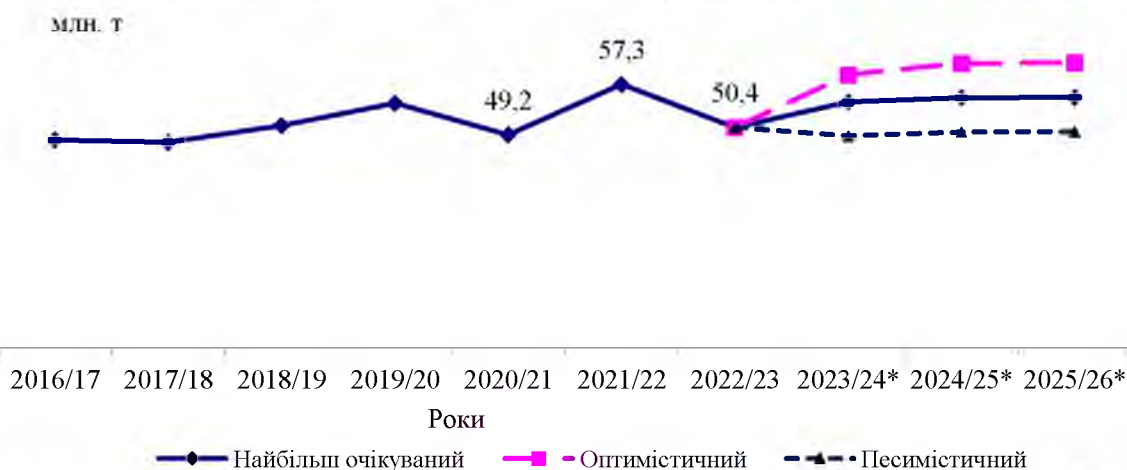


Рис. 3.11. Прогноз виробництва насіння соняшнику в світі (\*прогнози дані)

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

На рис. 3.12 наведено прогноз урожайності насіння соняшнику в Україні.

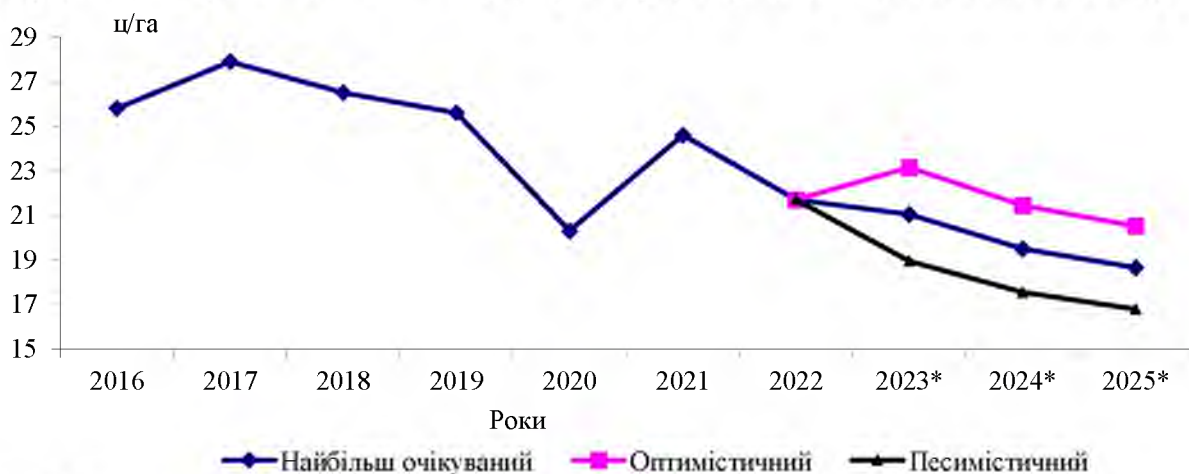


Рис. 3.12. Прогноз урожайності насіння соняшнику в Україні (\*прогнози дані)

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]

Як видно з даних, наведених на рисунку 3.13, в Україні очікується збільшення виробництва рослинної олії до 8,01 млн. тон в 2021 році (найоптимістичніший прогноз) Як видно з даних, наведених на рисунку 3.13, в Україні очікується збільшення виробництва рослинної олії до 8,01 млн. тон в

2021 році (найоптимістичніший прогноз). Враховуючи сприятливу ринкову кон'юнктуру, (оптимістичний) та (песимістичний) прогнози виробництва рослинної олії у 2021 році відповідно становлять 8,81 та 7,21 млн тон



Рис. 3.13. Прогноз виробництва соняшникової олії в Україні (\*прогнозні дані)

