

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.01 – МКР. 69 “С” 2023.01.12. 08 ПЗ

**НЕКЛЕСИ АНДРІЯ ОЛЕКСАНДРОВИЧА**

**2023 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

УДК 339.13:665.11

**ПОГОДЖЕНО** **ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**  
 Декан факультету **В.о. завідувача кафедри**  
 аграрного менеджменту адміністративного менеджменту та ЗЕД  
**Анатолій ОСТАПЧУК** **Олена КОВТУН**  
 (підпис) (ПІП) (підпис) (ПІП)  
 «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р. «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему **«Кон'юнктура світового ринку рослинних олій»**

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)

Сергій КУЗЬМЕНКО

(підпис)

(ПІБ)

Виконав

Андрій НЕКЛЕСА

(підпис)

(ПІБ студента)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД  
Віталій ДУЦЯК  
(науковий ступінь, вчене звання) (підпис) (ПІП)  
«   »     2023 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ  
Неклесі Андрію Олександровичу  
(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 рослинних олій»  
затверджена наказом ректора НУБіП України від «12» січня 2023 р. №69 «С»

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

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Закони України, нормативно-правові та законодавчі акти державних органів влади, що регламентують діяльність олійно-жирової галузі України, аналітичні матеріали Міністерства економіки України, статистичні дані Державної служби статистики України, дані звітів асоціації «Укроліяррем», матеріали як вітчизняних так і зарубіжних періодичних видань з питань функціонування олійно-жирової галузі

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні основи та особливості формування кон'юнктури товарного ринку
2. Аналіз кон'юнктури світового та вітчизняного ринків рослинних олій
3. Прогнозування кон'юнктури ринку рослинних олій

Перелік графічного матеріалу (за потреби)

Дата видачі завдання «12» січня 2023 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Сергій КУЗЬМЕНКО  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Андрій НЕКЛЕСА  
(підпис) (прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

# НУБІП України

## Структура магістерської кваліфікаційної магістерської роботи.

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «Кон'юнктура світового ринку рослинних олій» викладена на 73 сторінках друкованого тексту, включає 8 таблиць і 38 рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Для написання магістерської кваліфікаційної роботи використано 51 літературне джерело.

**Основний зміст кваліфікаційної магістерської роботи.** В першому розділі кваліфікаційної магістерської роботи «Теоретичні основи та особливості формування кон'юнктури товарного ринку» розглянуто економічну суть та фактори формування кон'юнктури товарного ринку та узагальнено методичні підходи щодо аналізу кон'юнктури ринку.

У другому розділі «Аналіз кон'юнктури світового та вітчизняного ринків рослинних олій» проаналізовано сучасний стан світового ринку рослинних олій, досліджено вплив кон'юнктури світового ринку на ринок рослинних олій в Україні та визначено місце України на світовому ринку рослинних олій.

У третьому розділі «Прогнозування кон'юнктури ринку рослинних олій» визначені перспективи розвитку та обґрунтовано прогнозування кон'юнктури ринку рослинних олій.

### Мета і завдання кваліфікаційної магістерської роботи.

**Метою** дослідження є обґрунтування теоретичних та організаційно-методичних підходів формування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків рослинних олій та обґрунтувати перспектив їх розвитку.

Відповідно до поставленої мети в роботі передбачено вирішення наступних завдань:

- уточнити суть кон'юнктури товарного ринку;
- вивчити фактори формування кон'юнктури товарного ринку;
- запропонувати методичні підходи щодо аналізу кон'юнктури ринку;
- провести моніторинг сучасного стану світового ринку рослинних олій;

вивчити та дослідити вплив кон'юнктури світового ринку на вітчизняний ринок рослинних олій;  
 проаналізувати зовнішню торгівлю України на світовому ринку рослинних олій;

визначити перспективи розвитку світового ринку рослинних олій;  
 вивчити та визначити економічну ефективність впровадження інноваційних технологій виробництва рослинних олій;  
 запропонувати шляхи підвищення ефективності виробництва рослинних олій.

**Об'єктом дослідження** є процес функціонування вітчизняного та світового ринків рослинних олій.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні аспекти функціонування вітчизняного та світового ринків рослинних олій.

**Методи дослідження.** При узагальненні та визначенні сутності кон'юнктури товарного ринку використовували метод узагальнення; при дослідженні сучасного стану та тенденції розвитку вітчизняного та світового ринків рослинних олій були використані ряди динаміки а також середні та відносні величини. При формуванні та узагальненні висновків використовували абстрактно-логічного методу; при проведенні саме факторного аналізу були використані метод зведення та групування статистичних даних а також індексний та кореляційно-регресійний аналіз.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у тому, що отримали подальший розвиток пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва рослинних олій.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості підвищення ефективності виробництва рослинних олій на основі інновацій.

**Апробація результатів кваліфікаційної магістерської роботи.** Основні положення та результати, викладені в кваліфікаційній магістерській роботі були оприлюднені на VI Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, присвяченій 125-річчю НУБІП України (м. Київ,

НУБіП України, 18-19 травня 2023 р.) та 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. Неклеса А. О., Кузьменко С. В. Кон'юнктура ринку рослинних олій. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації»: 18-19 травня 2023 р. К: НУБіП України, 2023. С. 75-77.

2. Неклеса А. О., Кузьменко С. В. Вплив кон'юнктури світового ринку на ринок рослинних олій в Україні. 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. 48-50.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** КОН'ЮНКТУРА РИНКУ, ОЛІЙНО-ЖИРОВА ГАЛУЗЬ, РОСЛИННІ ОЛІ, ВИСОКООЛЕЙНОВІ КУЛЬТУРИ, МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ, ШРОТ, МАКУХА

## ЗМІСТ

# НУБІП

ВСТУП

8

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

Н	КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ	11
	1.1. Економічна суть кон'юнктури товарного ринку	11
	1.2. Фактори формування кон'юнктури товарного ринку	18
	1.3. Методичні підходи щодо аналізу кон'юнктури ринку	23

Н	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКІВ РОСЛИННИХ ОЛІЙ	29
---	---	----

	2.1. Сучасний стан світового ринку рослинних олій	29
--	---	----

	2.2. Вплив кон'юнктури світового ринку на ринок рослинних олій	
--	--	--

НУ	в Україні	37
	2.3. Аналіз зовнішньої торгівлі України на світовому ринку рослинних олій	44

Н	РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ РОСЛИННИХ ОЛІЙ	47
---	---	----

	3.1. Перспективи розвитку світового ринку рослинних олій	47
--	--	----

	3.2. Прогнозування кон'юнктури ринку рослинних олій	55
--	---	----

	3.3. Підвищення ефективності виробництва рослинних олій	60
--	---	----

Н	ВИСНОВКИ	66
---	----------	----

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

69

# НУБІП України

## ВСТУП

# НУБІП України

Актуальність роботи. Нині не дивлячись на повномасштабне вторгнення та активні військові дії, успішне функціонування саме аграрного сектору економіки

України в цілому а також окремих його галузей певним чином залежить саме від

# НУБІП України

рівня конкурентоспроможності виробленої сільськогосподарської продукції, зокрема й олійних культур. Для України традиційно олійні культури є одним із важливих експортних груп аграрної продукції що робить їх стратегічно

важливими продуктами, які й забезпечують як економічну так і продовольчу

# НУБІП України

безпеку нашої країни. Також олійні культури є джерелом одержання досить цінної продукції як продовольчого так і технічного призначення.

Відомо, що продукція олійних культур для аграрних підприємств є одним з

головних джерел саме при формуванні дохідної частини, що дозволяє

забезпечити ефективну діяльність організації. Крім того, зазначимо, що

# НУБІП України

вітчизняне виробництво олійних культур відіграє вагомую роль при забезпеченні населення різними цінними продуктами харчування. Також олійні культури для

галузі тваринництва дають поживний корм а переробну промисловість

відповідно забезпечують сировиною. Для країн з ринковою економікою саме для

# НУБІП України

суб'єктів господарювання олійні культури є надійним джерелом грошових надходжень. Також насіння олійних та продукти їх переробки (олія, шрот,

макуха) є досить конкурентоспроможними та користуються стійким попитом як

на внутрішньому так і на міжнародних ринках. Саме Україна є одним із світових

# НУБІП України

лідерів з переробки насіння соняшнику та виробництва соняшникової олії, а олійно-жирова галузь України останніми роками показує досить позитивну

динаміку щодо виробництва та розвитку.

Питання ретельного дослідження саме ринку рослинних олій,

забезпечення його розвитку та подальшого пошуку шляхів підвищення

# НУБІП України

ефективності функціонування розкриті в наукових працях таких вчених як:

Арестенко В. В., Арестенко Т. В., Благодир Д. М., Виголюк Н. Г., Бондар В. С.,

Фуреа А. В., Гуменник М. Я., Гарбар В. А., Гуцол Г. В., Мазур О. В., Девгаль О.

В., Калетнік Г. М., Климчук О. В., Мазур В. А., Котелевець Д. О., Літковець Ю. О., Онищенко О. В., Куренна О. О., Крикуненко А. С., Самарець Н. М., Кравець М. О., Семенда Д. К., Семенда О. В., Тулуш Л. Д., Грищенко Д. Ю. та інші.

Проте деякі компоненти вказаних проблем залишаються дискусійними та потребують більш детального подальшого дослідження. Мова йде про оптимізацію посівів олійних культур з використанням інноваційних технологій зокрема за умов обмеженого фінансово-кредитного забезпечення, а також з урахуванням вимог саме екологічної безпеки господарювання.

Метою магістерської роботи є обґрунтування теоретичних та організаційно-методичних підходів формування кон'юнктури світового та вітчизняного ринків рослинних олій та обґрунтувати перспектив їх розвитку.

