

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри адміністративного
менеджменту та ЗЕД

Олена КОВТУН

_____ (підпис)

" ____ " _____ 2025 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

«Формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України»

Спеціальність

073 «Менеджмент»

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

Віра БУТЕНКО

_____ (підпис)

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
д.е.н., професор

Марат ІБАТУЛЛІН

_____ (підпис)

Виконав (ла)

Ангеліна
ЩЕРБИНА

_____ (підпис)

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту**

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри адміністративного
менеджменту та ЗЕД**

к.е.н., доц. _____ Олена КОВТУН
(підпис)

" 14 " _____ грудня _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи студенту

Щербина Ангеліна Володимирівна

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України»**

затверджена наказом ректора НУБіП України від «12» грудня 2024 р. № 2223
«С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру _____ 2025.05.29

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі акти, навчальна та наукова література, офіційні статистичні матеріали, звіти та оперативні матеріали, дані міжнародної статистики та публікації наукових установ _____

Перелік питань, які потрібно розробити:

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Перелік графічних документів: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання « 14 » _____ грудня _____ 2024 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

_____ **Марат ІБАТУЛЛІН**

**Завдання прийняв до
виконання**

_____ **Ангеліна ЩЕРБИНА**

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ.....	7
1.1. Сутність експортного потенціалу олійно-жирової галузі: поняття, структура та значення для економіки	7
1.2. Механізми формування експортного потенціалу: фактори впливу та інструменти стимулювання.....	10
1.3. Особливості функціонування олійно-жирової галузі у міжнародному торговельному середовищі.....	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ.....	18
2.1. Світова кон'юнктура ринку олійно-жирової продукції	18
2.2. Аналіз експортного потенціалу олійно-жирової галузі в Україні	24
2.3. Дослідження експортної діяльності підприємств олійно-жирової галузі.	28
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ.....	33
3.1. Світовий досвід розвитку експортного потенціалу олійно-жирової галузі	33
3.2. Державне регулювання та підтримка експорту олійно-жирової продукції в Україні.....	39
3.3. Підвищення економічної ефективності експорту продукції олійно-жирової галузі: стратегічні напрями та інструменти	42
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації економіки та активного розвитку міжнародної торгівлі формування експортного потенціалу агропромислового комплексу України, зокрема олійно-жирової галузі, набуває особливої актуальності. Україна є одним із провідних світових виробників та експортерів олійних культур і продукції їхньої переробки. Значні природно-кліматичні ресурси, наявність виробничих потужностей, високий рівень зовнішнього попиту та сприятливе географічне розташування сприяють зміцненню позицій України на міжнародному ринку. Водночас, нестабільність політичного середовища, воєнні дії, обмеження на логістичні шляхи та коливання світових цін вимагають нових підходів до формування ефективної експортної стратегії в межах галузі.

Актуальність теми полягає в необхідності обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної олійно-жирової продукції на зовнішніх ринках, адаптації до сучасних умов торгівлі та розвитку нових логістичних маршрутів. Забезпечення стійкого зростання експортного потенціалу галузі є ключовим чинником економічної стабільності та продовольчої безпеки країни.

Метою дослідження є виявлення ключових факторів формування та реалізації експортного потенціалу олійно-жирової галузі України, аналіз сучасного стану та перспектив її розвитку на міжнародному рівні.

Завдання дослідження передбачають:

аналіз сучасного стану олійно-жирової галузі України;

ослідження структури та динаміки експорту продукції галузі;

виявлення основних проблем та бар'єрів на шляху розширення експортного потенціалу;

обґрунтування напрямів та інструментів активізації експортної діяльності;

цінка впливу зовнішньоекономічних чинників на розвиток галузі.

Об'єктом дослідження є експортна діяльність підприємств олійно-жирової галузі України.

Предметом дослідження виступає сукупність економічних, організаційних та інституційних механізмів формування експортного потенціалу галузі.

Методи дослідження, застосовані у роботі, включають: загальнонаукові методи аналізу та синтезу, статистичний аналіз, порівняльний метод, графічний метод для візуалізації динаміки показників, а також методи економічного моделювання.

Наукова новизна дослідження полягає у систематизації чинників, що впливають на формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України, та розробці практичних рекомендацій щодо його активізації в умовах сучасних економічних викликів. У роботі запропоновано комплекс заходів щодо диверсифікації експортних ринків та підвищення ефективності логістичних ланцюгів, адаптованих до умов воєнного стану та глобальної нестабільності.

Це дослідження є внеском у формування стратегічних підходів до розвитку експортного потенціалу одного з найважливіших секторів української економіки, орієнтованих на зміцнення міжнародних позицій та підвищення національної конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Сутність експортного потенціалу олійно-жирової галузі: поняття, структура та значення для економіки

У сучасних умовах глобалізації світової економіки та загострення конкурентної боротьби на міжнародних ринках дедалі більшого значення набуває питання формування та ефективного використання експортного потенціалу окремих галузей національної економіки. Для України, яка володіє потужною аграрною базою та є одним із провідних світових експортерів сільськогосподарської продукції, питання розвитку експортного потенціалу, зокрема в межах олійно-жирової галузі, набуває стратегічного значення [1].

Поняття експортного потенціалу галузі охоплює сукупність можливостей та ресурсів, які дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію з метою її реалізації на зовнішніх ринках. У загальному вигляді експортний потенціал галузі визначається як інтегральна характеристика її здатності генерувати товарний обсяг, що відповідає вимогам зовнішніх споживачів за якістю, ціною, обсягами та стабільністю постачання. Це поняття є багатограним і включає як виробничо-технологічну базу, так і організаційно-економічні, маркетингові, логістичні, фінансові й інституційні чинники, які безпосередньо або опосередковано впливають на здатність галузі забезпечувати сталі обсяги експорту.

Слід зазначити, що експортний потенціал не є сталою величиною — він формується під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, змінюється з часом, залежно від рівня розвитку технологій, динаміки світового попиту, коливань цін на міжнародних ринках, політичної ситуації, умов доступу до ринків, регуляторного середовища тощо. Тому дослідження експортного потенціалу потребує комплексного та системного підходу.

Структура експортного потенціалу галузі охоплює низку ключових складових, кожна з яких відіграє важливу роль у формуванні загальної здатності галузі виходити на зовнішні ринки та ефективно конкурувати на них. Основними структурними елементами експортного потенціалу галузі є:

1. Виробничий потенціал — включає в себе обсяг та якість виробничих потужностей, рівень технічного оснащення підприємств, наявність інноваційних технологій, ефективність виробничих процесів, рівень механізації й автоматизації. У контексті олійно-жирової галузі це — наявність підприємств із переробки олійних культур, сучасне обладнання для виробництва олії, маргаринової продукції, шроту, високопродуктивні аграрні господарства.
2. Сировинна база — визначається наявністю та стабільністю постачання олійних культур, таких як соняшник, соя, ріпак. Україна має значний аграрний ресурсний потенціал, проте нестабільність кліматичних умов, зменшення посівних площ, вплив воєнного стану можуть створювати додаткові ризики.
3. Науково-технічний потенціал — охоплює рівень наукових досліджень у галузі, впровадження інновацій, наявність науково-дослідних установ, здатність до технічної модернізації та підвищення якості продукції. Це також охоплює здатність галузі швидко адаптуватися до нових технологічних стандартів та вимог міжнародного ринку.
4. Логістична інфраструктура — включає транспортні шляхи, морські та річкові порти, залізничне та автомобільне сполучення, наявність складів, терміналів, логістичних хабів. Для олійно-жирової галузі критично важливо забезпечити безперебійну логістику продукції з підприємств до портів і, далі, до зовнішніх ринків. Особливої актуальності ця складова набула після початку повномасштабного вторгнення, коли було частково втрачено доступ до традиційних логістичних каналів.
5. Кадровий потенціал — характеризується наявністю кваліфікованих спеціалістів у сфері аграрного виробництва, переробки, логістики,

міжнародної торгівлі, маркетингу. Людський капітал є одним із найважливіших ресурсів, що формує ефективність реалізації експортного потенціалу.

6. Маркетинговий потенціал — охоплює здатність галузі формувати попит на свою продукцію за кордоном, позиціонувати її на міжнародних ринках, здійснювати брендинг, дослідження ринку, просування, укладення контрактів та підтримку зв'язків із торговими партнерами.
7. Регуляторно-правове середовище — включає норми законодавства, що регулюють експортну діяльність, податкову політику, митні процедури, наявність угод про вільну торгівлю, сертифікацію та відповідність продукції міжнародним стандартам. Злагоджена регуляторна політика держави може суттєво сприяти активізації експортної діяльності, тоді як нестабільність або складність регуляторних процедур — навпаки, стримувати її.
8. Фінансовий потенціал — передбачає наявність джерел фінансування виробництва, обігового капіталу, інвестицій у модернізацію підприємств, підтримку експортоорієнтованих проєктів, кредитування зовнішньоекономічної діяльності. Також важливим аспектом є доступ українських підприємств до міжнародних фінансових ринків та експортного страхування.

Усі зазначені компоненти взаємопов'язані та формують інтегральну систему експортного потенціалу галузі. Ослаблення однієї з них може негативно вплинути на загальну здатність галузі ефективно функціонувати на світовому ринку. Наприклад, за умов високої якості продукції, але низької логістичної доступності або відсутності міжнародної сертифікації, потенційні обсяги експорту можуть залишатися нереалізованими [2].

Важливим аспектом структури експортного потенціалу є також гнучкість галузі — тобто її здатність адаптуватися до змін кон'юнктури світового ринку, політичних умов, торговельних бар'єрів. У цьому контексті ключовим є розвиток стратегічного управління експортним потенціалом, що передбачає

довгострокове планування, інвестування у розвиток усіх компонентів потенціалу, диверсифікацію ринків збуту та партнерств.

Таким чином, експортний потенціал галузі — це не лише обсяги продукції, які можуть бути поставлені на зовнішні ринки, а перш за все — здатність цієї галузі стабільно функціонувати в умовах міжнародної конкуренції, використовуючи усі наявні ресурси, управлінські та інноваційні інструменти. Саме тому важливо не лише збільшувати обсяги виробництва, але й працювати над покращенням якості продукції, розвитком логістики, пошуком нових ринків та постійним удосконаленням внутрішньої організації виробничих та експортних процесів [3].

Загалом, ефективне формування та використання експортного потенціалу олійно-жирової галузі України може стати вагомим чинником економічного зростання, підвищення валютних надходжень, створення робочих місць та інтеграції України у світову економіку на якісно новому рівні.

1.2. Механізми формування експортного потенціалу: фактори впливу та інструменти стимулювання

У контексті глобалізації та поглиблення інтеграційних процесів у світовій економіці формування й ефективне використання експортного потенціалу набуває особливого значення для країн, що розвиваються. Україна, зокрема, володіючи значними природними, трудовими та виробничими ресурсами, має реальні передумови для розвитку експортної діяльності, особливо в окремих галузях, таких як агропромисловий комплекс, машинобудування, харчова та хімічна промисловість. Однак потенціал сам по собі не є гарантією успіху — його реалізація залежить від сукупності факторів, які прямо або опосередковано впливають на експортну спроможність країни чи окремої галузі.

Умовно фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу, можна класифікувати на внутрішні та зовнішні, економічні та неекономічні, постійні та змінні, а також об'єктивні та суб'єктивні. Такий поділ дозволяє краще

зрозуміти їхню природу, взаємозв'язки й механізми впливу на експортну діяльність [4].

Наявність сучасного, енергоефективного та високопродуктивного обладнання визначає конкурентоспроможність продукції. Галузі, які мають застарілі технології, не здатні забезпечити продукцію належної якості та з оптимальними витратами, що автоматично знижує їхню привабливість на зовнішніх ринках. Наявність стабільного доступу до якісної сировини визначає можливість галузі безперебійно забезпечувати виробничий процес і відповідати на запити зовнішнього попиту. Зокрема, для олійно-жирової галузі важливим фактором є доступність насіння соняшника, сої, ріпаку.

Низька продуктивність праці та висока собівартість є стримуючими чинниками для виходу на зовнішні ринки, особливо в умовах цінової конкуренції. Навпаки, ефективне використання ресурсів і оптимізація витрат сприяє зростанню експортного потенціалу.

Залучення інвестицій у модернізацію виробництва, розвиток логістики, сертифікацію та маркетинг створює передумови для формування стійкого експортного потенціалу. Особливо важливими є інвестиції у сфери з високою доданою вартістю.

Попит на певні види продукції, коливання цін, зміна споживчих уподобань та технологічних стандартів впливають на можливість реалізувати вироблений товар за кордоном. Наприклад, підвищення попиту на органічну продукцію може стимулювати переорієнтацію виробництва в бік екологічно чистих технологій.

Наявність сильних гравців на зовнішньому ринку формує конкурентне середовище, в якому українські компанії змушені боротися не лише ціною, а й якістю, логістикою, маркетингом, іміджем тощо. Без системної підтримки та модернізації виробництва складно витримати таку конкуренцію [5].