Джерело: побудовано автором за даними джерела [30]



Рис. 3.14. Прогноз виробництва соняшникової олії в світі (\*прогнозні дані)

Джерело: побудовано автором за даними джерела [53]

Сьогодні у світі спостерігається великий інтерес до впровадження у виробництво високо олеїнових сортів соняшнику та ріпаку і виробництва з них високоякісної олії. Зокрема, з 2000 року на світовому ринку поширюється і користується великим попитом новий вид соняшникової олії з найбільш збалансованим вмістом жирних кислот Кі В<sub>1</sub> (Nasan). Завдяки рекламній

кампанії, спрямованій на просування цього нового виду соняшникової олії серед потенційних споживачів, світове споживання соняшникової олії значно зросло.

Варто зазначити, що більшість країн світу надають фінансову підтримку вітчизняним виробникам олійних культур. Зокрема, в ЄС субсидія на гектар сільськогосподарських угідь все ще становить 200 доларів США (раніше субсидія на виробництво олійних культур становила 1,5 долара США на гектар), навіть з прийняттям нової програми аграрної політики «Порядок денний 2000». (Раніше субсидії на виробництво олійних культур в ЄС були вдвічі більшими, ніж на виробництво зернових) [43].

Однак нещодавне зростання світових цін на олійні культури та продукти їх переробки пов'язане, головним чином, з прискореним розвитком біодизельної промисловості як альтернативного палива з відновлюваних природних ресурсів.

Необхідність вирішення питань захисту навколишнього середовища, постійне зростання цін на мінеральне паливо та урядові ініціативи багатьох розвинених країн сприяють збільшенню споживання біопалива в результаті подальшого нарощування виробничих потужностей за рахунок розширення переробки олійних культур [49].

Загалом, всі ціни на олійні культури та продукти їх переробки залежать від кон'юнктури світового ринку. Відносно високі світові ціни на олійні культури та олію обумовлені зростаючим світовим попитом на цю продукцію.

## ВИСНОВКИ

# НУБІП України

Узагальнюючи результати проведеного дослідження кон'юнктури вітчизняного та світового ринків соняшнику та продуктів переробки можна зробити наступні висновки:

# НУБІП України

1. Кон'юнктура ринку в сучасному розумінні – це сукупність умов, за яких у даний момент відбувається ринкова діяльність. Вона характеризується певним співвідношенням попиту і пропозиції на певний вид товару, а також рівнем і співвідношенням цін. Кон'юнктура ринку характеризується мінливістю, частими

# НУБІП України

коливаннями, суперечливістю, нерівномірністю і (незважаючи на суперечливість) єдністю прогидежностей. Завданням кон'юнктурних досліджень є визначення ступеня впливів тих чи інших факторів на формування

# НУБІП України

ринкової кон'юнктури в певний момент часу. Це завдання може бути вирішене шляхом проведення маркетингових досліджень з урахуванням нових явищ, що з'являються.

# НУБІП України

2. Кон'юнктура ринку – це конкретні економічні умови, які існують на ринку в певний момент часу або протягом обмеженого періоду. Кон'юнктура товарного ринку (ринкова кон'юнктура) характеризує умови на світовому ринку

# НУБІП України

в цілому, на ринку окремого товару або на внутрішньому ринку країни. Вони є результатом взаємодії різних (економічних) чинників, які визначають поточну кон'юнктуру на конкретних ринках і зумовлюють напрям, орієнтацію та

результати комерційної діяльності на цих ринках. Загальноекономічні та ринкові умови тісно пов'язані між собою. З одного боку, ринкова кон'юнктура залежить від розвитку та стану загальноекономічної ситуації, а з іншого – впливає на її формування.

# НУБІП України

3. Ринкові механізми формують ринкову кон'юнктуру. Важливим індикатором ринкової кон'юнктури є постійно змінювана пропорційність співвідношення попиту та пропозиції. У процесі дослідження ринку визначають

напрямок і силу впливу кон'юнктуро утворюючих факторів на ринкову продукцію шляхом вивчення динаміки ринкових індикаторів. Система

кон'юнктурних індикаторів є тим показником, який найбільш точно і швидко відображає напрямки і темпи розвитку відтворювального процесу і найменше піддається впливу випадковостей.