Для досягнення мети в роботі визначені наступні завдання:

- уточнити суть кон'юнктури товарного ринку;
- вивчити фактори формування кон'юнктури товарного ринку;
- запропонувати методичні підходи щодо аналізу кон'юнктури ринку;
- провести моніторинг сучасного стану світового ринку рослинних олій;
- вивчити та дослідити вплив кон'юнктури світового ринку на вітчизняний ринок рослинних олій;
- проаналізувати зовнішню торгівлю України на світовому ринку рослинних олій;
- визначити перспективи розвитку світового ринку рослинних олій;
- вивчити та визначити економічну ефективність впровадження інноваційних технологій виробництва рослинних олій;
- запропонувати шляхи підвищення ефективності виробництва рослинних олій.

Об'єктом дослідження є процес функціонування вітчизняного та світового ринків рослинних олій.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти функціонування вітчизняного та світового ринків рослинних олій.

Для досягнення мети дослідження використовувались такі методи: при узагальненні та визначенні сутності кон'юнктури товарного ринку використовували метод узагальнення; при дослідженні сучасного стану та тенденції розвитку вітчизняного та світового ринків рослинних олій були використані ряди динаміки а також середні та відносні величини. При формуванні та узагальненні висновків використовували абстрактно-логічного методу; при проведенні саме факторного аналізу були використані метод зведення та групування статистичних даних а також індексний та кореляційно-регресійний аналіз.

Наукова новизна одержаних результатів. Отримали подальший розвиток пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва рослинних олій.

Інформаційну базу досліджень становили Закони України, нормативно-правові та законодавчі акти державних органів влади, що регламентують діяльність олійно-жирової галузі України, аналітичні матеріали Міністерства економіки України, статистичні дані Державної служби статистики України, дані звітів асоціації «Укроліяпром», матеріали як вітчизняних так і зарубіжних періодичних видань з питань функціонування олійно-жирової галузі тощо.

Апробація результатів магістерської роботи. Результати виконання магістерської кваліфікаційної роботи були оприлюднені на VI Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, присвяченій 125-річчю НУБіП України (м. Київ, НУБіП України, 18-19 травня 2023 р.) та 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 робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 51 найменування. Робота містить 8 таблиць, 38 рисунків. Основний зміст роботи викладений на 73 сторінках комп'ютерного тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ

# НУБІП УКРАЇНИ

### 1.1. Економічна суть кон'юнктури товарного ринку

Еволюція поняття «кон'юнктура» як економічного терміну відбувалася паралельно з накопиченням знань що до розвитку ринків і закономірності їх функціонування. Спочатку термін використовувався для опису поточного стану

ринку на момент продажу товару, його наслідків, а також для визначення короткострокового, випадкового збігу обставин, що відображає не стійке співвідношення попиту та пропозиції, а отже, короткострокову динаміку ринкових цін, тобто характеристики ринкової кон'юнктури [18, с. 68].

Термін «кон'юнктура» походить від латинського «conjungo» (пов'язувати), що в перекладі на українську мову означає сукупність обставин, які створили ситуацію, стан справ, що може вплинути на хід або результат будь-якої справи [17].

Поняття або термін «кон'юнктура», що в перекладі з латинської означає поєднання або зв'язок, розглядається як сукупність взаємозалежних умов або факторів, або існуючих умов, які мають здатність впливати на результат діяльності (наприклад, кон'юнктура товарного ринку, політичне середовище, міжнародне середовище тощо) [14, с. 33].

Зворотним процесом в проблемі кон'юнктури займається Кондратьєв М. Д., визначаючи кон'юнктуру як економічну складову кожного конкретного періоду, а також необхідність розуміння напрямку та ступеня змін цього елемента, національного, життєво-економічного рівня, порівняно з попереднім періодом [5, с. 75].

Науковець Карпов В. А. визначає, що сутність поняття кон'юнктури ринку сьогодні включає в себе сукупність умов і факторів, за яких відбувається діяльність на ринку товарної продукції в певний період [14, с. 28]. Крім того,

# НУБІП УКРАЇНИ

кон'юнктура характеризується певним співвідношенням між попитом і пропозицією на певний вид товару з урахуванням рівня та співвідношення цін.

Таким чином, кон'юнктура ринку – це економічна ситуація, що склалася в певний момент часу на конкретному ринку або протягом обмеженого періоду часу. Тому кон'юнктура товарного ринку (іншими словами, ринкова кон'юнктура) використовується для вивчення ситуації як на світовому, так і на внутрішньому ринках певного товару. Кон'юнктура також є результатом складної взаємодії різних економічних умов і чинників, які впливають на ринкову ситуацію в певний період часу і визначають подальший розвиток подій

[14]. Дослідження ринку є невід'ємною частиною бізнес-програми. Це пов'язано з тим, що сукупність факторів та умов, які впливають на розвиток ринкових процесів, визначаються кон'юнктурою. У маркетингових

дослідженнях розрізняють загальноекономічну кон'юнктуру та кон'юнктуру окремих ринків. Загальноекономічна кон'юнктура характеризує стан загального ринкового процесу в національній економіці в певний період. Кон'юнктура товарного ринку вивчає зміни і коливання у виробництві та реалізації конкретних видів товарів. Функціонування ринку, його розширення або

звуження, попит і пропозиція залежать від умов, що склалися на ринку, тобто від кон'юнктури ринку [55, 58].

Термін «кон'юнктура» вперше використав Фердинанд Ласаль. Ф. Ласаль ототожнював кон'юнктуру з ідеєю взаємозв'язку між усіма існуючими ситуаціями, що оточують людину у світі торгівлі. Визначаючи значення ринкової кон'юнктури, необхідно мати на увазі, що ринок, з його важкими впливами на виробництво, є сполучною ланкою між окремими секторами бізнесу. Тільки ринок визначає ступінь успіху або невдачі комерційної діяльності [55, 58].

Еволюція поняття «кон'юнктура» як економічного явища відбувалася паралельно з накопиченням знань про розвиток ринків і закономірності їх функціонування. Спочатку термін використовувався для визначення поточного стану ринку на момент продажу товару, взаємодії короткострокових, випадкових

ситуацій, які представляють його наслідки і відображають нестійке співвідношення попиту та пропозиції, а отже, короткострокову динаміку ринкових цін, тобто пояснення ринкової ситуації. Першим науково визначив поняття кон'юнктури німецький економіст А. Вагнер у своїй книзі «Основи політичної економії» (1892).

На його думку, кон'юнктура ринку – це сукупність умов (природних, технічних, економічних, соціальних і правових), які визначають виробництво, реалізацію та ціну товару незалежно від волі суб'єкта господарювання [9, с. 55].

Ринкова кон'юнктура має чотири основні характеристики: динамічність, пропорційність, мінливість і періодичність. Сільськогосподарського та продовольчі ринки не є винятком.

Ці дослідження дає основу для формування єдиного підходу до критеріїв і типів ринкової кон'юнктури, які можуть характеризувати ринок в цілому і на основі яких можна робити висновки про локальний ринок (рис. 1.1).

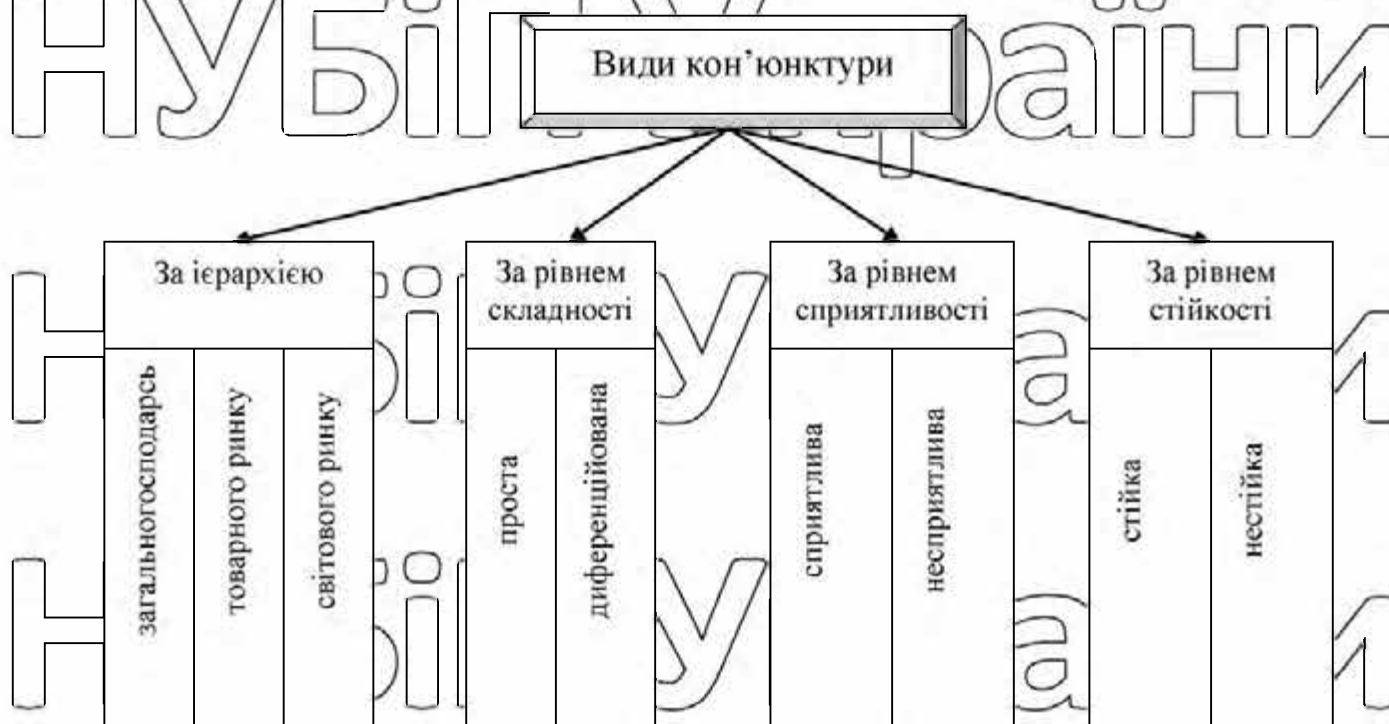


Рис. 1.1. Види кон'юнктури за класифікаційними ознаками

Джерело: побудоване автором за даними джерел [14, 30]

Різні позиції економістів що до визначення категорії «кон'юнктура» представлено на рис. 1.2.