Наявність угод про вільну торгівлю, митні союзи або бар'єри у вигляді квот, ліцензій, тарифів істотно впливають на доступ до іноземних ринків. Наприклад, асоціація з ЄС відкрила нові можливості для експорту, але водночас потребувала відповідності європейським стандартам.

Чітке, прозоре та стабільне законодавство у сфері зовнішньоекономічної діяльності стимулює бізнес до експорту. Надмірне регуляторне навантаження, нестабільність правил, корупція та бюрократія, навпаки, знижують бажання підприємств виходити на міжнародні ринки. Програми державного стимулювання, такі як податкові пільги, експортне страхування, участь у виставках, торговельні місії, кредити під гарантії держави — все це важливі механізми підвищення експортного потенціалу. Успішні приклади таких підходів існують у Польщі, Німеччині, Туреччині [6].

На фоні воєнного конфлікту, політичної напруги чи змін урядової політики іноземні партнери можуть відмовлятися від співпраці. Експортна активність часто залежить від репутації країни на міжнародній арені та довіри до її урядових інституцій.

Наявність якісних автошляхів, залізниці, портів, складів, терміналів — критично важлива умова для забезпечення ефективного експорту. У країнах із недостатньо розвиненою інфраструктурою витрати на логістику зростають, а якість обслуговування знижується. Близькість до торговельних партнерів, наявність спільних кордонів, вихід до моря або водних артерій істотно впливають на швидкість та вартість доставки продукції. Україна має потенційно вигідне географічне положення, проте його реалізація залежить від умов війни та доступності шляхів.

Рівень освіти, професійна підготовка, наявність фахівців у сфері менеджменту, маркетингу, логістики, ЗЕД формують кадровий потенціал для розвитку експорту. Експортна діяльність вимагає високої професійності, знання іноземних мов, навичок міжнародного ведення бізнесу. Довіра до країни-виробника, бренду, досвіду участі у міжнародних ланцюгах постачання формують споживчу поведінку на зовнішніх ринках. Висока якість продукції, відповідність стандартам, екологічність, сертифікація — усе це впливає на імідж країни як експортера [7].

Своєчасний моніторинг тенденцій зовнішніх ринків, участь у міжнародних виставках, аналітика, інформаційна підтримка є важливою умовою орієнтації на

потреби іноземних споживачів. Брак інформації або її несвоєчасне отримання може стати бар'єром для ефективного виходу на ринки.

Інтернет-комерція, цифровий маркетинг, CRM-системи, електронний документообіг, системи електронної логістики — усе це інструменти, що дозволяють значно спростити процес експорту. Компанії, які ефективно використовують ІТ-рішення, мають конкурентні переваги [8].

Таким чином, розвиток експортного потенціалу є складним багаторівневим процесом, що залежить від великої кількості взаємопов'язаних факторів. Успішна експортна стратегія має враховувати як внутрішні резерви, так і виклики зовнішнього середовища. Для України, яка прагне зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, важливо впроваджувати системні реформи, підтримувати виробників, сприяти інтеграції в глобальні ланцюги вартості та забезпечити сприятливі умови для розвитку експортного потенціалу у всіх його проявах.

1.3. Особливості функціонування олійно-жирової галузі у міжнародному торговельному середовищі

Олійно-жирова продукція посідає вагоме місце у структурі світової торгівлі продовольчими товарами, оскільки є важливим джерелом рослинних жирів для харчових, кормових та технічних цілей. Упродовж останніх десятиліть спостерігається стійке зростання попиту на рослинні олії, що зумовлено кількома глобальними факторами: зростанням населення, підвищенням рівня доходів у країнах, що розвиваються, урбанізацією, а також поширенням здорового способу життя, в основі якого лежить відмова від тваринних жирів. У такому контексті важливу роль відіграє Україна — один із провідних світових експортерів рослинної олії, зокрема соняшникової.

Світовий ринок олійно-жирової продукції характеризується високим рівнем конкуренції, динамічністю цінових коливань та залежністю від погодних умов. Основними видами рослинних олій, що мають найбільший попит, є

пальмова, соєва, ріпакова, соняшникова, бавовникова, кукурудзяна та арахісова. Пальмова олія є найпоширенішою у світі, значною мірою через її дешевизну та універсальність у використанні.

Основні країни-виробники пальмової олії — Індонезія та Малайзія, на які припадає понад 80% світового виробництва. Соєва олія домінує у Південній та Північній Америці, особливо в Бразилії, Аргентині та США. Ріпакова олія широко виробляється в Канаді, Європейському Союзі, Китаї, тоді як соняшникова — переважно в Україні, країнах Азії та ЄС.

Світовий попит на олійно-жирову продукцію має сталу тенденцію до зростання. Водночас посилюються екологічні та соціальні вимоги до виробництва, зокрема щодо вирубки лісів під плантації, використання пестицидів, умов праці тощо. Зростає попит на органічну продукцію, а також на біоолії — альтернативні джерела енергії на основі рослинних жирів [9].

Світовий експорт рослинної олії має досить чітку регіональну структуру. Індонезія та Малайзія експортують переважно пальмову олію, тоді як США, Аргентина та Бразилія — соєву. Україна та Росія виступають основними постачальниками соняшникової олії. Європейські країни здебільшого є нето-імпортерами олійно-жирової продукції.

В останні роки основними напрямками експорту стали країни Азії (Індія, Китай, Туреччина), Близького Сходу, Африки та Європейського Союзу. У структурі споживання провідне місце займає харчова промисловість, однак все більшу частку становлять технічні потреби, зокрема виробництво біопалива. Цінова кон'юнктура на світовому ринку формується під впливом багатьох чинників: рівень урожайності олійних культур, врожаї в провідних країнах, глобальні кліматичні явища (наприклад, Ель-Ніньйо), валютні коливання, торговельна політика та геополітична ситуація.

Україна посідає провідне місце на світовому ринку соняшникової олії. За останні десять років країна утримує лідерство як найбільший експортер цієї продукції. Щороку Україна забезпечує до 50% світового експорту соняшникової

олії. Основними споживачами української продукції є Індія, Китай, країни ЄС, Туреччина, Ірак, Саудівська Аравія, Єгипет [10].

Розвиток олійно-жирового комплексу України став можливим завдяки низці чинників: сприятливим природно-кліматичним умовам для вирощування соняшника, наявності розвиненої переробної інфраструктури, високій якості продукції та активній зовнішньоекономічній діяльності. Україна не лише експортує сирій продукт, а й перероблену олію високої якості, що відповідає європейським та світовим стандартам.

Крім соняшникової олії, Україна нарощує експорт соєвої та ріпакової олії. Розширюються посівні площі під соєю, що сприяє диверсифікації структури експорту. Також спостерігається зростання експорту шроту та макухи — побічних продуктів переробки, які мають значний попит на ринку кормів для тваринництва.

Однією з ключових переваг України є повний цикл виробництва: від вирощування сировини до переробки та експорту готового продукту. Висока концентрація потужностей із переробки (зокрема на півдні країни), доступ до морських портів, порівняно невисока собівартість виробництва — усе це створює конкурентні умови.

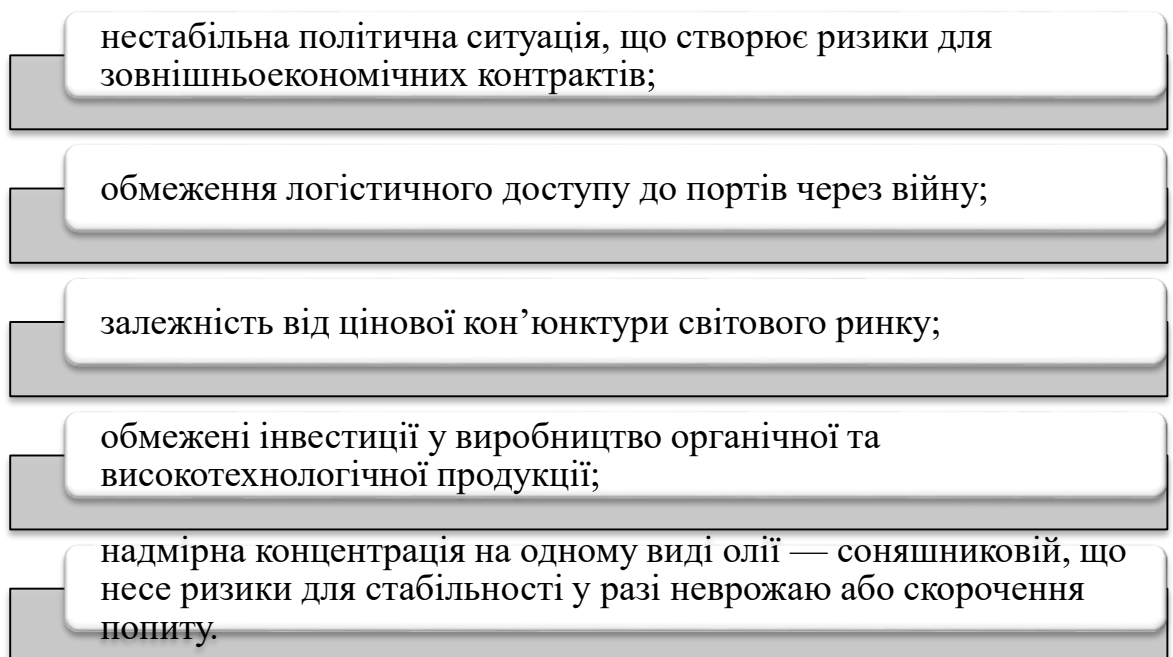


Рис. 1.1. Ряд проблем, які стримують розвиток олійно-жирової галузі

Також слід зазначити, що експортна модель передбачає вивезення значної частини доданої вартості за кордон. Переорієнтація на глибшу переробку, виробництво готової продукції (наприклад, майонезів, маргаринів, спредів) дозволила б залишати більше прибутку всередині країни.

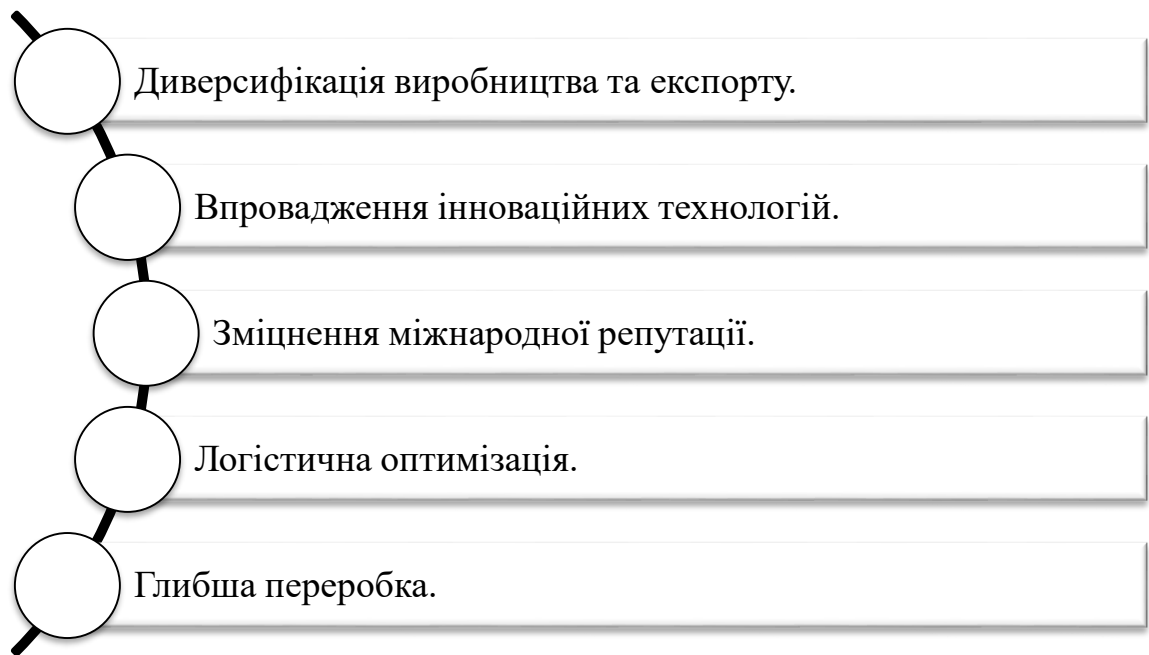


Рис. 1.2. Основні напрями подальшого зміцнення своїх позицій України на світовому ринку

Необхідно розширювати виробництво інших видів олії, зокрема соєвої, ріпакової, льняної, гірчичної, розвивати нішеві напрями — органічну олію, продукцію з високою доданою вартістю. Сучасне обладнання, автоматизація, цифрові рішення для логістики та обліку — все це сприяє підвищенню конкурентоспроможності. Участь у сертифікаційних програмах, дотримання екологічних та соціальних стандартів, відкритість до інвесторів дозволять Україні стати надійним гравцем на глобальному ринку.