4. Світове споживання насіння соняшнику у 2022/23 МР складало в 53,8 млн. т. Обсяг експорту насіння соняшнику за 2022/23 МР становив 5,7 млн. т. найбільшими експортерами насіння соняшнику є Україна, країни Європейського Союзу, Аргентина та Туреччина. Так у 2022/23 МР Україна експортувала понад 2 млн. т насіння соняшнику, ЄС 600 тис. т, Аргентина 150 тис. т, Туреччина 125 тис. т. У 2022/23 МР загальна кількість світового виробництва соняшникової олії досягла 20,6 млн. т порівняно з 19,8 млн. т 2021/22 МР, світова ціна соняшникової олії за січень-квітень 2023 року децю знизилась. Так станом на 19 квітня 2023 року досягла 1029 доларів США за 1 тону.

5. Повномасштабне російське вторгнення в 2022 році суттєво вплинуло на розміри посівних площ в Україні. Так у 2022 році посівна площа під соняшником склала 4,8 млн. га, що на 1,8 млн. га менше порівняно з 2021 роком. В Україні не має чіткої тенденції виробництва рафінованої соняшникової олії до зростання через високу залежність від імпортного попиту та відсутністю активного внутрішнього споживання. Залежно від врожаю соняшнику, рентабельності виробництва, імпортного попиту та інших факторів, частка рафінованої соняшникової олії в загальному виробництві соняшникової олії становить 11%-13%. При цьому частка рафінованої продукції зросла до 14% через зменшення загального виробництва олії в 2021-2022 маркетинговому році. Найбільше виробництво рафінованої олії було у 2019/20 МР і складало 918 тис. т.

6. У квітні, за попередніми даними, було відвантажено 27 тис. тон (в 3 рази більше показника лютого), і в травні – 47 тис. тон (+73% у порівнянні до квітня). За оперативними даними, за підсумками сезону 2021-2022, попри зменшення експорту соняшникової олії в цілому на 15%, обсяг відвантаження на зовнішні ринки рафінованої продукції зріс на 4%, склавши 511 тис. тон, що стало другим показником за всю історію експорту рафінованої олії. Близько 44% від усього об'єму імпортували країни ЄС, або 223 тис. тон, що в 2 рази збільшує показник

попереднього сезону. Таким чином, суттєво збільшивши закупки через війну в Україні, ЄС залишився ключовим імпортером української рафінованої соняшникової олії.

7. Розробка та впровадження інноваційних технологій є основним шляхом підвищення ефективності виробництва рослинної олії. Найбільш поширеним та ефективним засобом підвищення продуктивності, стабільності, ресурсо- та енергоефективності, екологічної безпеки, а отже, прибутковості та конкурентоспроможності виробництва олійних культур є застосування економічно ефективних методів вирощування [9, 30, 45]. Окрім виробництва альтернативних видів палива (палети та брикети) з соняшникового лушпиння, які користуються постійним попитом на світовому енергетичному ринку, українські олійні компанії все частіше використовують соняшникове лушпиння для опалення власних об'єктів. Ми пропонуємо проект когенерації теплової та електричної енергії, що підвищить їх конкурентоспроможність (рис. 3.6).

8. Аналіз динаміки врожайності окремих олійних культур показує, що соняшник є найбільш стабільною олійною культурою. Водночас, існують відмінності між періодами зниження та підвищення врожайності окремих культур у період 2010-2022 рр. (рис. 3.9-3.11). Зокрема, у 2018 році порівняно з 2017 роком урожайність соняшнику та сої зросла на 30,9% та 13,1% відповідно, тоді як урожайність ріпаку зменшилася на 5,1%; порівняно з 2014 та 2013 роками урожайність соняшнику зменшилася на 10,6%, тоді як урожайність сої та ріпаку зросла на 5,4% та 8,1% відповідно. Тенденція до зростання: у 2020 році врожайність усіх олійних культур зменшилася порівняно з 2019 роком. Урожай соняшнику зменшився на 21,1%, ріпаку – на 10,2%, а сої – на 9,1%.