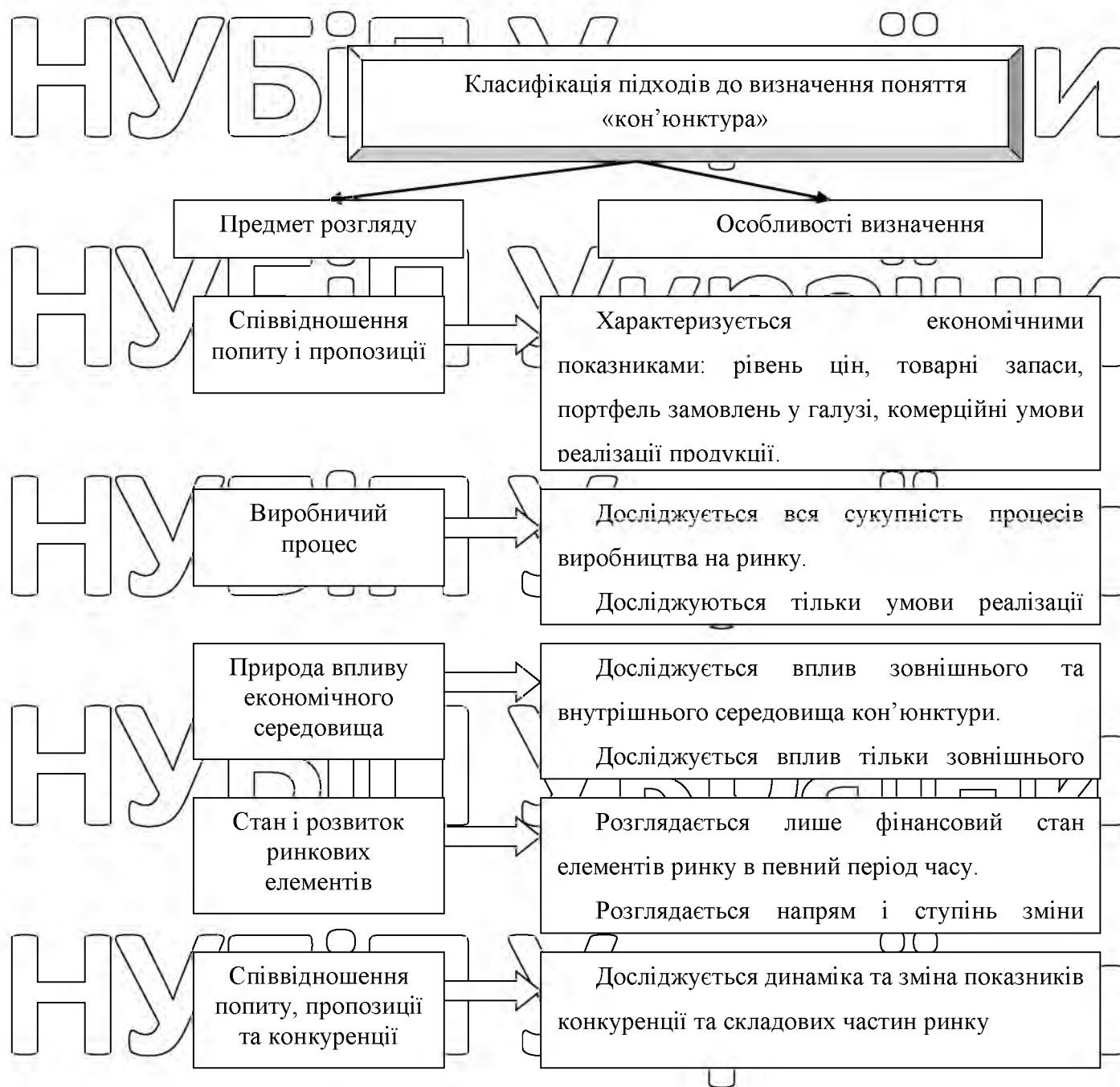


Рис. 1.2. Класифікація підходів до визначення поняття «кон'юнктура»

Джерело: побудовано автором за даними джерела [37]

Розглянемо рівні формування кон'юнктури ринку. Як видно з рисунку 1.3

існує три рівні формування кон'юнктури ринку: перший, другий та третій.

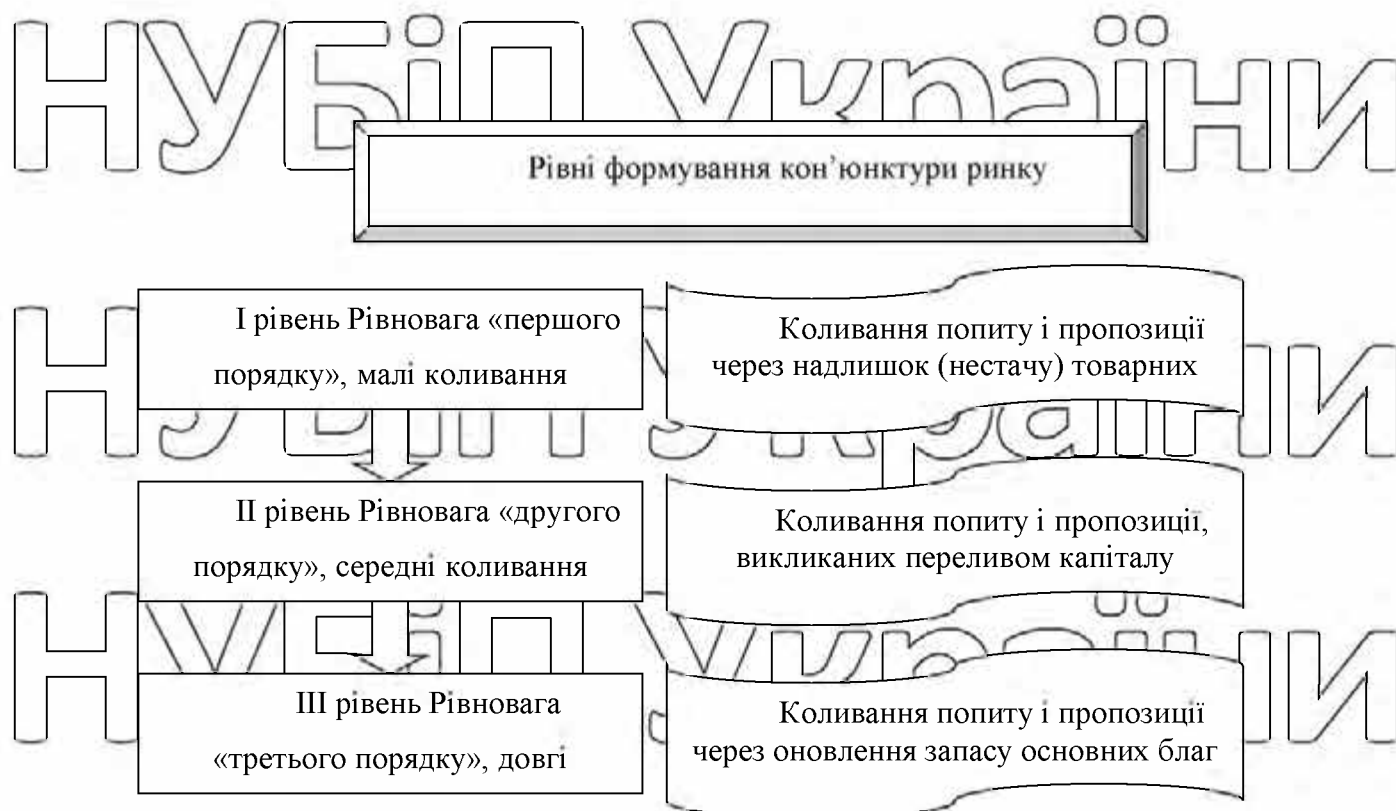


Рис. 1.3. Рівні ієрархії формування кон'юнктури ринку

Джерело: побудовано автором за даними джерела [37]

Маркетингові дослідження – це цілеспрямований і безперервний збір, аналіз та обробка інформації про стан економіки і товарних ринків, аналіз та виявлення особливостей і тенденцій їх розвитку, прогнозування важливих параметрів і розробка можливих варіантів прийняття рішень [19].

Дослідження ринку має три етапи:

- поточне спостереження – збір та обробка необхідної інформації;
- аналіз ринкової ситуації;
- прогнозування ситуації з метою прийняття відповідних бізнес-рішень.

Оскільки жоден товарний ринок не розвивається ізольовано, дослідженню стану товарних ринків передують аналіз загальної економічної ситуації, тобто стадій економічного циклу криза, рецесія, поживлення та зростання.

Економічний зміст кон'юнктури характеризується сукупністю обставин, які визначають ймовірність підйому або спаду економічної активності в окремих галузях або в економіці в цілому. І завданням спостереження за ринком є визначення саме цих обставин і періодів, протягом яких відбуваються їхні сприятливі або несприятливі збіги.

Вивчення кон'юнктури ринку охоплює широке коло різноманітних виробничих, комерційних, технологічних та економічних питань, що дозволяє виявити основні напрямки економічного розвитку кожного суб'єкта ринкових відносин, стани та умови, які склалися за певний період часу в результаті взаємодії різних факторів.