В умовах обмеженого доступу до портів актуальним стає розвиток альтернативних маршрутів: залізничних, річкових, автомобільних, а також кооперація з країнами-сусідами. Виробництво кінцевої продукції — це не лише

шлях до економічного зростання, а й спосіб посилити позиції на міжнародних ринках [11].

Отже, світовий ринок олійно-жирової продукції є стратегічним сегментом міжнародної торгівлі, в якому Україна посідає чільне місце. Проте для збереження й зміцнення цих позицій необхідна системна політика, орієнтована на диверсифікацію, інновації, міжнародні стандарти та стійкість до зовнішніх викликів. Саме такий підхід дозволить перетворити олійно-жирову галузь на потужний рушій економічного зростання країни в умовах глобальної конкуренції.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Світова кон'юнктура ринку олійно-жирової продукції

Олійно-жирова галузь є однією з ключових у структурі аграрного сектору України та відіграє визначну роль у формуванні валютних надходжень держави. Протягом останніх десятиліть вона демонструє стабільну динаміку зростання, зумовлену як внутрішніми факторами, так і зовнішнім попитом. В умовах воєнної агресії Росії проти України галузь зазнала істотних викликів, однак змогла частково адаптуватися до нових умов функціонування, що свідчить про її гнучкість і стратегічну важливість [12].

Основу експортного потенціалу України в олійно-жировому секторі становить соняшникова олія, яка є основним продуктом переробки соняшнику — культури, що традиційно займає значну частку у структурі посівних площ. За останні 5 років Україна утримує позицію світового лідера з експорту соняшникової олії, формуючи понад 50% глобального експорту цього продукту. Разом із тим, країна активно нарощує потужності з переробки сої та ріпаку, що відкриває нові ринки збуту і сприяє диверсифікації експортної структури.

У 2021 році обсяг експорту продукції олійно-жирової промисловості України сягнув рекордних показників — понад 6 млн тонн соняшникової олії було поставлено на зовнішні ринки, що принесло державі понад 6,5 млрд дол. США валютної виручки. Основними покупцями української олії залишаються Індія, Китай, Єгипет, Туреччина та країни Європейського Союзу. Проте повномасштабна війна, що розпочалася у 2022 році, призвела до значного скорочення експорту через логістичні труднощі, блокаду портів та руйнування інфраструктури.

З метою подолання цих викликів було впроваджено «зернову ініціативу» під егідою ООН та Туреччини, яка, хоча і тимчасово, відкрила шлях для морських поставок, у тому числі й олійної продукції. Крім того, українські експортери активно шукають альтернативні логістичні маршрути через

дунайські порти, автоперевезення та залізничне сполучення з країнами ЄС. Це, у свою чергу, вимагає значних інвестицій у розвиток логістичної інфраструктури та митної інтеграції.

Станом на 2024 рік галузь частково відновила експортну активність, однак загальні обсяги залишаються нижчими за довоєнні. Експорт соняшникової олії склав близько 4,2 млн тонн, що на 30% менше порівняно з 2021 роком. Проте структура експорту змінилася — зросла частка глибше переробленої продукції, зокрема фасованої олії, соєвого шроту, маргаринової продукції, що свідчить про поступовий перехід до доданої вартості [13].

Варто зазначити, що основними факторами конкурентоспроможності української олійно-жирової продукції на світовому ринку залишаються висока якість, порівняно низька собівартість виробництва, сучасні технології переробки, а також стабільна сировинна база. Більшість українських підприємств мають сертифікати міжнародної якості (ISO, HACCP, GMP), що дозволяє їм виходити на вимогливі ринки ЄС і Північної Америки.

У середньостроковій перспективі важливо враховувати як виклики, так і нові можливості. До основних ризиків слід віднести триваючі бойові дії, нестабільність інфраструктури, високі логістичні витрати, дефіцит кадрів, а також глобальні коливання цін на ринку рослинних олій. У той же час перспективними є нішеві напрямки, зокрема органічна продукція, холодного віджиму олія, біоенергетика на основі побічних продуктів переробки.

Інтеграція України до європейського ринку через виконання Угоди про асоціацію також відкриває нові перспективи. ЄС поступово скасовує нетарифні бар'єри, що сприяє зростанню експорту готової продукції. З огляду на екологічні тренди, зростає попит на продукти з сертифікацією за стандартами сталого виробництва (наприклад, RSPO для пальмової олії або EU Organic). Українські підприємства можуть скористатися цими трендами, адаптувавши свої виробничі процеси та ланцюги постачання до відповідних вимог [14].

Також слід звернути увагу на потребу розвитку внутрішньої переробної інфраструктури. Частина виробників, маючи стабільну сировинну базу, змушена

продавати насіння сільгоспкультур замість переробки через дефіцит технічних потужностей, енергоносіїв чи доступу до кредитування. Уряду України варто спрямовувати інструменти фінансової підтримки та міжнародної допомоги саме на розвиток цієї частини ланцюга доданої вартості.

Щодо довгострокових перспектив, аналітики прогнозують, що за умов відновлення стабільного функціонування портової інфраструктури та продовження державної підтримки аграрного експорту Україна зможе відновити довоєнні обсяги експорту вже до 2026 року. Крім того, при правильній політиці диверсифікації продукції та виходу на нові ринки (зокрема, Африка, Південна Азія, Латинська Америка) можливо не лише повернути, а й перевищити попередні показники [15].

Отже, попри існуючі труднощі, експорт олійно-жирової продукції України має значний потенціал розвитку. Стійкість галузі, гнучкість підприємств, підтримка з боку міжнародних партнерів та поступова адаптація до вимог глобального ринку створюють передумови для подальшого зростання. Пріоритетними напрямками розвитку мають стати: модернізація виробництва, логістична незалежність, розширення асортименту продукції з доданою вартістю та географічна диверсифікація ринків збуту [16].

Олійно-жирова галузь України традиційно посідає провідне місце в агропромисловому комплексі, забезпечуючи суттєву частку надходжень від зовнішньоекономічної діяльності. У структурі виробництва галузі домінують соняшникова олія, соєва олія, ріпакова олія, маргаринові вироби, майонези та шрот. Динаміка обсягів виробництва і експорту цих продуктів є важливим індикатором економічної стійкості аграрного сектору країни. Період 2021–2025 років виявився критичним: галузь зазнала серйозних викликів через війну, перебудову логістичних ланцюгів та зміну географії попиту. Утім, навіть у кризових умовах Україна змогла зберегти частину позицій на глобальному ринку рослинних олій, поступово адаптуючи виробництво й експорт до нових реалій.

У 2021 році українська олійно-жирова промисловість досягла рекордних показників. Загальний обсяг виробництва соняшникової олії становив близько

6,9 млн тонн, із яких понад 6 млн тонн було експортовано. Частка соняшникової олії у світовому експорті сягала близько 51%, що утвердило Україну як світового лідера в цьому сегменті. Ріпакова олія демонструвала помірні темпи зростання — на рівні 0,32 млн тонн, із яких понад 70% постачалося на ринки ЄС. Виробництво соєвої олії становило 0,28 млн тонн, із яких близько 60% було експортовано [16].

2022 рік приніс радикальні зміни. Повномасштабна агресія Росії спричинила різке скорочення виробництва і експорту. Через блокаду морських портів, руйнування інфраструктури та проблеми з посівною кампанією виробництво соняшникової олії впало до 4,2 млн тонн, тобто на 39% порівняно з попереднім роком. Експорт зменшився до 3,3 млн тонн. При цьому ріпакова олія зазнала меншого спаду — близько 0,26 млн тонн, оскільки ріпак вирощувався у західних регіонах країни, менш уражених бойовими діями. Соєва олія також показала зменшення — до 0,22 млн тонн [18].

Завдяки міжнародній підтримці, частковому розблокуванню портів Чорного моря (в межах «зернової ініціативи») та переорієнтації логістики через дунайські порти, у 2023 році галузь почала демонструвати ознаки стабілізації. Виробництво соняшникової олії зросло до 5,1 млн тонн, експорт — до 4,2 млн тонн. Зросла й переробка сої, особливо на малих та середніх підприємствах, що дозволило вийти на обсяг у 0,25 млн тонн соєвої олії, з яких 0,18 млн тонн було експортовано. Цікаво, що на фоні дефіциту енергоресурсів збільшився попит на шрот і макуху як джерело кормів, що вплинуло на зростання внутрішнього споживання побічних продуктів переробки.

У 2024 році спостерігалось подальше відновлення виробництва. За офіційними даними, обсяг виробництва соняшникової олії становив 5,6 млн тонн, ріпакової — 0,29 млн тонн, соєвої — 0,27 млн тонн. Географія експорту змістилася: зменшилися поставки до Китаю через логістичні бар'єри, натомість зросли обсяги експорту до Туреччини, Румунії, Болгарії, а також нових ринків Африки (зокрема, Алжир, Ліберія, Судан). Основним позитивним фактором 2024 року стало зростання експорту фасованої продукції, що забезпечило вищу

додану вартість. Частка такої продукції у загальному обсязі експорту перевищила 10%.

Таблиця 2.1.

Динаміка виробництва та експорту олійно-жирової продукції зв 2021–
2025 рр.

Показники	2021	2022	2023	2024	2025	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Вирбництво соняшникової олії	6,9	4,2	5,1	5,6	5,9	-1	-14,49
Експорт соняшникової олії	6	3,3	4,2	4,7	5	-1	-16,67
Виробництво ріпакової олії	0,32	0,26	0,27	0,29	0,3	-0,02	-6,25
Експорт ріпакової олії	0,23	0,19	0,21	0,23	0,25	0,02	8,70
Виробництво соєвої олії	0,28	0,22	0,25	0,27	0,28	0	0,00
Експорт соєвої олії	0,17	0,14	0,18	0,2	0,22	0,05	29,41

Джерело: складено автором на основі [19].

У 2025 році ситуація дещо ускладнилася через нестабільність світових ринків, зростання конкуренції з боку Аргентини, Індії та країн Південно-Східної Азії. Утім, українські виробники, адаптовані до жорстких умов, змогли втримати темпи виробництва: соняшникової олії було вироблено 5,9 млн тонн, ріпакової — 0,3 млн тонн, соєвої — 0,28 млн тонн. Експорт залишився на рівні близько 5 млн тонн по всіх видах рослинних олій. Зріс експорт соєвого шроту — до 0,55 млн тонн. Уперше після 2021 року спостерігалось зростання обсягів виробництва маргаринової продукції — понад 90 тис. тонн, що частково орієнтовано на внутрішній ринок і країни Східної Європи [20].

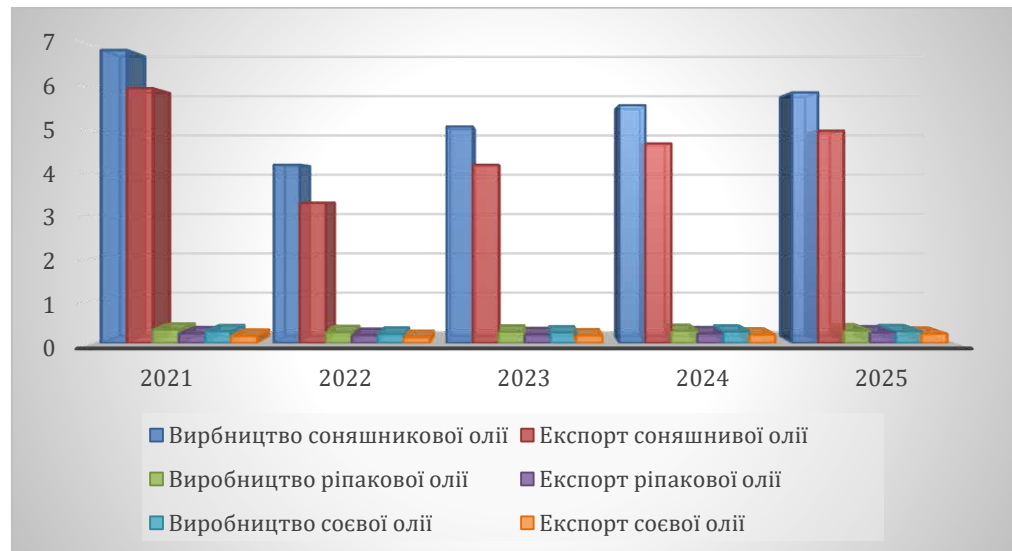


Рис. 2.1. Аналіз динаміки виробництва та експорту олійно-жирової продукції зв 2021–2025 рр.

Позитивним сигналом є те, що олійно-жирова галузь нарощує обсяги продукції з високою доданою вартістю. Так, експорт майонезів, маргарину та кулінарних жирів у 2025 році сягнув понад 42 тис. тонн, що майже удвічі більше, ніж у 2022 році. Це свідчить про зміну стратегій національних виробників — від експорту сировини до експорту продуктів глибокої переробки.