9. На основі наведеного дослідження нами зроблено прогноз вітчизняного виробництва насіння соняшнику (рис. 3.9 – рис. 3.10). Як видно з даних рисунку 3.10 в 2021 році в Україні очікується зростання виробництва насіння соняшнику до 14,27 млн. т. (оптимістичний прогноз). За сприятливої кон'юнктури на ринку у 2021 році очікується виробництво насіння соняшнику на рівні 15,7 млн. т. та очікується (песимістичний) прогноз на рівні 12,85 млн. т.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В Україні ціни на соняшник зростають, а на олію залишається під тиском низького попиту URL: <https://ukragroconsult.com/news/v-ukrayini-cziny-na-sonyashnyk-zrostayut-a-na-oliyu-zalyshayutsya-pid-tyskom-nyzkogo-popytu/> (дата звернення: 11.06.2023)
2. Варченко О. М. Організаційно-економічні засади формування експортного потенціалу олійних культур в Україні. Економічний дискурс. 2018. № 4. С. 23-31.
3. Гарбар В. А. Вплив галузевих особливостей на формування ринку олійно-жирової продукції в Україні. Вісник Мукачівського державного університету. 2018. №16. С. 114-120.
4. Гнатенко Є. Ю. Інноваційні напрямки виробництва олійних культур. Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки. 2016. № 18(4). С. 56-59.
5. Горбаченко С. А., Карпов В. А., Шовченко-Шереметкіна. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. 395 с.
6. Діброва Л. В., Кузьменко С. В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Компринт», 2022. 525 с.
7. Долгик А. В. Оцінка та аналіз ефективності виробництва продукції рослинництва в Україні методом DEA. Економіка АПК. 2020. №10. С. 22-28.
8. Домарацький Є. О., Козлова О. П., Базалій В. В. Агробіологічне обґрунтування застосування біопрепаратів в технології вирощування соняшнику: монографія. Херсон: Олді-Плюс, 2019. 188 с.
9. Експорт України 2022: вплив пів року війни на географію та обсяги продажів. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/eksport/eksport-ukraini-2022-vpliv-piv-roku-viyni-na-geografiyu-ta-obsagi-prodaziv> (дата звернення: 19.08.2023).
10. Зберіши світове лідерство у виробництві соняшнику, через бласкування «зернового коридору», Україна ризикує втратити світові ринки збуту олійної

продукції. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/zberihshy-svitove-liderstvo-u-vyrobnitstvi-sonyashnyku-cherez-blokuvannia-zernovoho-korydor-u-ukraini-ryzykuie-vtratyty-svitovi-rynky-zbutu-oliinoi-produktsii> (дата звернення 11.07.2023).

11. Зниження собівартості вирощування соняшнику: що радять фахівці? URL: <https://superaгропоміч.com/articles/642-znijennya-sobivartosti-viroshchuvannya-sonyashnyku-scho-radyat-fahivtsi> (дата звернення: 22.08.2023)

12. Іванова Л. О., Музика О. М. Кон'юнктура ринків: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії. 2011. 447 с.

13. Калінік М. В., Ільчук М. М., Новосельцева А. М. Розвиток підприємств олійножирового підкомплексу в системі євроінтеграції. монографія. Київ: НІІ «АЕ»/2014. 224 с.

14. Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Основи економічної кон'юнктури: навчальний посібник. К.: ТОВ «Знання», 2004. 224 с.

15. Кваша С. М., Григор'єв С. О. Сутність та особливості аграрного ринку. Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка. 2016. Т. 21. Випуск 8. С. 56-59.

16. Квітка Г. О. Підвищення врожайності соняшнику та ріпаку: фактори впливу. Пропозиція. 2014. № 1. С. 8-10.

17. Кирпа М. Збирання та збереження ріпаку. Спецвипуск. Пропозиція. Осимий ріпак від А до Я. 2017. № 20. С. 16-48.

18. Кричевський І. АгроCheck: експортне мито на соняшник зробило Україну №1 з виробництва олії. Agravery: Аграрне інформаційне агентство. 2018. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/agrocheck-eksporne-mito-na-sonasnik-zrobilo-ukrainu-no1-z-vyrobnictva-olii>. (дата звернення: 22.08.2023).

19. Кропивко М. Ф. Стратегічне бачення аграрного устрою України. Економіка АПК. 2017. № 4. С. 5-8.

20. Кузьменко С. В., Буряк Р. І. Дослідження кон'юнктури ринків агропродовольчої продукції: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 685 с.

21. Курач О. В. Вплив систем удобрення на продуктивність ріпаку озимого. Науково-технічний бюлетень Інституту олійних культур НААН. 2022. № 32. С. 63-72.

22. Лозовський О. М. Оцінка та перспективи розвитку експортних можливостей олійно-жирової галузі України. Економічний форум. 2016. №3. С. 43-50.

23. Лупенко Ю. О. Інноваційно-технологічне забезпечення ефективності функціонування аграрної сфери. Економіка АПК. 2017. №1. С. 103-109.

24. Мостенська Т. Л., Мостенська Т. Г., Ралко О. С. Управління проектами: навчальний посібник. К.: Кондор, 2018. 592 с.

25. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харків: ХНАМФ, 2010. 249 с.

26. Огляд українського ринку сонячнику та соняшникової олії - 2022/23. URL: <http://shareupotential.com/ru/BE/ukrainian-podsolnechnik-maslo-2023.html> (дата звернення: 11.08.2023).

27. Онищенко О. В. Інноваційний шлях розвитку олійно-жирової галузі. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2018. №7. С. 114-122.