Дослідження ринку – це постановка і вирішення завдань для прогнозування динаміки ринку. Конкуренція, в даному випадку, є основним поняттям дослідження ринку і відноситься до типу ціноутворення і кількості попиту і пропозиції, встановлених між виробниками і споживачами. Кон'юнктура ринку – це економічні умови, що переважають на ринку, які характеризують співвідношення між попитом і пропозицією, рівень цін, товарні запаси та інші економічні показники [31, с. 220].

Зрозуміло, що поточна ситуація визначається минулими подіями і впливає на майбутні тенденції. Необхідно розуміти поняття середніх характеристик довгострокової кон'юнктури, а також короткострокової та середньострокової кон'юнктури [31, с. 78].

Як наслідок, у структурі дослідження економічної кон'юнктури можна виокремити три взаємодоповнюючі процеси: поточне спостереження за ринком, огляд ринку та прогнозування ринкової кон'юнктури. Поточне спостереження за ринком надає інформацію про поточне співвідношення попиту та пропозиції за досліджуваній період.

Огляд ринку має на меті визначити та оцінити вплив конкретних факторів на співвідношення попиту та пропозиції. Ринкові прогнози визначають можливі майбутні співвідношення попиту та пропозиції. Особливу роль у методології

аналізу кон'юнктури аграрного та продовольчого ринків відіграє визначення послідовності виконання аналітичних завдань [30, с. 95].

Найскладнішою частиною аналізу кон'юнктури аграрних та продовольчих ринків є оцінка випадкових факторів та врахування їх впливу в майбутньому.

Безперечно, найцікавішим аспектом для прийняття рішень щодо розвитку агропродовольчих ринків є ринкове прогнозування, яке має відповідати певним вимогам [46, с. 155].

Таким чином, ринкове середовище є складним і мінливим явищем. Воно залежить від факторів та поведінки, його розвиток підпорядковується законам і характеризується певними якісними та кількісними особливостями. Тому для аналізу ринкової кон'юнктури необхідно використовувати низку різних методів. Для того, щоб їх систематизувати, необхідно розділити їх на дві групи: загальні та спеціальні методи.

Дослідження кон'юнктури ринку дає можливість для успішної підприємницької діяльності і складається зі збору, систематизації та реєстрації інформації, а також аналізу всієї інформації, що має відношення до ринку певного товару. Під час такого дослідження слід визначити теперішніх і майбутніх споживачів та їхню купівельну спроможність [31, с. 55].

За результатами маркетингових досліджень готуються ринкові прогнози. Ринкові прогнози дають необхідні знання для поведінки на ринку, можливість раціонально маніпулювати наявними ресурсами, купувати і продавати товари за вигідними цінами, розширювати або скорочувати виробництво товарів відповідно до очікуваної ринкової кон'юнктури.

## 1.2. Фактори формування кон'юнктури товарного ринку

Кон'юнктура ринку – це сукупність умов, що характеризують співвідношення сукупного попиту та сукупної пропозиції на товари та послуги.

[2, с. 83].

Кон'юнктура ринку – це реальні економічні умови, що характеризуються співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем і динамікою цін, товарних запасів та іншими показниками і факторами (історичними, національними, природно-кліматичними, територіальними, політичними, соціально-економічними та ін.).

Дослідження ринку – це постійне дослідження, спрямоване на збір, аналіз і обробку інформації про стан економіки і товарних ринків, аналіз і виявлення особливостей і тенденцій їх розвитку, прогнозування важливих параметрів і розробку можливих варіантів прийняття рішень.

Дослідження ринку має три етапи:

- поточне спостереження – збір та обробка необхідної інформації;
- прогнозування ринку з метою прийняття відповідних бізнес-рішень;
- аналіз ринкової ситуації.

Оскільки жоден товарний ринок не розвивається ізольовано, дослідженню товарного ринку передують аналіз загальної економічної ситуації, тобто стадій економічного циклу: криза, рецесія, поживлення і зростання.

Класифікація факторів, що впливають на кон'юнктуру ринку, на постійні та тимчасові є корисною з методологічної точки зору. При вивченні загальноекономічних умов основна увага приділяється постійним факторам, тоді як тимчасові фактори є другорядними [18].

В таблиці 1.1 показана класифікація факторів, що впливають на формування кон'юнктури.

Таблиця 1.1

## Класифікація факторів, які впливають на формування кон'юнктури

Класифікаційна ознака	Фактори впливу
Тривалість	Довготермінові
	Середньо термінові
	Короткотермінові
Специфіка впливу	На постійній основі
	На змінній основі
Циклічність виявлення	Циклічні
	Нециклічні
	Випадкові
Походження	Ендогенні чи екзогенні
	Економічні, політичні, соціальні
	Природні чи екологічні
Відношення до складових процесу відтворення	Попит, пропозиція та ціни
	Складові світової торгівлі
Здатність передбачати	Кідаються прогнозуванню
	Не можливо спрогнозувати
Вектор	Стимулюючі
	Стримуючі
Специфіка зв'язку	Безпосередні
	Опосередковані

Джерело: узагальнено автором за даними джерел [14, 30]

До факторів, що діють постійно, належать науково-технічний прогрес, ступінь монополізації, державне та міждержавне регулювання, стан інформаційних систем, грошово-кредитної та фінансової систем, енергетичні та екологічні проблеми. Фактори, що діють тимчасово і випадково, включають сезонність, політичні та соціальні конфлікти і стихійні лиха.

Деталізація ринково-пропорційних економічних та статистичних показників за факторами впливу наведена в таблиці 1.2.

Основними факторами, що впливають на пропозицію, є:

- 1) ціни на товари або послуги;
- 2) ціни на інші товари та послуги;
- 3) очікувані коливання цін;
- 4) ціни на сировину та ресурси;
- 5) кількість конкурентів (продавців) на ринку;
- 6) податки та субсидії;
- 7) особливості технології виробництва.

### Чинники пропорційності ринку з урахуванням факторів впливу

Чинники впливу на пропорційність товарного ринку	Назва показника
1. Тенденція та тренди розвитку ринку	Темп зростання. Параметри трендів та тенденцій Обсяг реалізації Обсяг товарних запасів Обсяг інвестицій Рівень цін Прибуток та чистий прибуток
2. Стійкість та циклічність ринку	Коефіцієнти варіації. Продажів Ціни Товарного запасу Параметри моделей. Сезонність Циклічність розвитку ринку
3. Регіональна специфіка та особливості розвитку ринку	Регіональна варіація щодо співвідношення попиту та пропозиції Рівень попиту на душу населення Динаміка основних параметрів
4. Ділова активність на ринку	Портфель замовлень Склад портфелю замовлень Наповненість портфелю замовленнями Динаміка портфелю замовлень Кількість, розмір та динаміка угод Ступінь завантаження потужностей
5. Комерційний ризик на ринку	Інвестиційні ризики Ризики прийняття маркетингових рішень Ризики випадкових ринкових коливань
6. Масштаб та розмір ринку	Число учасників на ринку кожного товару Розподіл учасників за формами власності та спеціалізацією Загальний обсяг реалізації продукції Рівень приватизації Частка малих, середніх та великих підприємств

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

На тенденції розвитку ринку найбільше впливають такі фактори як [55, с. 253]:

- 1) політична ситуація (визначається податковим, тарифним та іншим законодавством);
- 2) стан конкурентного середовища;
- 3) стан ділової активності на ринку (кон'юнктура виробничого, торговельного та фінансового ринків);

4) інфляційна ситуація, динаміка цін та купівельна спроможність гривні;

5) життєвий цикл основних товарів та оновлення їх асортименту.

Вплив усіх факторів, що формують економічне середовище, можна узагальнити за допомогою формули 1.1:

$$K = f(T, Ц, С, Н), \quad (1.1)$$

де  $K$  – кон'юнктура, що аналізується;

$f$  – функція від зазначених вище факторів;

$T$  – тривалі тенденції (тренди);

$Ц$  – циклічні фактори;

$С$  – сезонні фактори;

$Н$  – нерегулярні фактори.

Потім фактори, що формують ринок, розглядаються у двох групах:

- чинники, що діють постійно: науково-технічний прогрес, ступінь монополізації, державне та міждержавне регулювання, стан інформаційної системи, валютної та фінансової системи, енергетичні та екологічні проблеми;

- фактори, що діють тимчасово: бездіяльність, сезонність, політичні та соціальні конфлікти, стихійні лиха.

У ході дослідження ринку визначається напрям і сила впливу кон'юнктурутворюючих факторів на ринкову продукцію на основі вивчення динаміки ринкових індикаторів [18].

Ринкові індикатори можна розділити на три групи:

- показники матеріального виробництва, що характеризують пропозицію товарів;

- показники попиту на товари;

- ціни.

Показники матеріального виробництва можна поділити на три групи:

- абсолютні показники-натуральні та вартісні показники;

- відносні показники – індекси, темпи зростання;

- непрямі показники: портфель замовлень (обсяг замовлень), динаміка завантаження виробництва, обсяг інвестицій тощо.

До індикаторів попиту, які відображають динаміку споживання споживчих товарів на внутрішньому ринку, включають дані з оптовою та роздрібною торгівлею, рух запасів та внутрішній транспорт. Попит на зовнішніх ринках характеризується такими даними, як валовий експорт, валовий імпорт та чистий імпорт. Зріст цих показників зазвичай свідчить про збільшення попиту на товар, а зменшення – про зменшення попиту.

Ціни є важливими індикаторами ринкової кон'юнктури:

- абсолютна ціна – рівень ціни на конкретний товар і величина зміни цієї ціни;

- відносні ціни – як змінюються ціни в часі (індекс).