У контексті внутрішнього ринку варто зазначити зниження споживання рослинної олії у 2022–2023 рр. через скорочення доходів населення. У 2024–2025 роках ситуація стабілізувалася, проте внутрішній попит залишається меншим за довоєнний. Це дозволяє експортувати більші обсяги без шкоди для продовольчої безпеки [21].

Отже, динаміка виробництва та експорту основних видів продукції олійно-жирової галузі України у 2021–2025 роках демонструє циклічність, спричинену зовнішніми шоками, проте й водночас здатність до швидкої адаптації. Стратегічне значення галузі, її експортна орієнтованість, а також потенціал глибокої переробки створюють умови для подальшого зростання. Пріоритетними напрямками залишаються: інвестиції в інфраструктуру, розвиток фасованої продукції, підвищення якості та сертифікація за міжнародними стандартами, а також розширення географії експорту, зокрема за рахунок країн Африки, Близького Сходу та Азії [22].

2.2. Аналіз експортного потенціалу олійно-жирової галузі в Україні

Упродовж останніх років зовнішньоекономічна діяльність України зазнала глибоких змін, що були зумовлені не лише глобальними економічними трансформаціями, але й драматичними внутрішніми подіями — передусім, повномасштабною збройною агресією з боку Російської Федерації. Цей фактор істотно вплинув на структуру, географію та динаміку зовнішньої торгівлі України. Проте, попри численні виклики, країна зберегла експортну активність, продовжила розширення торговельних горизонтів і диверсифікувала коло партнерів [22].

У 2021 році структура зовнішньої торгівлі України залишалась відносно стабільною: основу експорту складала агропромислова продукція (зерно, олії, продукти переробки), метали, руди, продукція хімічної промисловості. Основними торговельними партнерами були Європейський Союз (близько 40% усього експорту), Китай, Туреччина, Індія та Єгипет. Загальний обсяг експорту в 2021 році сягнув близько 68 млрд дол. США.

З початком повномасштабної війни у 2022 році логістичні канали були частково зруйновані, порти — заблоковані, підприємства — зупинені. Як наслідок, експорт впав на понад 30%, а його географія зазнала істотних змін. Водночас Україна активно переорієнтовувалася на альтернативні шляхи: морські порти Дунайського кластеру (Ізмаїл, Рені), сухопутні переходи через Польщу, Словаччину, Угорщину та Румунію, логістичні хаби у Західній Україні.

ЄС залишається головним торговельним партнером України протягом усього періоду 2021–2025 років. Завдяки Угоді про асоціацію, зокрема Поглибленій і всеохоплюючій зоні вільної торгівлі (DCFTA), українські підприємства отримали доступ до ринку ЄС без митних бар'єрів для більшості товарів [23].

У 2021 році частка ЄС у загальному експорті України становила 39,9%. У 2022 році — вже понад 45%, а в 2023–2025 роках ця частка стабільно

утримувалася на рівні 48–50%. Основні країни-партнери: Польща, Німеччина, Італія, Нідерланди, Іспанія, Румунія. Особливо зросли обсяги експорту агропродовольчої продукції (зернові, соняшникова олія, м'ясо птиці), а також виробів металургії.

Таблиця 2.2.

ТОП-10 країн-партнерів за експортом за 2021–2025 рр.

Країна	2021	2022	2023	2024	2025
Польща	7,4	6,5	7,1	7,9	8,3
Китай	8	4,7	5,1	5,5	5,8
Туреччина	4,1	3,8	3,6	3,9	4,1
Німеччина	2,3	2,6	2,9	3,1	3,3
Індія	3,2	2,9	3,1	3,3	3,5
Італія	2,4	2,2	2,5	2,6	2,9
Нідерланди	2	1,9	2,1	2,2	2,4
Єгипет	2,2	1,5	1,9	2,1	2,2
Іспанія	1,8	1,6	1,8	2	2,1
Румунія	1,5	1,8	2	2,2	2,3

Джерело: складено автором на основі [22].

Польща виступила головним логістичним вузлом для українського експорту після 2022 року. Через її територію проходять значні обсяги залізничних та автомобільних перевезень. Крім того, Польща стала основним імпортером українського електричного обладнання, будівельних матеріалів, мінеральних продуктів.

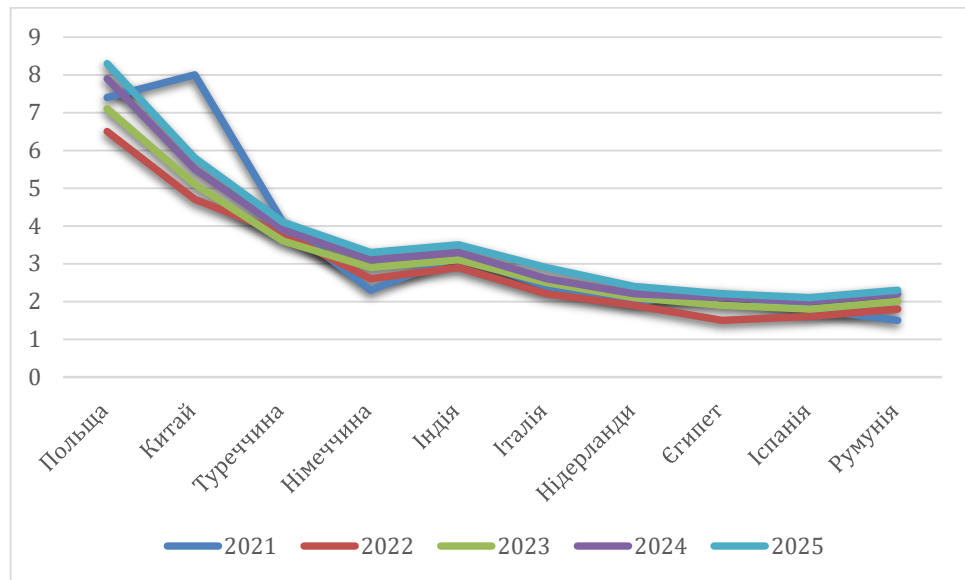


Рис. 2.1. ТОП-10 країн-партнерів за експортом за 2021–2025 рр.

До 2022 року Китай утримував першість серед окремих країн-імпортерів українських товарів. У 2021 році експорт до КНР перевищував 8 млрд дол. США, головними статтями були зернові (кукурудза), руди, соняшникова олія. Проте у 2022–2023 роках через ускладнення логістики та зростання напруженості у глобальній торгівлі обсяги експорту до Китаю зменшились [24].

Натомість зросла роль інших азійських ринків: Індії, Індонезії, Пакистану, Бангладеш. Зокрема, Індія стала стабільним імпортером української олії, а також сої та шроту. Бангладеш та Індонезія наростили закупівлю борошна, кукурудзи й цукру.

Також активізувалася торгівля з Об'єднаними Арабськими Еміратами, Саудівською Аравією та Катаром, зокрема у сфері агроекспорту та ІТ-послуг.

Туреччина була і залишається ключовим партнером України у Чорноморському регіоні. У 2021 році Туреччина посіла друге місце за обсягами імпорту українських товарів. Основні позиції: метали, зерно, соняшникова олія. Після початку війни Туреччина відіграла надзвичайно важливу роль у реалізації зернової ініціативи та зберігала активну торговельну співпрацю з Україною.

Єгипет — традиційний імпортер української кукурудзи та пшениці — зберіг значну частку ринку навіть попри обмеження в постачанні. Торгівля з країнами Близького Сходу залишалася стабільною в умовах війни, переважно через зростаючий попит на продовольство.

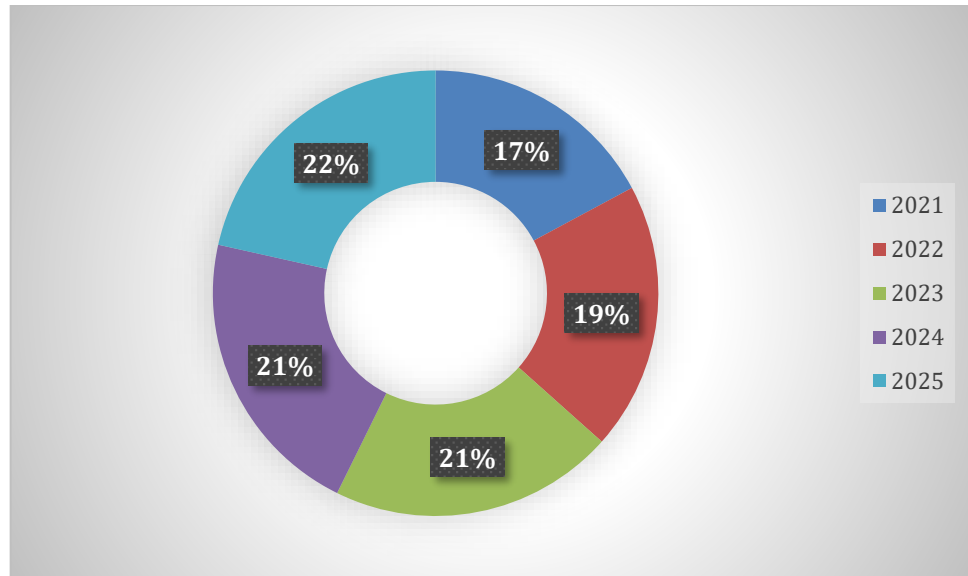


Рис. 2.2. Частка ЄС у загальному експорті України за 2021-2025 рр. (%)

Починаючи з 2022 року, Україна активізувала політику розширення присутності в Африці. Уряди Ефіопії, Кенії, Судану, Танзанії, Малі та інших країн проявили інтерес до закупівлі українських зернових і продуктів переробки. У 2023–2025 роках спостерігається стале зростання експорту до регіону Субсахарської Африки.

Окрему роль відіграє участь України у міжнародних гуманітарних програмах FAO та WFP (Продовольчої програми ООН), у межах яких українське зерно експортується у вигляді допомоги постраждалим країнам Африки.

Обсяги експорту до США та Канади залишаються порівняно незначними, однак зростають у нішевих сегментах: органічна продукція, IT-послуги, біопродукти, вироби машинобудування. У 2024–2025 роках Україна почала експортувати також продукти переробки (олія, маргарин) для української діаспори та етнічних магазинів у Північній Америці [2].

Щодо Латинської Америки, експортні зв'язки з Аргентиною, Бразилією, Чилі та Перу ще тільки формуються, однак спостерігається інтерес до соняшникової олії, зернових і продуктів переробки.

Після 2022 року зовнішньоекономічні зв'язки з РФ та Білоруссю були повністю припинені або заморожені. До цього частина експорту (особливо

металів, мінеральної продукції) ще надходила до цих країн. Станом на 2025 рік ці напрямки повністю втратили своє значення для України як торговельного партнера.

У 2023–2025 роках активно розвивалася інституційна підтримка експорту: державна установа «Офіс з розвитку підприємництва та експорту», програми фінансової підтримки від USAID, GIZ, EBRD. Це сприяло участі українських компаній у міжнародних виставках, B2B-платформах, а також відкриттю нових логістичних шляхів через Балкани та Скандинавію.

Поступово формується політика стратегічного «експортного інжинірингу», яка передбачає надання консультацій, сертифікації, оптимізації логістики для українських МСП, що прагнуть виходу на глобальні ринки [26].

Таким чином, упродовж 2021–2025 років зовнішньоекономічна карта України зазнала суттєвої трансформації. Попри скорочення загальних обсягів експорту в період воєнних дій, країна зуміла не лише зберегти ключові ринки, а й відкрити нові торговельні горизонти. Головними напрямками залишаються ЄС, Азія та Близький Схід, а стратегічна мета — подальша диверсифікація та експорт продукції з високою доданою вартістю.

2.3. Дослідження експортної діяльності підприємств олійно-жирової галузі

Олійно-жирова галузь є одним із стратегічних напрямів аграрного виробництва України. Протягом останніх двох десятиліть країна посідала лідируючі позиції на світовому ринку з виробництва та експорту соняшникової олії, активно нарощуючи обсяги переробки олійних культур, зокрема соняшнику, сої та ріпаку. Проте, попри значний потенціал, експорт олійно-жирової продукції України стикається з рядом системних проблем і зовнішніх обмежень, які стримують його стале зростання та знижують ефективність участі України в глобальних агропродовольчих ланцюгах [27].

Насамперед варто зазначити, що одним із ключових обмежень є логістична вразливість. Традиційно основним каналом експорту олії були морські порти

півдня України — Одеса, Чорноморськ, Південний. Проте з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році ці логістичні маршрути були заблоковані або функціонували з обмеженнями. Як наслідок, значна частина експортерів вимушена переорієнтовуватись на більш дорогі й повільні шляхи — дунайські порти (Ізмаїл, Рені), залізничні та автоперевезення через Польщу, Румунію, Словаччину. Це суттєво вплинуло на собівартість поставок, конкурентоспроможність продукції та оперативність виконання контрактів.