28. Осташко Т. О. Експорт агропродовольчих товарів в ЄС: перспективи і завдання. Економіка і прогнозування. 2016. № 1. С. 83-94. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2016.01.083> (дата звернення 23.09.2023).

29. Офіційний сайт асоціації «Укरोїлпром». URL: <https://ukroilprom.org.ua/news/reytyngy-vyrobnykiv-oliyno-zhyrovoy-produktsiy-190/> (дата звернення: 22.08.2023).

30. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 11.09.2023).

31. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://me.gov.ua/> (дата звернення: 11.08.2023).

32. Палієнко І. Нові правила відшкодування ПДВ для олійних культур: що це дасть Україні. Економічна правда. Економічний інформаційний портал. 2017.

URL: <http://www.epravda.com.ua/columns/2017/12/12/632091> (дата звернення: 20.08.2023).

33. Педорченко А. П., О.О. Шпичак О. О. Дієвість податку на додану вартість при експорті продукції рослинництва. Економіка АПК. 2020. №1. С. 101-110.

34. Петриченко В. Ф., Воронєцька І. С. Виробництво олійних культур в Україні: сучасні виклики та перспективи. Економіка АПК. 2017. № 10. С. 32-40.

35. Прогнози та сценарії відновлення аграрного сектора України, 2023-2025 рр. <https://ukragroconsult.com/news/prognozy-ta-sczenariyi-vidnovlennya-agrarnogo-sektora-ukrayiny-v-2023-2025rr/> (дата звернення 01.09.2023).

36. Пугачова К. М., Шеремет О. О. Зовнішньоторговельні відносини України з ЄС. Економіка АПК. 2018. № 2. С. 85-88.

37. Рудік Н. М. Особливості формування та перспективи розвитку ринку олійно-жирової продукції. Агросвіт. 2019. №24. С. 59-65.

38. Світовий ринок олійних культур (АПК-Інформ: ПІДСУМКИ №2 (104) лютий 2023). URL: <https://www.apk-inform.com/uk/analitves/1532359> (дата звернення 22.08.2023).

39. Семенда Д. К., Семенда О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку технічних культур в Україні. Агросвіт. 2019. №6. С. 65-74.

40. Суурун О.М. Економічна ефективність вирощування соняшнику в умовах Слобожанщини. Економіка АПК. 2017. № 11 С. 74-78.

41. Сусід України, Болгарія, може у подальшому стати потужним конкурентом та експортером олійних культур. URL: <https://glavcom.ua/world/world-economy/stalo-vidomo-khto-stav-potuzhnim-konkurentom-ukrajini-na-olijnomu-rinku-911683.html> (дата звернення: 13.08.2023).

42. Талавиря М. П., Шарковська С. О. Формування та функціонування ринку соняшнику в Україні. Економіка АПК. 2018. №8. С. 76-81.

43. Тулуш Л. Д., Грищенко Д. Ю. Фіскальне регулювання розвитку ринку олійних культур в Україні. Економіка АПК. 2018. №5. С. 63-67.

44. Український ринок ріпаку: високий світовий попит формує нові торгові потоки. URL: <https://www.apk-info.com/uk/exclusive/topic/1522808> (дата звернення 21.06.2023).

45. Чехов С. А. Аналіз пропозиції на вітчизняному ринку ріпаку. Економічний дискурс. 2016. № 1. С. 51-60.

46. Чехов С. А., Чехова Г. В. Оцінка ефективності виробництва соняшнику в Україні/ Економічний простір. 2018. № 136. С. 119-130.

47. Чехова Г. В., Чехов С. А. Ринок ріпаку змінює вектори розвитку. Пропозиція. 2017. № 1 (257). С. 156-159.

48. Шабатура Т. С., Нертенко О. П. Експортний потенціал підприємств агропродовольчого сектору України. Приазовський економічний вісник. 2019. Випуск 2 (137). С. 195-200.

49. Шпичак О. М., Лупенко Ю. О., Боднар О. В. та ін. Аналіз поточної кон'юнктури і прогноз ринків рослинницької продукції в Україні та світі: монографія. К.: «ННЦ «ІАЕ» 2015. 336 с.

50. Buryak R. I., Kuzmenko S. V., Heraimovych V. L. The concept of enterprises sustainable development management: Monography. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. 623 p.

51. This quarterly service (available on USB drive) provides a unique compilation of CIL WORLD data. URL: <https://www.oilworld.biz/publications/data-base> (last accessed: 25.08.2023).

52. United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service/ Market and Trade Data. URL: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>. (last accessed: 16.06.2023)