Необхідність вивчення ринкової кон'юнктури є невід'ємною частиною сучасного маркетингу і свідчить про його чітку ринкову орієнтацію. Знання ринкової кон'юнктури має значний вплив на всі етапи маркетингового циклу.

Аналіз ринкових індикаторів – це процес аналізу, тобто аналіз динамічних закономірностей і тенденцій, пропорційності розвитку, коливань і стабільності ринку, аналіз циклічності ринку та виділення циклів. Таким чином, аналіз ринку – це комплексна оцінка ринкових індикаторів у певний момент часу або за певний проміжок часу [17].

Система ринкових індикаторів повинна включати дані, які найбільш точно і оперативно відображають основні зміни, напрями і темпи розвитку відтворювального процесу і найменш схильні до впливу випадковостей.

### 1.3. Методичні підходи щодо аналізу кон'юнктури ринку

Під методологією дослідження слід розуміти сукупність методів, прийомів і підходів, що використовуються в науковому дослідженні для отримання достовірних і об'єктивних знань про досліджувану тему. Вона формується на основі певних методологічних засад, таких як світоглядний підхід, вивчення теми, її структура та місце в загальній сукупності знань. Залежно від етапу розвитку аграрної економіки використовувалися різні методи дослідження. Це породжує складні методологічні та методичні питання її економічного обґрунтування [25].

Загальнометодологічні питання дослідження економічної ефективності виробництва рипаку та формування його ринку ґрунтуються навколо проблем, які пов'язують між собою всі його сектори:

- 1) визначити загальний взаємозв'язок між ними;
- 2) вивчити економічні явища та проаналізувати межі їх розвитку;
- 3) виявити резерви подальшого збільшення обсягів виробництва і переробки та підвищення економічної ефективності;
- 4) обґрунтувати заходи щодо їх реалізації [33].

Методологія дослідження ефективності виробництва та формування ринку базується на застосуванні методів, які дозволяють визначити взаємозв'язки між факторами та результатами, провести комплексну оцінку ефективності виробництва та каналів збуту, визначити нормативні показники ефективності та наявного виробничого потенціалу, обґрунтувати стратегію успіху підприємства [31].

Як уже зазначалося, одним з найважливіших завдань маркетингового дослідження є виявлення основних тенденцій розвитку ринку. Дослідження ситуації в галузі також необхідно проводити в певній послідовності. Для цього необхідно розробити методологічну базу дослідження ринкових тенденцій у галузі. Однак, перш ніж це зробити, доцільно з'ясувати питання, пов'язані з тлумаченням таких понять, як «риннок» та «галузь».

Ринки є базовою економічною категорією, але їх тлумачення не є однозначним. Це пов'язано з тим, що поняття ринку варіюється залежно від цілей дослідження. Найчастіше використовуються наступні тлумачення поняття «ринок».

Ринок – це інститут або механізм, який зводить разом покупців і продавців певного товару. Ринок – це сукупність окремих споживчих сегментів, які формуються в результаті складної взаємодії економічних, демографічних, соціальних і психологічних факторів, що диференціюють споживчий попит [16].

Методологія дослідження ефективності виробництва та формування ринку базується на застосуванні методів, які дозволяють визначити взаємозв'язки між факторами та результатами, провести комплексну оцінку ефективності виробництва та каналів збуту, визначити нормативні показники ефективності та наявного виробничого потенціалу, продемонструвати успішну стратегію підприємства [2].

Виявлення закономірностей формування ринкової кон'юнктури та напрямів її зміни, встановлення характеру ринкового механізму та майбутнього співвідношення попиту і пропозиції. Загальна класифікація методів вивчення та прогнозування економічної кон'юнктури представлена на рис. 1.4.

Система кон'юнктурних індикаторів повинна включати ті, що характеризують процес відтворення в цілому, і ті, що відображають особливості окремих фаз циклу. Загальна економічна ситуація оцінюється на основі даних про індекс промислового виробництва, валовий національний продукт, національний дохід, інвестиції, товарно-матеріальні запаси, обсяг і структуру зовнішньої торгівлі, рівень безробіття та наявність відповідних маркетингових послуг [37].

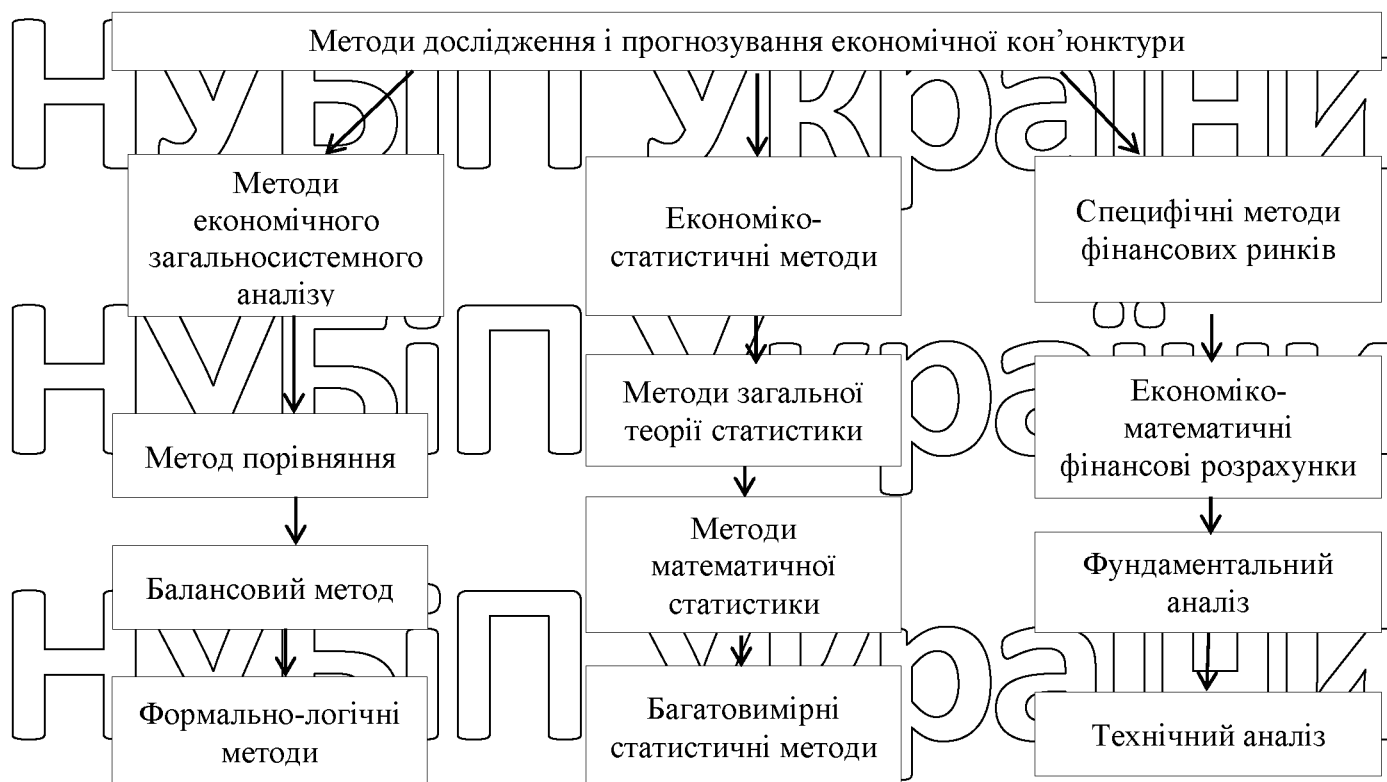


Рис. 1.4 . Загальна класифікація методів прогнозування і дослідження економічної кон'юнктури

Джерело: сформовано автором за даними джерела [37]

Ефективність експорту  $E_{EFE}$  показує на скільки ефективно здійснюється зовнішня торгівля і показує частку виторгу в загальному обсязі експорту підприємства розраховують за формулою 1.2:

$$E_{EFE} = \frac{ЧВ}{ОП}, \quad (1.2)$$

де  $ЧВ$  – частка виторгу в загальному обсязі;

$ОП$  – загальний обсяг експорту підприємства.

Рентабельність експорту рахують як суму інвалютного доходу від реалізації експортних товарів, що припадає на кожну витрачену гривню (формула 1.3):

$$E_{EFE} = \frac{H_E}{C_E} \times 100\% \quad (1.3)$$

де  $H_E$  – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом

перерахування валютної виручки в гривнях за курсом НБУ на день надходження валютної виручки;

$CE$  – гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривнях за курсом НБУ на день надходження

валютної виручки.

Економічний ефект експорту розраховують за формулою 1.4:

$$E_{EK.E} = B_{EK} - B_{EK.B} \quad (1.4)$$

де  $B_{EK}$  – виручка від експорту;

$B_{EK.B}$  – загальні витрати на експорт.

Економічний ефект імпорту розраховують за формулою 1.5:

$$E_I = C_{PI} - B_I \quad (1.5)$$

де  $C_{PI}$  – ціна реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку;

$B_I$  – витрати на придбання імпортованої продукції.

Економічна ефективність імпорту. Імпорт товарів здійснюється для виробничого споживання імпортером з метою зниження витрат виробництва як альтернатива його закупівлі на внутрішньому ринку (формула 1.6):

$$ЦС = Ц_{II} - E_B \quad (1.6)$$

де  $Ц_{II}$  – купівельна ціна імпортованого товару;

$E_B$  – експлуатаційні витрати на використання товару, устаткування.

Виявлення закономірностей формування ринкової кон'юнктури та напрямів її зміни, а також встановлення характеру ринкового механізму та майбутнього співвідношення попиту і пропозиції. Загальна класифікація методів дослідження та прогнозування економічної кон'юнктури представлена на рис. 1.8.