Другим важливим бар'єром є обмеженість інфраструктури зберігання та перевалки. Багато підприємств, особливо у центральних та північних регіонах, не мають достатньо потужностей для тривалого зберігання продукції або швидкої перевалки до альтернативних транспортних вузлів. Це призводить до затримок у постачанні, втрати контрактів і фінансових витрат. Ситуацію ускладнює дефіцит спеціалізованих резервуарів для зберігання рідкої продукції (олій), що є критично важливим для безпечного транспортування.

Таблиця 2.3.

Обсяги експорту основних продуктів галузі (тис. тонн)

Продукт	2021	2022	2023	2024
Соняшникова олія	4200	3900	4100	4300
Соєва олія	780	820	850	870
Рапсова олія	320	300	290	310

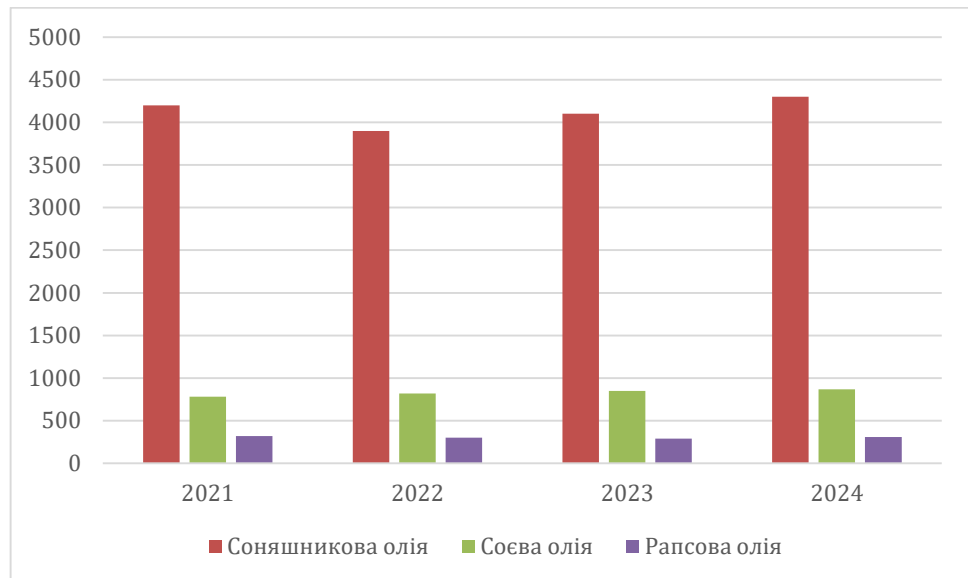


Рис. 2.3. Аналіз обсягів експорту основних продуктів галузі за 2021-2024 рр

Окрему проблему становить енергетична нестабільність. Унаслідок обстрілів енергетичної інфраструктури у 2022–2023 роках багато переробних підприємств залишались без електропостачання, що призводило до зупинки виробництва або роботи в обмеженому режимі. Така ситуація знижує прогнозованість і стабільність експорту, адже партнери за кордоном очікують від постачальника дотримання графіків, безперебійних поставок і відповідної якості продукції [28].

Серед внутрішніх обмежень важливу роль відіграє висока залежність від сировинної моделі експорту. Україна переважно постачає на зовнішні ринки сиру соняшкову олію та продукти первинної переробки (шрот, макуху), тоді як сегмент продукції з високою доданою вартістю — фасована олія, маргарини, майонези — залишається недостатньо розвиненим. Це означає втрату потенційного доходу, зменшення валютних надходжень та обмежену диверсифікацію експорту.

Ще одним стримувальним чинником є нерегульованість митно-тарифного регулювання в деяких країнах-імпортерах. Часто українські компанії стикаються з нетарифними бар'єрами — квотами, сертифікаційними вимогами, фітосанітарними обмеженнями, які є або занадто складними, або змінюються без попередження. Зокрема, при експорті до ЄС, незважаючи на зону вільної

торгівлі, частина продукції потребує проходження багаторівневої сертифікації, що вимагає часу, витрат і спеціалізованого супроводу.

Таблиця 2.4.

Експортна виручка підприємств галузі (млн дол. США)

Показник	2021	2022	2023	2024
Загальна виручка	5200	4900	5100	5300
Середня ціна за тонну	1237	1256	1244	1233

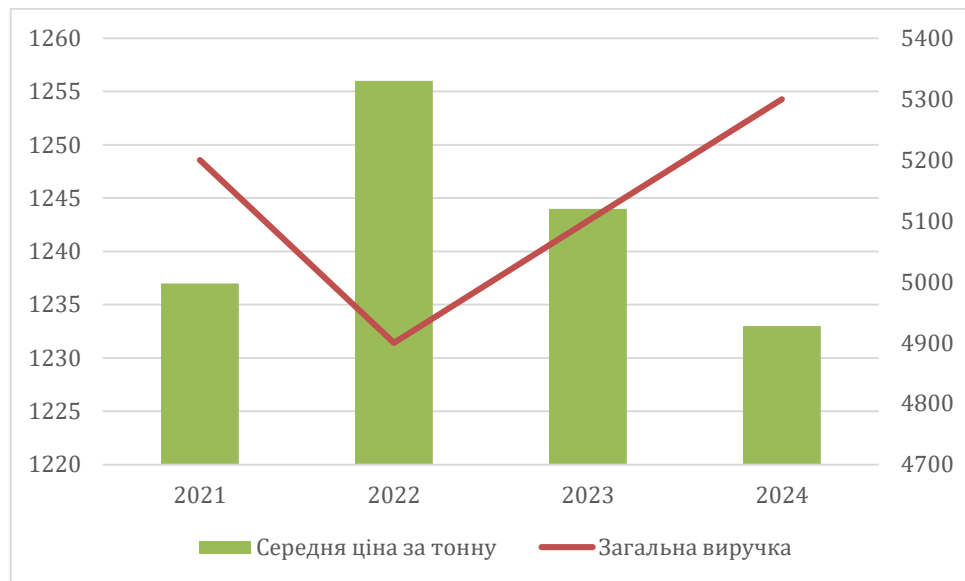


Рис. 2.4. Експортна виручка підприємств галузі за 2021-2024 рр.

Окрім того, важливо зазначити відносно слабе просування українських брендів на світовому ринку. У більшості випадків продукція експортується як *no-name bulk*, тобто сировина без упізнаваного виробника. Це робить українських експортерів більш вразливими до цінової конкуренції та знижує лояльність іноземних споживачів. Для успішної експансії в нові країни потрібні інвестиції в маркетинг, брендинг, участь у міжнародних виставках та діджитал-просуванні.

Також слід зважати на труднощі з кредитуванням аграрного сектору в умовах війни. Багато підприємств стикаються з проблемами доступу до обігового капіталу, необхідного для закупівлі сировини, підтримки виробництва та виконання експортних контрактів. Попри наявність державних програм

підтримки, їхня дія часто є обмеженою за обсягом або територіально недоступною [29].

На глобальному рівні одним із серйозних зовнішніх обмежень є волатильність світових цін на рослинні олії. Ринки олійних культур дуже чутливі до коливань погодних умов, політичної нестабільності, валютних курсів і зміни попиту в Азії та Близькому Сході. У певні періоди це може сприяти підвищенню прибутків, але загалом створює високі ризики для планування обсягів експорту та бюджетування галузі.

Крім того, значну роль відіграє геополітична напруженість та конкуренція з іншими експортерами. Наприклад, Аргентина, Бразилія, Росія, Малайзія активно просувають свої позиції на ринку рослинних олій, маючи кращу логістику або політичну підтримку в країнах-імпортерах. Це ускладнює входження української продукції до деяких регіонів та змушує наших виробників знижувати ціну задля утримання клієнтів.

Окремої уваги потребують екологічні та соціальні стандарти, які дедалі частіше стають умовою доступу до ринку ЄС і Північної Америки. Питання сталого землеробства, вуглецевого сліду, трудових умов, слідкування за ланцюгом поставок — усе це набуває ваги в системі оцінки постачальника. Для багатьох українських підприємств ці вимоги є новими або складними до імплементації.

Таким чином, спектр проблем та обмежень, з якими стикається експорт олійно-жирової продукції України, є комплексним: від інфраструктурних і логістичних до фінансових, регуляторних і маркетингових. Водночас розв'язання цих проблем може відкрити нові горизонти для розвитку. Це вимагає синергії дій з боку держави, бізнесу, міжнародних партнерів і галузевих асоціацій. Підвищення ефективності, прозорості, якості продукції, модернізація логістики та формування стійкого бренду «української олії» здатні зробити країну не просто постачальником сировини, а конкурентоспроможним гравцем на глобальному ринку переробленої агропродукції.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОЛІЙНО- ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

3.1. Світовий досвід розвитку експортного потенціалу олійно-жирової галузі

Олійно-жирова галузь є одним із ключових секторів агропромислового комплексу України, що формує значну частину валютної виручки країни та забезпечує її продовольчу безпеку. Протягом останніх років Україна утримує провідні позиції у світовому експорті соняшникової олії, соєвих та ріпакових продуктів. Водночас війна, глобальні трансформації на ринках і внутрішні структурні проблеми актуалізували необхідність посилення експортного потенціалу галузі. Це потребує системного підходу, орієнтованого на модернізацію виробництва, розвиток логістичної інфраструктури, диверсифікацію ринків та продуктів, а також інтеграцію у міжнародні ланцюги доданої вартості [30].

Одним із пріоритетних напрямів є розширення спектру експортованої продукції з високою доданою вартістю. Станом на сьогодні більшість експорту становить сира олія, шрот і макуха. Фасована продукція, майонези, маргаринові вироби, кулінарні жири — лише незначна частка. Для підвищення прибутковості експорту потрібно стимулювати інвестиції у глибоку переробку, створювати потужності для фасування та пакування згідно з вимогами міжнародних ринків, розвивати R&D напрям у технології виробництва нових жирів і кулінарних продуктів. Це дозволить виходити на конкурентні ринки з брендовою продукцією, а не лише сировиною.

Наступним важливим напрямом є інфраструктурне посилення логістичних можливостей. Заблоковані морські порти у 2022 році продемонстрували критичну залежність експорту від кількох транспортних вузлів. Тому держава має підтримувати розвиток альтернативних маршрутів: дунайських портів, залізничних переходів на західному кордоні, мультимодальних хабів у центральних і південних регіонах. Особливо важливо — інвестувати в логістику

наливної продукції (танки, резервуари, спеціалізовані термінали). Крім того, слід заохочувати створення логістичних кластерів навколо потужних виробників, які будуть не лише перевалочними, а й митно-сертифікаційними центрами.

Окрему увагу слід приділити цифровізації та прозорості експортної діяльності. Впровадження електронного документообігу, автоматизація сертифікаційних процедур, створення онлайн-платформ для контрахтування і відстеження партій продукції дозволить знизити транзакційні витрати, пришвидшити експортні операції та забезпечити контроль за якістю. Також варто активізувати використання блокчейн-рішень для відстеження походження продукції — це особливо актуально для ЄС і Північної Америки, де зростають вимоги до прозорості ланцюга постачання [31].

Наступний напрям — брендування та просування української продукції на міжнародному рівні. Українська соняшникова олія є якісною та екологічно чистою, однак майже не представлена як бренд. Державна політика має передбачати створення umbrella-бренду (на зразок "Ukrainian Sunflower Oil") та підтримку участі українських виробників у міжнародних виставках, ярмарках, промо-кампаніях. Крім того, потрібно розвивати дипломатію експорту — на рівні торговельних представництв, посольств і торгових місій — для відкриття нових ринків і усунення бар'єрів.

Не менш важливим є підвищення якості та відповідність продукції міжнародним стандартам. Для виходу на ринки ЄС, Японії, Канади, Сінгапуру потрібна сертифікація HACCP, ISO 22000, GMP+ та інші. Українські підприємства мають отримувати доступ до програм технічної допомоги щодо впровадження стандартів, залучення експертів, аудитів, лабораторного обладнання. Держава може співфінансувати процес сертифікації для МСП, що не мають достатніх ресурсів. Водночас варто розширити мережу акредитованих лабораторій у регіонах [32].

Ще один перспективний вектор — розвиток кооперації та кластеризації середніх і малих виробників. Об'єднання навколо експортних центрів дозволить зменшити витрати, спростити логістику, забезпечити необхідні обсяги для

великих контрактів і поліпшити переговорну позицію з покупцями. Такі моделі вже ефективно працюють у ЄС та Латинській Америці. Україна може перейняти досвід і створювати агропереробні кластери, що включають фермерів, логістів, переробників, фасувальників і експедиторів.

Важливе місце серед напрямів посилення експорту займає інституційна підтримка та гарантії для експортерів. Потрібна прозора і довгострокова експортна стратегія на рівні держави, оновлення законодавства щодо стимулювання експорту переробленої продукції, податкові пільги на інвестиції в модернізацію. Також слід розширити можливості страхування експортних ризиків (через Експортно-кредитне агентство), надання доступного фінансування під експортні контракти та страхування політичних ризиків у країнах з нестабільною ситуацією.

Окрему роль відіграє розширення географії експорту. Україна досі залежна від обмеженої кількості ключових ринків (Індія, Китай, Єгипет, Туреччина, ЄС). Водночас стрімко зростає попит на рослинні олії в країнах Африки, Латинської Америки, Південно-Східної Азії. Варто спрямувати зусилля на відкриття нових ринків шляхом укладення двосторонніх угод, визнання сертифікатів, аналізу ринкових ніш і локалізації продукції (маркування, упаковка, зміна жирності тощо) [33].

Крім того, слід приділити увагу екологізації та вуглецевому сліду. Все більше торговельних партнерів враховують екологічні критерії: використання енергії з відновлюваних джерел, біопалива, зменшення парникових викидів, управління залишками. Українська галузь має адаптуватися до зеленого переходу: впроваджувати екотехнології, використовувати соняшникову лузгу як паливо, оптимізувати витрати води, енергії та добрив.

Таким чином, посилення експортного потенціалу олійно-жирової галузі України вимагає не лише відновлення довоєнних обсягів, а й глибокої трансформації системи виробництва, логістики, управління якістю та маркетингу. Лише через впровадження сучасних стандартів, розвиток переробки та створення цінності всередині країни можливо зробити українську олію не

просто продуктом, а брендом. У цьому контексті важлива як державна підтримка, так і ініціатива самих виробників. За умови реалізації стратегічних напрямів галузь здатна не лише втримати лідерство, а й посісти гідне місце у глобальній системі продовольчої безпеки [34].

Олійно-жирова галузь України є ключовим елементом агропромислового комплексу та джерелом значних валютних надходжень до державного бюджету. В умовах воєнного стану, економічної нестабільності та глобальної турбулентності експорт продукції цієї галузі виконує не лише економічну, а й соціально-стратегічну функцію — забезпечує зайнятість, підтримує сільські території, сприяє стабільності валютного курсу. Саме тому державна підтримка та ефективне регулювання експорту в олійно-жировому секторі набувають особливого значення.

Одним із основних інструментів державного регулювання є податково-митна політика. Уряд України протягом останніх років активно адаптує систему оподаткування та митного регулювання відповідно до умов зони вільної торгівлі з ЄС та міжнародних зобов'язань у межах СОТ. Для експортерів олії та шроту встановлено спрощені митні процедури, діють пільги з ПДВ при експорті, передбачено механізми відшкодування податку в короткі строки. Також важливим кроком стала лібералізація валютного регулювання, яка дала змогу експортоорієнтованим підприємствам більш гнучко управляти коштами [35].

Паралельно держава реалізує фінансові механізми стимулювання експорту, серед яких вагоме місце посідає діяльність Експортно-кредитного агентства України (ЕКАУ). Це установа, яка надає страхування експортних контрактів, гарантії, а також полегшує доступ до фінансування для українських виробників. У галузі олійно-жирової продукції це особливо актуально, адже великі обсяги поставок потребують не лише виробничих ресурсів, а й кредитних ліній для закупівлі сировини, енергоносіїв, транспортних послуг. ЕКАУ дозволяє зменшити ризики при роботі з новими ринками, особливо в країнах Азії, Близького Сходу та Африки.

Варто відзначити і роль інфраструктурної підтримки, яку держава реалізує через державні інвестиційні програми, грантову допомогу, партнерські проєкти з міжнародними донорами. Йдеться про модернізацію портів, залізничних вузлів, створення мультимодальних логістичних центрів, розвиток прикордонної інфраструктури, яка критично важлива для безперервного експорту олії, особливо в умовах обмеженого доступу до чорноморських портів. Наприклад, модернізація дунайських портів Ізмаїл і Рені стала можливою завдяки державним і донорським інвестиціям, що дозволило суттєво наростити обсяги експорту олійної продукції у 2023–2024 роках.

Крім того, важливою є нормативно-правова підтримка експорту, яка реалізується через прийняття законів, підзаконних актів, постанов уряду, які створюють сприятливе середовище для роботи експортерів. Зокрема, введення експортної стратегії України 2022–2026 років передбачає комплексний підхід до розвитку ключових експортних галузей, серед яких аграрна продукція, в тому числі й олійно-жирова. Документ містить цілі щодо диверсифікації ринків, розвитку логістики, цифровізації процедур і покращення якості продукції [36].

Окремим напрямом підтримки є просування української продукції за кордоном. Через Офіс з розвитку підприємництва та експорту, а також ДУ "Дія.Бізнес", держава підтримує участь українських виробників у міжнародних виставках, форумах, торговельних місіях, допомагає з пошуком партнерів, аналізом ринку та підготовкою комерційних пропозицій. Зокрема, у 2023–2024 роках проводились торгові місії до країн Африки, Латинської Америки, Південної Азії, які стали платформою для просування української соняшникової та соєвої олії, шроту, фасованої продукції.

Важливо також відзначити інформаційно-аналітичну підтримку, яку надають державні та донорські організації. Йдеться про створення баз даних щодо потенційних ринків, проведення досліджень споживчих уподобань, моніторинг цінних трендів і логістичних витрат. Ці дані допомагають експортерам приймати обґрунтовані рішення, адаптувати упаковку, маркування, документообіг до конкретних вимог цільових країн. Доступ до такої інформації

особливо цінний для малих і середніх виробників, які не мають власних маркетингових відділів.

Крім підтримки, держава виконує також функцію регулятора, який має забезпечити прозорі, рівні й передбачувані умови для всіх учасників ринку. Зокрема, йдеться про регулювання якості продукції, стандартизацію, контроль за фальсифікатами, маркуванням, походженням товару. Це дозволяє зберігати довіру іноземних партнерів, запобігати торговим спорам і блокуванню поставок. Важливу роль тут відіграють фітосанітарна та ветеринарна служби, митна служба, а також служба держспоживстандарту [37].

Необхідно також посилювати інтеграцію державної політики з міжнародними ініціативами. Україна є учасником СОТ, уклала Угоду про асоціацію з ЄС, а також бере участь у програмах FAO, ITC, GIZ, USAID, що передбачають підтримку аграрного експорту. Ефективна координація дій на державному рівні дозволяє уникати дублювань, посилює позиції України на міжнародних переговорах, відкриває доступ до фінансування, грантів та навчальних програм для вітчизняних експортерів.

Серед викликів, які потребують подальшого регулювання, залишається необхідність реформування системи сертифікації. Вихід на нові ринки часто ускладнюється вимогами до якості, які різняться між країнами. Наявна система іноді є повільною та недружньою до бізнесу. Необхідно спростити та цифровізувати процеси отримання сертифікатів відповідності, фітосанітарних дозволів, перевірок лабораторій тощо. Також потрібно підвищити прозорість дій контролюючих органів і уникати дублювання процедур.

Ще одним важливим завданням є посилення регіональної взаємодії. Олійно-жирова галузь активно розвивається в окремих регіонах України (Кіровоградська, Полтавська, Вінницька області), однак не має єдиної платформи для обміну досвідом, просування експорту та спільного представлення на зовнішніх ринках. Держава може стимулювати створення галузевих кластерів, надавати їм методичну, фінансову та аналітичну підтримку [38].

Таким чином, державна підтримка й регулювання експорту в олійно-жировій галузі є складовою частиною економічної політики України. В умовах війни та глобальних змін вона має бути ще більш гнучкою, цільовою та орієнтованою на результат. Системне вдосконалення податкових, митних, інфраструктурних та інформаційних інструментів, підтримка малого й середнього бізнесу, брендування продукції, цифровізація та екологізація процедур — усе це формує сучасну експортну політику держави. Її реалізація створить нові можливості для українських виробників, підвищить конкурентоспроможність на світових ринках і забезпечить стабільний розвиток стратегічно важливої галузі економіки.

3.2. Державне регулювання та підтримка експорту олійно-жирової продукції в Україні

Сучасні реалії глобального агропродовольчого ринку формують нові вимоги до якості, безпечності, енергоефективності та сталості продукції. У такому контексті інноваційні технології відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності, особливо у стратегічних галузях, таких як олійно-жирова. В Україні ця галузь має високий експортний потенціал, однак для його реалізації необхідне активне впровадження технологічних рішень, здатних забезпечити високу якість продукції, зниження витрат, адаптацію до екологічних норм та вихід на нові ринки [39].

Однією з найважливіших сфер інновацій є технології пресування та екстракції олії, які визначають якість, вихід продукції та економічну ефективність. Традиційні методи холодного чи гарячого пресування постійно вдосконалюються: застосування гідравлічних пресів нового покоління, модернізація шнекових машин, використання систем контролю температури дозволяють мінімізувати втрати поживних речовин, зберегти смакові якості та знизити енерговитрати. Застосування надкритичних розчинників у процесі

екстракції (наприклад, CO₂) відкриває нові горизонти в отриманні високоякісної органічної продукції без шкідливих залишків.

Також стрімко розвиваються технології глибокої переробки та модифікації жирів. Це включає фракціонування, гідрогенізацію, переетерифікацію, які дозволяють отримувати різноманітні продукти для харчової, фармацевтичної, косметичної промисловості. Наприклад, фракціонування дає можливість виділити цінні компоненти, зокрема стеаринову та олеїнову фракції, які широко застосовуються у виробництві шоколаду, маргаринів, спредів. Завдяки цьому українські підприємства можуть вийти на ринки функціонального харчування, що стрімко зростають у світі.

Особливе значення має впровадження систем управління якістю на основі міжнародних стандартів (НАССР, ISO 22000, FSSC 22000), що базуються на цифрових технологіях. Інтеграція автоматизованих систем моніторингу та аналізу критичних точок (Critical Control Points), використання сенсорів для контролю температури, вологості, швидкості обертання обладнання сприяє підвищенню стабільності якості продукції, зменшенню браку, оперативному реагуванню на відхилення. Це, у свою чергу, забезпечує вищу довіру споживачів та партнерів, а отже — більшу конкурентоспроможність.

Вагомий вплив на галузь має інтелектуалізація виробництва — Індустрія 4.0. Впровадження штучного інтелекту, машинного навчання та Big Data в процесах агропереробки дозволяє прогнозувати споживчий попит, оптимізувати використання сировини, енергії та людських ресурсів. Наприклад, алгоритми на основі даних попередніх виробничих циклів можуть самостійно коригувати параметри обладнання для досягнення максимального виходу олії при мінімальних витратах. Це забезпечує більш точну й ефективну роботу навіть в умовах нестабільних зовнішніх факторів [40].

Серед технологічних рішень, що набувають поширення, — використання енергоощадного обладнання та відновлюваних джерел енергії. Зокрема, застосування парових котлів на біомасі, теплових насосів, рекуператорів тепла значно знижує енерговитрати у процесах сушіння, пресування, очищення. Деякі

підприємства вже частково перейшли на використання соняшникової лузги як біопалива, що не тільки знижує собівартість, а й сприяє екологічності виробництва, що важливо при виході на ринки ЄС та Північної Америки.

Окрему увагу заслуговують інновації в упаковці та маркуванні, що мають значення для споживчого вибору та збереження властивостей продукції. Використання багат шарових екобар'єрних матеріалів, біорозкладної тари, дозованих пакувань дозволяє продовжити термін придатності олії, забезпечити її зручне та безпечне транспортування. Смарт-упаковка з QR-кодами або NFC-чіпами дозволяє споживачам відстежити шлях продукції «від поля до полиці», що підвищує прозорість і довіру до бренду [41].

Не менш важливим напрямом інновацій є використання біотехнологій — наприклад, ферментаційних процесів для стабілізації жирів, отримання природних антиоксидантів для продовження терміну зберігання або створення функціональних інгредієнтів. Відповідні розробки дозволяють виробляти продукти без консервантів, з підвищеною харчовою цінністю, адаптовані до вимог здорового харчування. Це відкриває нові ніші для українських виробників, особливо на ринках ЄС, Канади, Японії.

Значну роль у підвищенні конкурентоспроможності відіграють інформаційні технології в управлінні збутом. Системи CRM, ERP, аналітика ринку в реальному часі дають змогу краще розуміти клієнтів, управляти контрактами, планувати логістику та адаптувати цінову політику. Інтернет-торгівля, маркетплейси, діджитал-маркетинг відкривають шлях до прямої взаємодії з кінцевим споживачем, дозволяють формувати довіру до бренду та збільшувати маржинальність.

Важливим також є питання інноваційної культури підприємств, тобто готовності менеджменту і персоналу до змін, навчання, експериментів, впровадження нових підходів. В умовах постійної конкуренції виживають ті компанії, які не бояться інвестувати в інновації, навчати персонал новим технологіям, формувати партнерства з науково-дослідними установами. Саме

тому важливо розвивати інноваційні екосистеми в аграрних регіонах, підтримувати стартапи, створювати бізнес-інкубатори [42].