Діалектичні методи вивчають явища і факти в їх тісному взаємозв'язку, в їх постійному розвитку від нижчих до вищих рівнів, від кількості до нових якостей і, зрештою, в єдності та боротьбі протидежностей. Неможливо пізнати істину, якщо явища і факти розглядати ізольовано, статично і без властивих їм суперечностей [26].

Процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно складним. Бажано оцінити ефективність зовнішньоекономічної діяльності для того, щоб визначити доцільність подальшого здійснення такої діяльності та порівняти досягнуті результати з попередніми періодами. Для цього існує низка показників імпорتنих та експортних операцій, які відображають ефективність конкретних видів зовнішньоторговельних операцій на підприємствах. Процес оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є досить змістовним і повним, але при цьому необхідно враховувати особливості кожного підприємства та специфіку його зовнішньоекономічної діяльності [32].

На показники ефективності ЗЕД можуть впливати умови кредитування. Експортні операції за звичай здійснюються на кредитних умовах. Тому підприємствам важливо знати, на скільки вигідно продавати товари з відстрочкою платежу.

Підсумовуючи, слід зазначити, що дослідження кон'юнктури ринку можливе за допомогою низки різних методів вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, які допомагають оцінити напрямок та інтенсивність розвитку кон'юнктури ринку.

Кон'юнктура ринку вивчається за допомогою системи економічних показників, які кількісно характеризують якісні зміни та дають змогу здійснювати прогнозування. Система показників, що характеризують кон'юнктуру ринку, повинна включати показники, які адекватно та оперативно відображають основні напрями, зміни, тенденції та швидкість розвитку кон'юнктури ринку і є найменш схильними до впливу випадкових, неконтрольованих та непередбачуваних чинників. Система ринкових індикаторів повинна бути побудована таким чином, щоб забезпечити можливість аналізу загальних процесів та виявлення деталей розвитку окремих процесів.

Дослідження загальної економічної ситуації повинні включати:

- визначення співвідношення попиту та пропозиції;
- аналіз динаміки оптових та роздрібних цін;

- вивчення механізмів функціонування ринків цінних паперів та руху коштів;

- аналіз стану та динаміки платоспроможності;

- аналіз номінальних і реальних доходів населення;

- дослідження динаміки продуктивності праці;

- визначення значень основних макроекономічних показників;

- розрахунок обсягу капітальних інвестицій;

- визначення обсягу та динаміки витрат на дослідження та розробки;

- розрахунок коефіцієнтів оновлення продукції;

- розрахунок показників національної та міжнародної торгівлі показники, що використовуються для вивчення (аналізу та прогнозування) загальноєкономічної кон'юнктури ринку.

При розробці системи індикаторів ринку може виникнути дилема. З одного боку, необхідно використовувати якомога більше індикаторів для кращого, детальнішого та адекватнішого аналізу поточної ситуації, виявлення факторів, що формують ринок, та ключових тенденцій його розвитку. Однак, з іншого боку, кількість індикаторів повинна бути в розумних межах. Це пов'язано з тим, що за короткий проміжок часу практично неможливо зібрати та систематизувати

надзвичайно великий обсяг інформаційного матеріалу, який адекватно відображає ринкову кон'юнктуру, проаналізувати та виявити тенденції, а також зробити необхідні прогнози.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКІВ РОСЛИННИХ ОЛІЙ

# НУВБІП УКРАЇНИ

### 2.1. Сучасний стан світового ринку рослинних олій

В світі олійні культури є головною складовою економіки багатьох країн. Так позитивна динаміка виробництва олійних культур спостерігається за останні майже п'ятдесят років, а збільшення обсягів саме світового виробництва зросло

майже в сімнадцять разів, тобто з 37 мільйонів тон до 597,4 мільйонів тон.

Останніми роками на світовому ринку продовольства спостерігається тенденція щодо збільшення попиту саме на основні товари агропромислового комплексу. Олійні культури зазвичай вважають однією з головних експортних

груп аграрної продукції, відносять до стратегічно важливих продуктів, що

забезпечують саме як економічну так і продовольчу безпеку держави. Варто

відмітити, що частину олійних культур використовують і на продовольчі цілі для населення. Також олійні слугують кормом для годівлі тварин.

Таким чином, саме ринок олійно-жирової продукції і є частиною,

складовою ринку продовольчих товарів. Саме тому ринок є схильним до впливу

різних чинників як у світовій економіці (мова йде про глобалізацію, посилення конкуренції між державами щодо світової торгівлі, розвиток інтеграційних процесів, тощо), так і у внутрішній економіці.

Інтенсивний розвиток олійного виробництва (а саме нарощування виробництва маргарину, олії, іншої основної та побічної продукції переробки) а

також й виробництво олійної сировини (мова йде про збільшення обсягів посівних площ, підвищення врожайності та місткості олійності в насінні) і є тими

категоріями, які є як взаємозалежними так і взаємопов'язаними.

В таблиці 2.1 наведені статистичні дані щодо світового балансу попиту та пропозиції рослинних олій.

# НУВБІП УКРАЇНИ

## Баланс світового попиту та пропозиції рослинних олій, млн. т

Вид рослинної олії	Маркетинговий рік			2022/2023 МР у % до 2020/2021 МР
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Світове виробництво рослинних олій				
Соняшникова	19,0	19,7	20,8	109,5
Ріпакова	29,4	29,3	32,7	111,2
Соева	59,3	59,3	58,7	98,9
Пальмова	73,3	73,0	77,6	105,9
Інші	26,1	26,7	26,3	100,8
Всього	207,1	207,9	216,2	104,4
Світовий імпорт рослинних олій				
Соняшникова	9,7	9,7	11,5	119,5
Ріпакова	6,3	5,1	6,5	103,0
Соева	11,8	11,5	10,5	88,9
Пальмова	46,9	41,6	48,0	102,3
Інші	6,6	6,5	6,5	98,5
Всього	81,3	74,5	83,1	102,2
Світовий експорт рослинних олій				
Соняшникова	11,3	11,1	13,0	114,3
Ріпакова	6,4	5,3	6,5	100,8
Соева	12,6	12,3	11,3	89,8
Пальмова	48,5	43,9	50,1	103,1
Інші	6,8	6,9	7,9	115,2
Всього	85,7	79,5	87,5	102,1
Світове споживання рослинних олій				
Соняшникова	18,3	17,6	19,2	104,9
Ріпакова	28,7	29,9	32,1	112,1
Соева	58,5	59,2	57,6	98,5
Пальмова	72,6	69,7	74,7	103,0
Інші	26,3	26,3	26,6	101,1
Всього	204,4	202,7	210,3	102,9
Світові кінцеві запаси рослинних олій				
Соняшникова	1,9	2,6	2,8	145,5
Ріпакова	3,5	2,7	3,3	94,8
Соева	5,4	4,7	4,9	91,0
Пальмова	14,9	15,9	16,7	112,4
Інші	2,8	2,8	2,5	90,9
Всього	28,5	28,8	30,2	106,1

Джерело: розраховано автором за даними джерела [51]

Дані рисунку 2.1 показують, що в світі найбільше виробляють саме пальмової олії – близько 35,9%, на другому місці знаходиться соєва олія 27,1%, третє місце ріпакова олія з 15,1%.

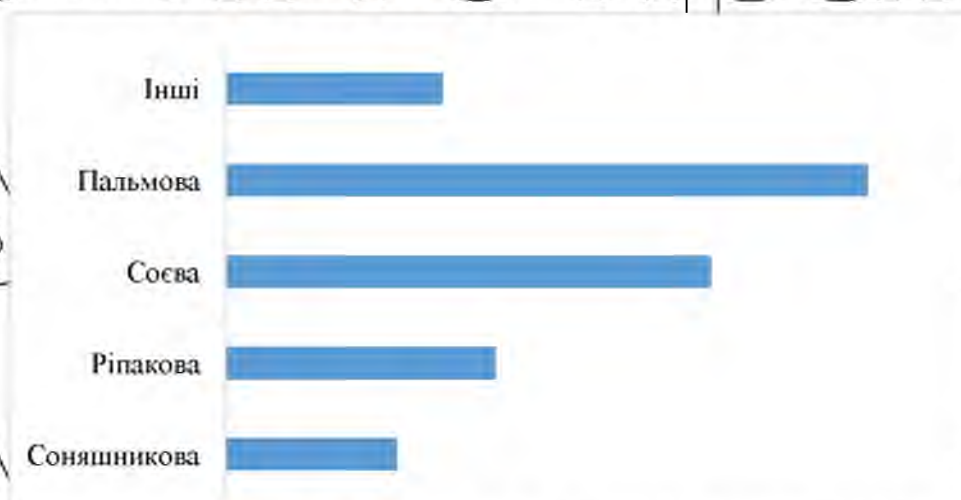


Рис. 2.1. Світове виробництво окремих видів олії у відсотках до загального обсягу 2022/2023 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Подібна ситуація прослідковується й при світовому експорті рослинних олій. Найбільше в світі експортують пальмової олії а саме 56% від загального експорту, друге місце відповідно соняшникова олія, а саме 15%. Замикає трійку соєва олія з показником 13% (рис. 2.2).