Таким чином, інноваційні технології в олійно-жировій галузі України є не лише засобом підвищення ефективності виробництва, а й стратегічним ресурсом для зміцнення позицій на глобальному ринку. Їхній вплив охоплює всі етапи: від переробки сировини до просування продукції. Для забезпечення стабільного зростання, підвищення доданої вартості та створення сталих конкурентних переваг, українські виробники мають впроваджувати сучасні технології, орієнтуватися на міжнародні стандарти, бути гнучкими до запитів споживачів і готовими до цифрової трансформації. У поєднанні з державною підтримкою, міжнародною кооперацією та інвестиціями, це створює умови для стійкого розвитку галузі в умовах глобальної конкуренції.

3.3. Підвищення економічної ефективності експорту продукції олійно-жирової галузі: стратегічні напрями та інструменти

В умовах нестабільності світової економіки, посилення геополітичних ризиків та трансформацій глобального агропродовольчого ринку, українським виробникам олійно-жирової продукції вкрай важливо не лише зберігати існуючі ринки збуту, а й активно освоювати нові. Здатність до стратегічної диверсифікації експорту стає ключовим чинником довгострокової конкурентоспроможності. У цьому контексті формування чітких стратегій виходу на нові ринки та розширення географії постачання є не лише економічною необхідністю, а й умовою виживання в умовах кризи.

Вихід на нові ринки передбачає комплексну роботу в кількох стратегічних напрямках: аналітичному, маркетинговому, логістичному, правовому та організаційному. Першим і найважливішим етапом є глибокий ринковий аналіз, що включає вивчення споживчих уподобань, структури попиту, діючих стандартів, конкурентного середовища, логістичних витрат, митного навантаження та валютних ризиків. Наприклад, для ринку Південно-Східної Азії

важливим є не лише ціна, а й сертифікати *halal*, індивідуальна упаковка, адаптована під культуру споживання. Для ринку Африки вирішальну роль відіграє наявність логістичної доступності через морські порти та спрощених процедур митного оформлення [43].

Наступний стратегічний крок — адаптація продукту до вимог нового ринку. Це може стосуватись як фізичних характеристик (фасування, термін зберігання, рецептура), так і візуального оформлення (маркування, мова, бренд). Наприклад, виходячи на ринок Саудівської Аравії, виробники мають врахувати вимоги щодо маркування арабською мовою, заборону на певні добавки, та забезпечити сертифікацію за стандартами SFDA. На ринку ЄС пріоритетом є екологічність, відстежуваність походження продукції та наявність сертифікатів ISO або HACCP.

Одним із дієвих інструментів є пошук і формування стратегічних партнерств на нових ринках. Це можуть бути локальні дистриб'ютори, торговельні агенти, логістичні оператори або навіть спільні підприємства. Такий підхід дозволяє зменшити витрати на входження, адаптуватися до специфіки регіону та знизити бар'єри при виході на ринок. Успішним прикладом є кооперація українських виробників із компаніями в ОАЕ, які забезпечують логістику, фасування та дистрибуцію місцевими каналами.

Не менш важливою є участь у міжнародних виставках, торговельних місіях та B2B-платформах, що дозволяє безпосередньо презентувати продукцію потенційним клієнтам, провести переговори, зібрати зворотний зв'язок і укласти контракти. Державна підтримка участі у виставках, зокрема через Офіс з розвитку підприємництва та експорту або за сприяння міжнародних донорів (USAID, GIZ), створює хороші передумови для ефективної присутності української олійної продукції на глобальних подіях.

Однією з ключових стратегій є диверсифікація не лише географічна, а й продуктова. Наприклад, виробник соняшникової олії може адаптувати продукцію до вимог ринку ЄС (екологічна, органічна олія), одночасно виходити з фасованою преміальною продукцією на ринки Близького Сходу, а також

постачати шрот і макуху для кормових потреб в країні Африки. Такий підхід дозволяє зменшити ризики, пов'язані з коливанням цін, сезонністю попиту, зміною регуляторних умов.

Стратегічну цінність має також створення локалізованих логістичних хабів у ключових регіонах. Українські виробники, наприклад, можуть створювати склади або представництва в країнах ЄС (Польща, Нідерланди), на Балканах (Румунія, Болгарія), у Туреччині, через які здійснювати оперативні поставки фасованої продукції або шроту. Це дозволяє скоротити час доставки, зменшити витрати на сертифікацію в кожній партії та підвищити гнучкість у роботі з торговими мережами.

Особливої уваги потребує цифрова стратегія виходу на нові ринки. Сучасні технології дають змогу презентувати продукцію онлайн, використовувати маркетплейси (Amazon, Alibaba, Tradeling), просувати бренд через соціальні мережі, YouTube, Google-рекламу. Цифрові канали дозволяють збирати аналітику, працювати без посередників і формувати лояльність до бренду. Наприклад, на ринку США українські компанії вже реалізують фасовану соняшникову олію через e-commerce з націленням на українську діаспору.

Успішна диверсифікація також залежить від ефективної роботи з фінансовими ризиками. Експорт до нових країн часто пов'язаний із невизначеністю платежів, валютними коливаннями, політичними ризиками. Тому варто використовувати інструменти страхування контрактів (через ЕКА України), фіксації валютних курсів, отримання банківських гарантій або попередньої оплати. Також важливо працювати з юридичними фахівцями, які допомагають скласти зовнішньоекономічні контракти відповідно до законодавства цільових країн.

Ще одним важливим елементом є підвищення впізнаваності української продукції на світовому ринку. Брендуння, сертифікація, система якості, екологічні ініціативи, соціальна відповідальність — усе це формує додану вартість продукту. Державна підтримка у створенні національного бренду "Made

in Ukraine" у сфері агропродовольства, у тому числі й олійної продукції, може суттєво посилити конкурентні позиції на ринку.

Для практичної реалізації зазначених стратегій необхідно також налагодити ефективну взаємодію між державою, бізнесом та освітніми/аналітичними центрами. Держава повинна створювати передумови: знижувати торгові бар'єри, укладати двосторонні угоди, адаптувати стандарти. Бізнес — інвестувати в модернізацію, навчати персонал, досліджувати ринки. А інститути підтримки експорту — надавати дані, консультувати, організовувати міжнародні зустрічі, забезпечувати юридичну та маркетингову допомогу.

Отже, стратегія виходу на нові ринки та диверсифікація експортної діяльності — це багатокомпонентний процес, який вимагає послідовної аналітики, інвестицій, маркетингової гнучкості та державної підтримки. Лише при поєднанні зусиль усіх учасників ринку можливе забезпечення стабільного експорту, мінімізація ризиків та підвищення ролі України як надійного постачальника якісної олійно-жирової продукції на глобальному рівні.

ВИСНОВКИ

Олійно-жирова галузь відіграє стратегічну роль у формуванні продовольчої та економічної безпеки України. Протягом останніх десятиліть вона перетворилася на потужний сектор агропромислового комплексу, який не лише задовольняє внутрішній попит, а й забезпечує значну частину валютних надходжень країни. Експортний потенціал галузі є результатом багаторічного розвитку виробничої інфраструктури, адаптації до світових стандартів, технічного переоснащення, вдосконалення логістики та цілеспрямованої державної політики. Разом із тим, цей потенціал формується під впливом багатьох чинників — як внутрішніх, так і зовнішніх — що вимагає системного, інтегрованого підходу до його зміцнення та розширення.

Проведене дослідження показало, що Україна є світовим лідером з експорту соняшникової олії, входить до трійки експортерів ріпаку та шроту, нарощує обсяги поставок соєвої олії. Основними партнерами України залишаються країни Європейського Союзу, Близького Сходу, Північної Африки, Азії. Проте, у зв'язку з глобальними викликами, зокрема воєнними діями, змінами логістичних маршрутів, коливанням попиту, зростанням конкуренції, важливим є не лише збереження існуючих позицій на зовнішніх ринках, а й формування довгострокових переваг, заснованих на глибокій переробці, технологічності, якості, інноваційності та екологічності продукції.

Одним із ключових елементів формування експортного потенціалу є модернізація виробництва. Більшість українських переробних підприємств активно впроваджують сучасні технології пресування, екстрагування, фільтрації та гідратації, що дозволяє досягти високої якості продукції та відповідності міжнародним стандартам. Інвестиції у виробничі лінії, автоматизацію процесів, енергозбереження є основою для зростання конкурентоспроможності. У поєднанні з цифровими системами управління виробництвом, аналітикою, прогнозуванням попиту це створює нові можливості для експортерів у сегменті продукції з високою доданою вартістю.

Значний вплив на експортний потенціал має логістична інфраструктура. Традиційна орієнтація на морські порти півдня України виявилася вразливою в умовах блокади, що спонукало до активного розвитку альтернативних маршрутів: дунайських портів, сухопутних переходів до ЄС, мультимодальних перевезень. Формування стабільної логістики є базовим елементом підтримки експорту, адже вартість, швидкість та надійність доставки визначають позиції українських постачальників на світовому ринку. У цьому контексті надзвичайно важливо продовжувати інвестувати у розвиток залізничної та автомобільної інфраструктури, розширювати ємності зберігання, модернізувати перевантажувальні термінали.

Державна політика у сфері підтримки експорту олійно-жирової продукції поступово переходить від декларативних підходів до системної підтримки. Через Експортно-кредитне агентство, державні програми компенсації вартості сертифікації, участі у виставках, грантові ініціативи та освітні проєкти, українські виробники отримують інструменти для виходу на нові ринки. Водночас, потребує подальшого розвитку система страхування ризиків, покращення регуляторного середовища, спрощення митних процедур, цифровізація експортного документообігу та створення прозорої системи контролю за якістю.

Наріжним каменем експортного потенціалу є відповідність продукції міжнародним вимогам — як у технічному, так і в етичному сенсі. Це означає не лише сертифікацію за стандартами HACCP, ISO 22000, GMP+, а й дотримання екологічних норм, контроль за походженням сировини, вуглецевим слідом, умовами праці на підприємстві. Саме ці параметри дедалі частіше стають критеріями доступу до преміальних ринків ЄС, Канади, Японії. Тому виробники мають інвестувати не лише у технології, а й у сталий розвиток — впроваджувати циркулярні моделі, знижувати споживання енергії, утилізувати відходи, переходити на поновлювані джерела енергії.

Ще одним важливим напрямом зміцнення експортного потенціалу є брендування. Попри лідерські позиції за обсягами, українська олійна продукція

все ще недостатньо представлена на міжнародному ринку як бренд. Більшість експортується в bulk-форматі, що знижує маржу, обмежує впізнаваність та робить виробника залежним від посередників. Розвиток національного бренду, підтримка фасованої продукції, участь у міжнародних виставках, комунікація з кінцевим споживачем — це ті інструменти, які дозволяють створювати додану вартість та формувати довготривалі відносини з імпортерами.

Особливої ваги набуває питання диверсифікації ринків. Традиційна орієнтація на декілька країн-імпортерів (Індія, Китай, Туреччина, Єгипет) є вразливою до змін політичної ситуації, митної політики або логістичних обмежень. Вихід на ринки країн Африки, Латинської Америки, Південно-Східної Азії, країн Перської затоки дозволяє не лише зменшити ризики, а й відкрити нові ніші. Цьому сприяє як державна підтримка торговельних місій, так і інституційна співпраця з FAO, ITC, ЄБРР, USAID.

Отже, формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України — це не разова ініціатива, а стратегічний, багатокомпонентний процес. Його успішна реалізація потребує узгоджених зусиль усіх зацікавлених сторін: держави, бізнесу, наукової спільноти, громадських об'єднань, міжнародних партнерів. Ключовими пріоритетами мають стати: інноваційність виробництва, стабільна логістика, відповідність стандартам, розвиток брендів, відкритість до нових ринків, екологічна відповідальність та цифрова трансформація. Саме така комплексна модель забезпечить українській олійній продукції стійке місце у глобальній системі продовольства та підвищить її економічну цінність для національного добробуту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

адвиничний С.А., Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 56-61. Сучасні умови формування та реалізації експортного потенціалу аграрної сфери регіонів України.

аціональна економічна стратегія на період до 2030 року. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179

тавицька А.В. Експортний потенціал України та можливості його реалізації на світовому ринку. Економіка та управління національним господарством. 2019. Випуск 47-1. С. 89- 93.