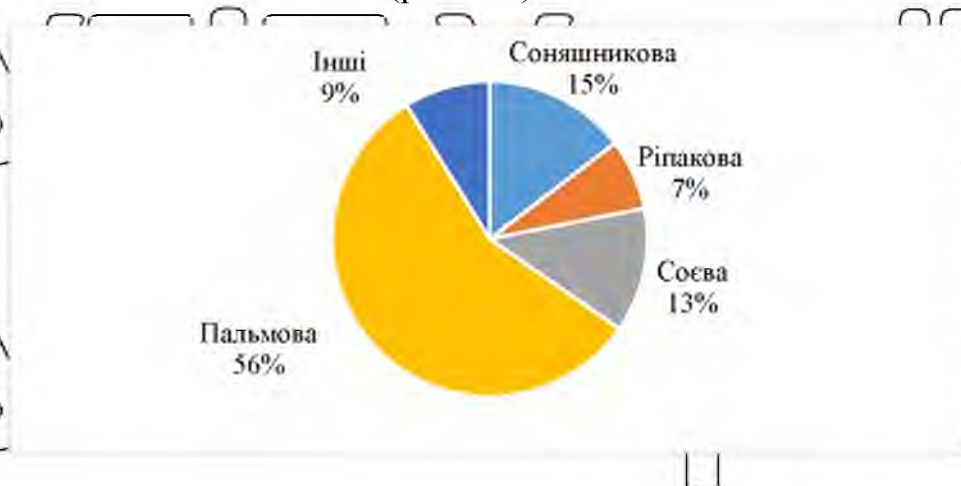


Рис. 2.2. Питома вага окремих видів рослинних олій у світовому експорті, 2022/2023 МР

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Отже, у світі за досліджуваній 2022/23 МР на ринку рослинних олій спостерігалось певне нарощування щодо обсягів виробництва. Так обсяги виробництва рослинних олій досягли 216,2 млн т у 2022/23 МР, що на 4,4% менше порівняно з 2021/22 МР. На рис. 2.3 наведені дані щодо світового балансу рослинних олій.

рослинних олій.

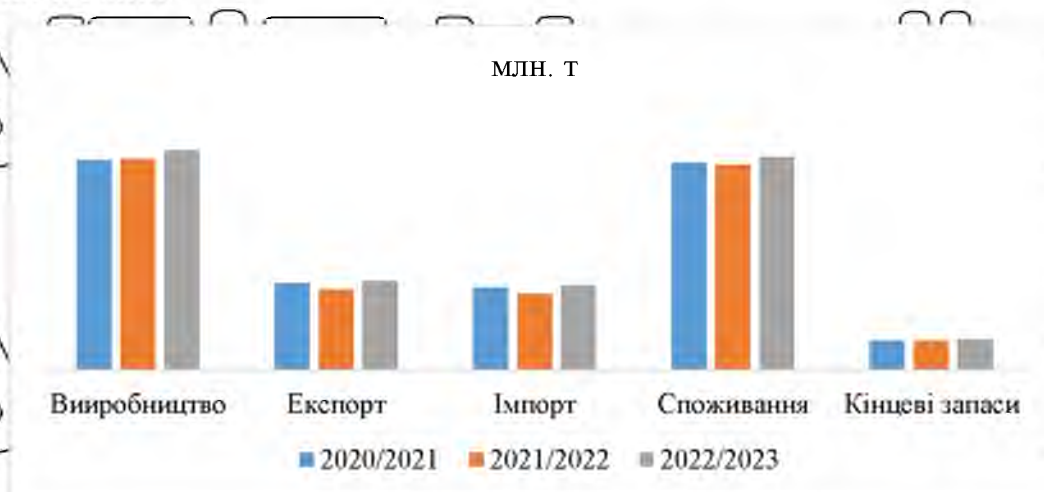


Рис. 2.3. Світовий баланс світової пропозиції та попиту рослинних олій,

2022/2023 МР, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

У 2022/23 МР обсяг виробництва пальмової олії продовжив позитивну динаміку останніх трьох сезонів. Однак відмітимо, що річний приріст рослинних олій дещо зменшився (рис. 2.4). Якщо в 2021/22 МР річний приріст виробництва рослинної олії досягав нульового рівня в кількості 73 млн. т, то вже у сезоні 2022/23 МР цей показник досяг 6,3% (77,6 млн. т.) (рис. 2.4).

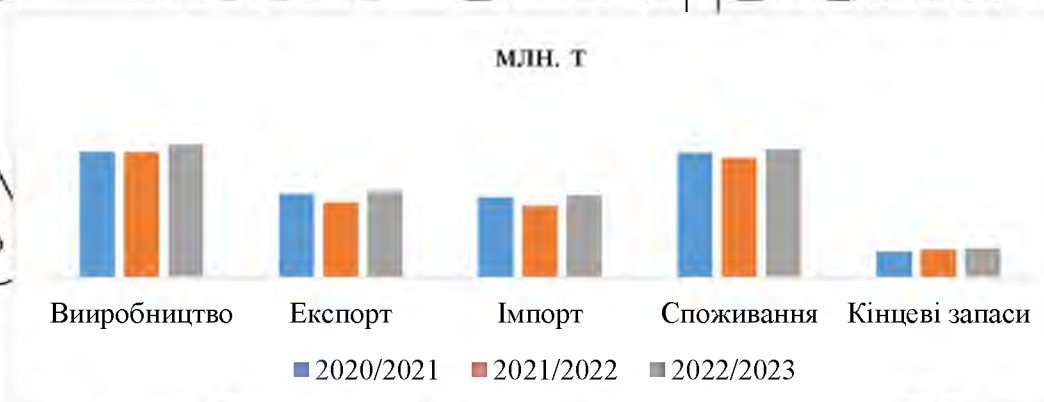


Рис. 2.4. Світовий баланс пропозиції та попиту пальмової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Як бачимо, Індонезія з часткою 59% до загального світового виробництва пальмової олії у 2022/23 МР збільшила виробництво до рівня 47 млн. т, в той час як Малайзія збільшила виробництво лише до 19 млн. т (рис. 2.5)

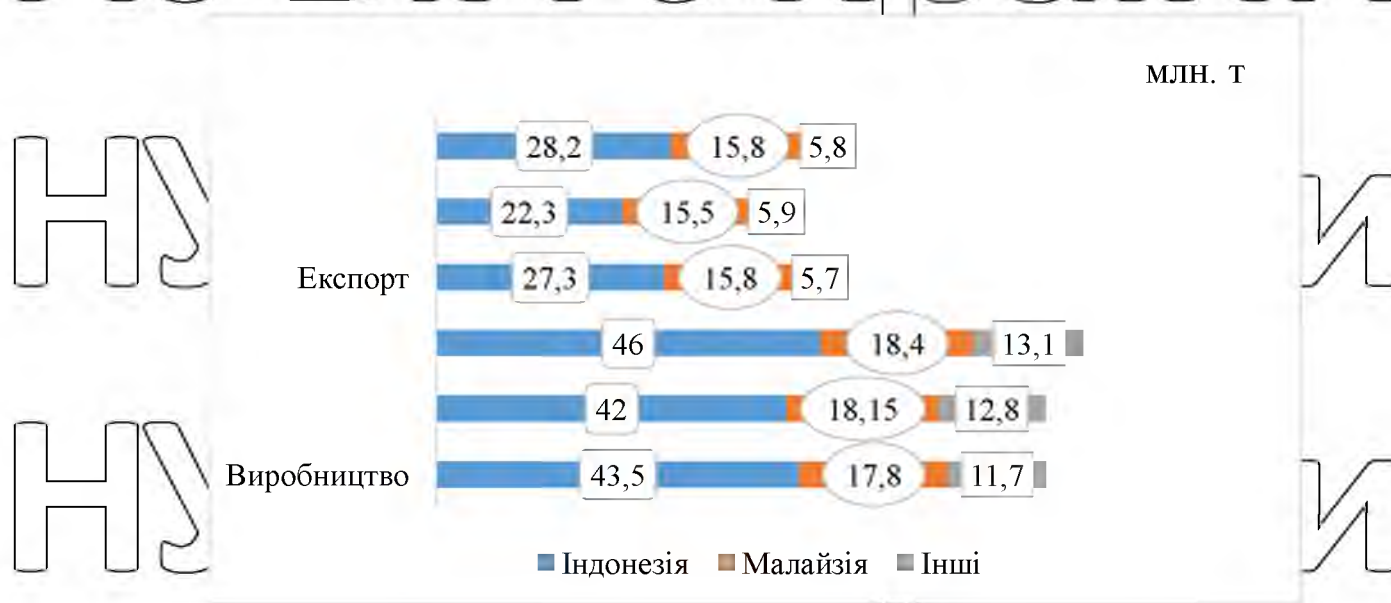


Рис. 2.5. Світове виробництво та експорт пальмової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

У 2022/23 МР, за даними агенції USDA, власне світове виробництво соєвої олії склало 58,7 млн. т. Це можна пояснити збільшенням виробництва в більшості країн, що традиційними виробниками соєвої олії (рис. 2.6).