вистун Л. А., Попова Ю. М., Штепенко К. П. Державне регулювання аграрного сектору економіки в контексті забезпечення завдань сталого розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 11. , [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

каз Президента України Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року від 30 вересня 2019 року № 722/2019. 2019. , [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>

грарна правда. Підтримка аграрного сектору під час війни. Що робить д

грарна правда. Підтримка аграрного сектору під час війни. Що робить р

рховна Рада України За підсумками 2022 року Румунія вперше очолила рейтинг топ-10 імпортерів українського збіжжя, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rada.gov.ua/print/233701.html>

удар Т. Розвиток бджільництва в Україні: досягнуті успіхи, необхідність маркетингової кооперації в галузі, стратегія медового бізнесу. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. Вип. 2. С. 06-49, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL:

2

дзало Я. М., Лузан Ю. Я. Удосконалення державного управління розвитком

0

2

2

аграрного сектору економіки та сільських територій України. Економіка АПК.

азаракі А., Мельник Т. Світове господарство: виклики російськоукраїнської війни. *Scientia Fructuosa*, 143(3), 4-35. , [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(143\)01](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(143)01)

ержавна служба статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua> – Назва з екрана.

Мінагрополітики України. Експорт агропродовольчої продукції у 2021–2024 роках: аналітичний огляд. – Київ: Міністерство аграрної політики та продовольства України, 2024. – 48 с.

Олійно-жирова галузь України: огляд ринку / УкрАгроКонсалт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukragroconsult.com/>

анкратова Н. В. Сучасні тенденції розвитку експорту продукції АПК України / Н. В. Панкратова // Економіка АПК. – 2023. – № 10. – С. 15–23.

nd products annual report: Ukraine 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fao.org>

ільське господарство України: статистичний щорічник / за ред. І. М. Мартинюка. – Київ: Держстат України, 2023. – 580 с.

ончарук А. В. Перспективи експорту української соняшникової олії в умовах глобальних змін / А. В. Гончарук // Агросвіт. – 2023. – № 22. – С. 37–41.

ержавна служба статистики України. Збірники та офіційні статистичні дані (

orld Bank. Ukraine Economic Update – April 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldbank.org/en/country/ukraine>

вропейська комісія. Угода про асоціацію Україна–ЄС: імплементація у сфері фільського господарства. – Брюссель: ЄС, 2023. – 32 с.

итвиненко І. І. Проблеми та шляхи розвитку експорту продукції переробної й промисловості / І. І. Литвиненко // Економіка і прогнозування. – 2022. – № 4. – С. 66–74.

Мінагрополітики України. Щорічні аналітичні огляди ринку олійних культур та продуктів переробки. – <https://minagro.gov.ua>

УкрАгроКонсалт. Аналітичні звіти щодо олійно-жирової промисловості України. – <https://www.ukragroconsult.com>

Статистика та прогнози ринку олійних культур (за підпискою).

Віти компаній Kernel, Bunge, Cargill (українські підрозділи). Фінансова та виробнича звітність (публічно доступна частково).

28. Державна служба статистики України. Зовнішня торгівля України: статистичні збірники за 2021–2024 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua> – Назва з екрана.
29. Міністерство економіки України. Щорічний звіт про стан та перспективи зовнішньої торгівлі України. – Київ: Мінекономіки, 2022–2024.
30. Офіс з розвитку підприємництва та експорту. Аналітичні огляди зовнішньоекономічної діяльності України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://export.gov.ua>
31. FAO. Ukraine: Agricultural export trends and food security context 2022–2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fao.org>
32. European Commission. Ukraine trade relations – Overview and statistics (2021–2025). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/trade>
33. Плахотнюк В. В. Географічна диверсифікація українського експорту в умовах війни / В. В. Плахотнюк // Економіка України. – 2023. – № 9. – С. 12–20.
34. World Bank. Ukraine Economic Update – April 2024. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldbank.org/en/country/ukraine>
35. USAID. Ukraine Export Support Programs 2023–2025: Results and Analysis. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.usaid.gov>
36. Івченко Н. В. Трансформація зовнішньоекономічних зв'язків України під впливом воєнного стану / Н. В. Івченко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2024. – № 1. – С. 31–37.

v

e

g

o

37. Урядовий портал. Публікації та офіційні повідомлення Кабінету Міністрів України щодо торгівлі та логістики. – [Електронний ресурс]. – <https://www.kmu.gov.ua>

аланець, В. Необхідність державної підтримки аграрного сектору в умовах

в
 уць, Т., Макарчук, О. Аналіз українського ринку соняшнику на фоні ринків ЄС
 та США. Проблеми світового сільського господарства. 2020. № 3. С. 4-16.

Макарчук, О., Куць, Т. Особливості регіонального виробництва насіння
 соняшнику в Україні за період 1990-2021 років. 2022. Економічна інженерія в
 аграрному та сільському розвитку, Том 22, Випуск 4

ривов'язюк І.В. Антикризове управління підприємством : навчальний
 посібник. 3-тє видання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дім "Кондор",
 2020. 396 с.

вкретинговий потенціал інновацій у олійно-жировому підкомплексі: стан
 ринку, створення вартості, конкурентоспроможність: монографія. / за ред. В.В.
 Луцяк та ін. Вінниця: ВНАУ. 2020. 221 с.

Шроходчук І. Олійно-жирова галузь 2020: тенденції, прогнози, перспективи.

с

ь

к

и

й

н

а

у

к

о

в

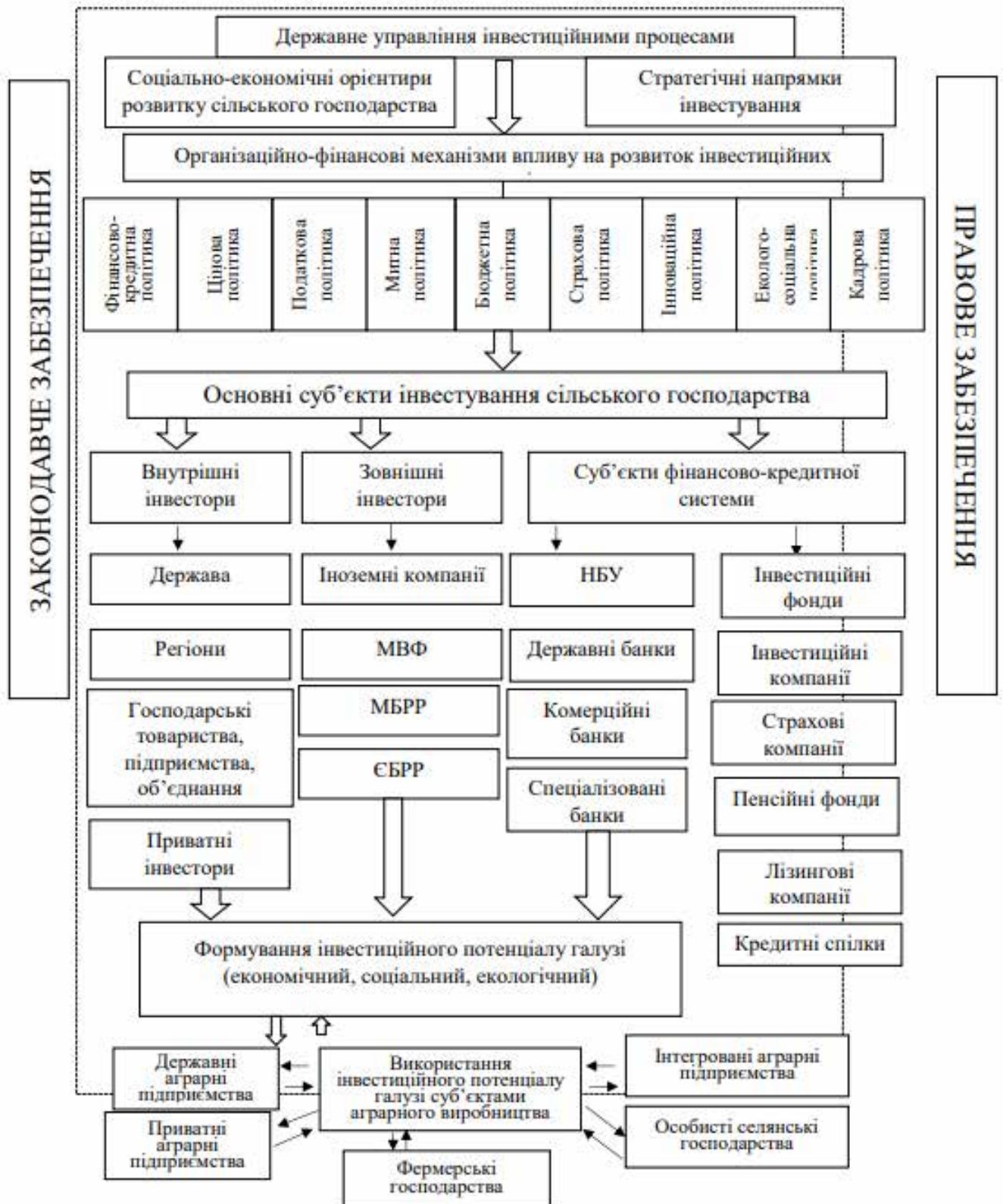
и

й

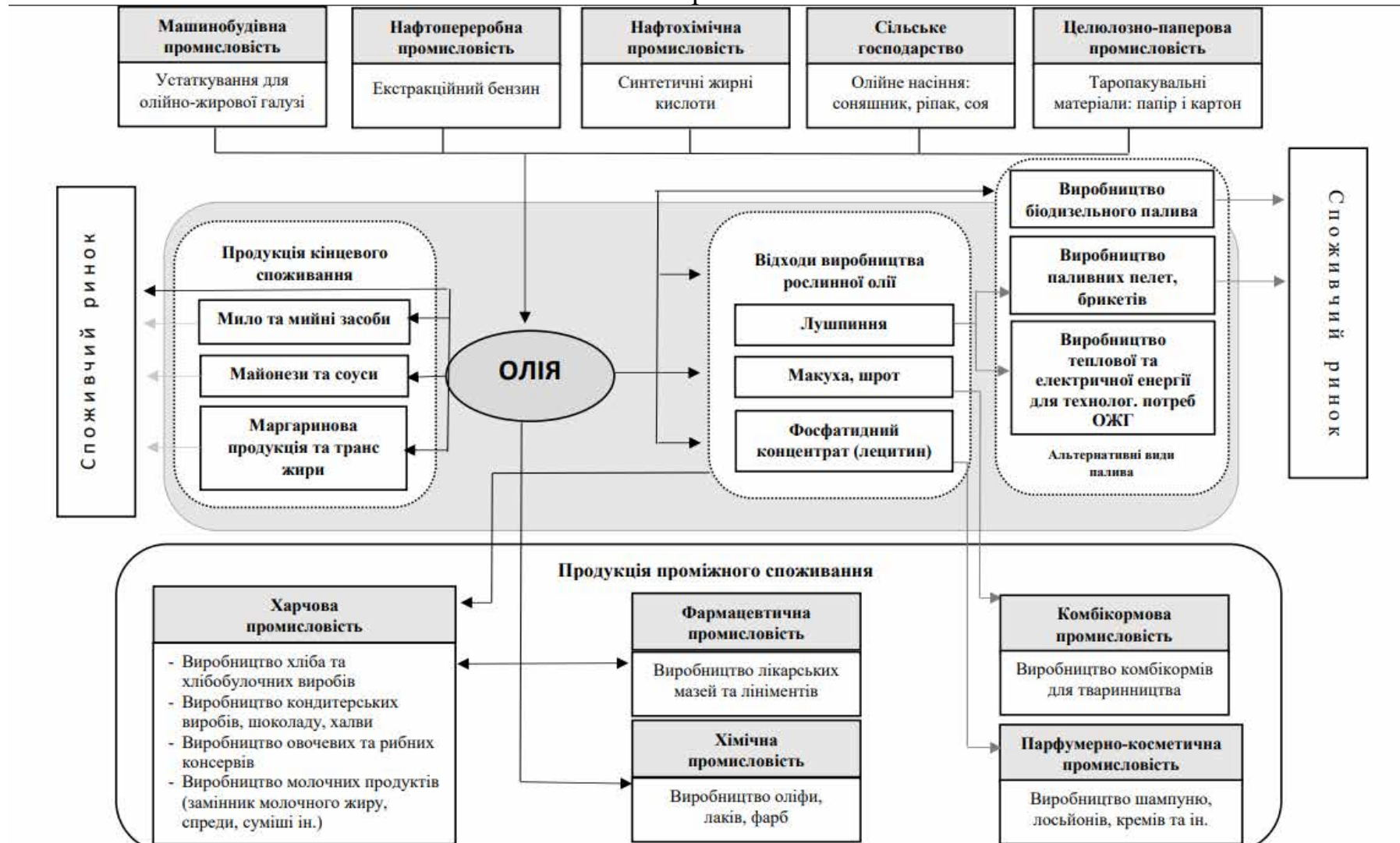
ДОДАТКИ

Додаток А

Система реалізації регіональної інвестиційної політики розвитку с/г



Напрямки використання продукції олійно-жирової галузі та її взаємозв'язок з іншими галузями АПК та промисловості України



Передумови екологізації освіти та економіки в Україні