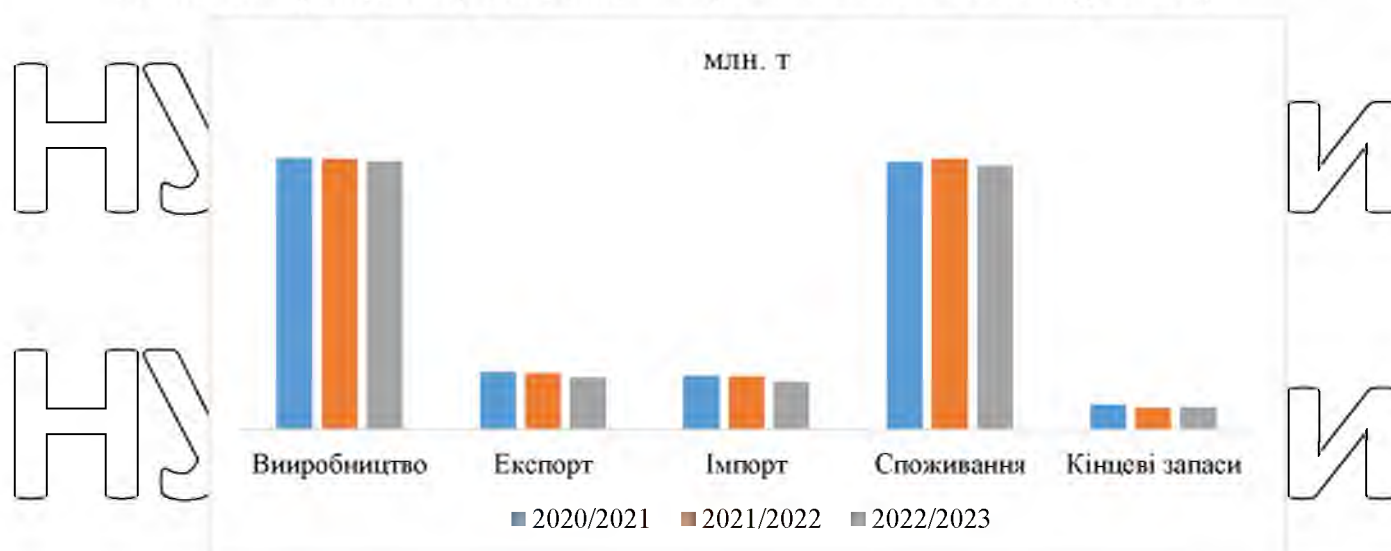


Рис. 2.6. Світовий баланс пропозиції та попиту соєвої олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Водночас основний виробник олії – Китай (28,3%) наростив виробництво соєвої олії у 2022/23 МР до 16,5 млн т (рис. 2.7).

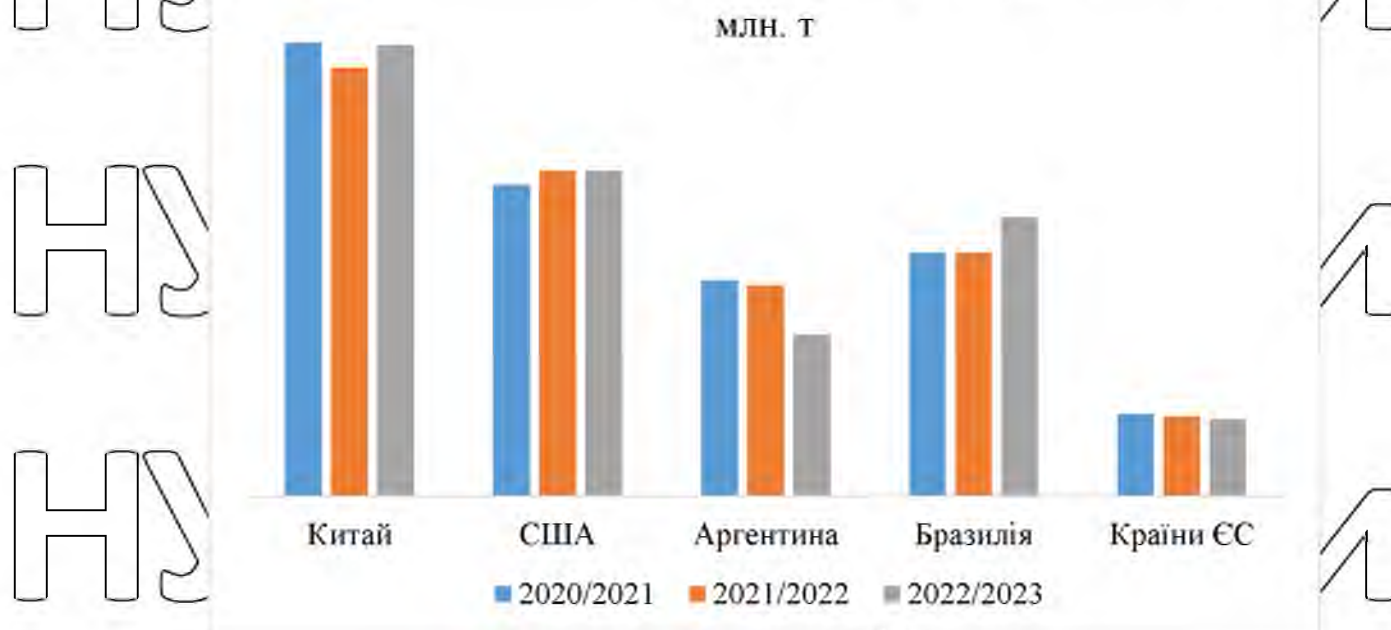


Рис. 2.7. Найбільші виробники соєвої олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

На рис. 2.8 наведені основні експортери соєвої олії у 2022/23 МР.



Рис. 2.8. Найбільші експортери соєвої олії, 2022/23 МР, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

НУБІП України

Виробництво соняшникової олії в 2022/23 МР досягнуло нового рекордного значення 20,8 млн. т (рис. 2.9).

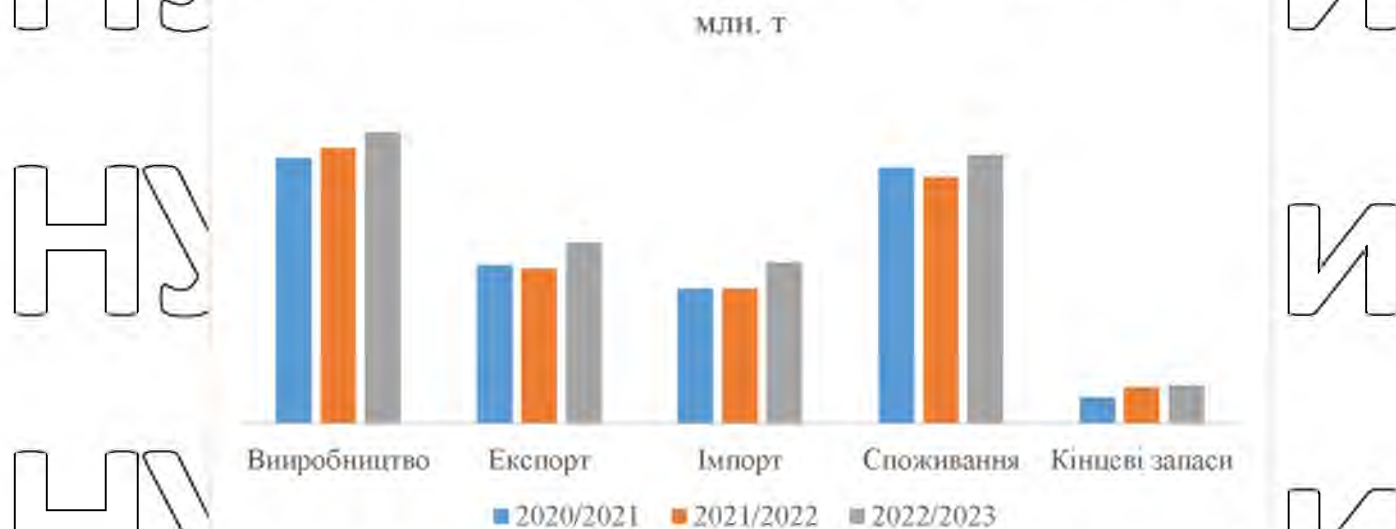


Рис. 2.9. Баланс світової пропозиції та попиту соняшникової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Україна забезпечує 25,7% світового ринку соняшникової олії, продовжать нарощувати обсяги її вироблення (рис. 2.10).

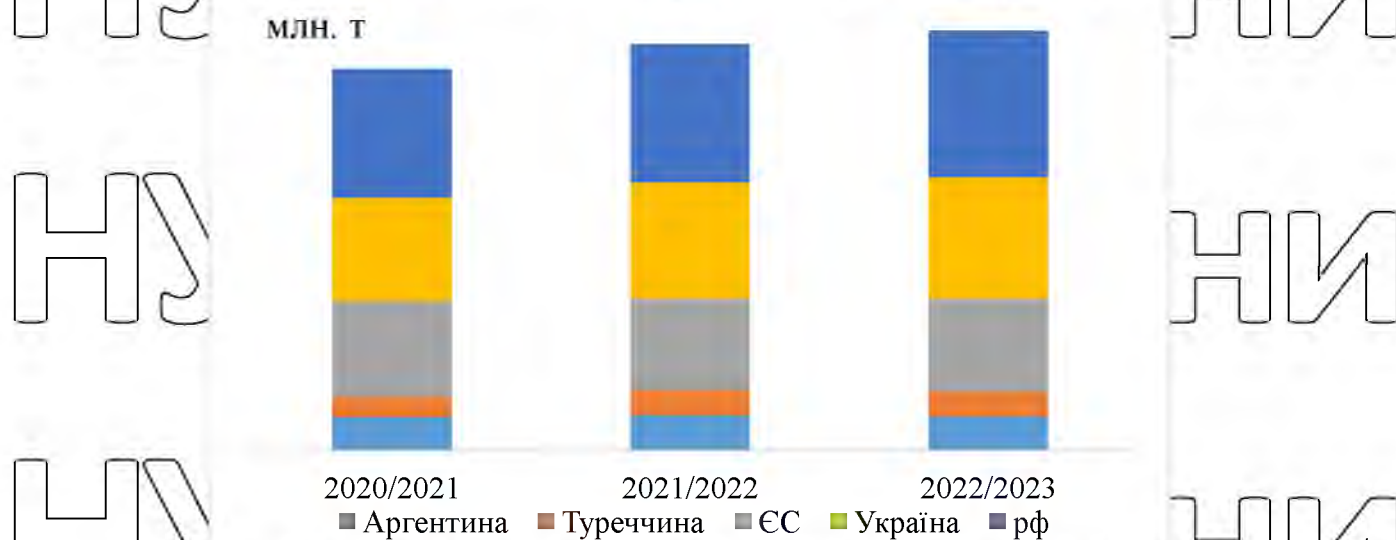


Рис. 2.10. Найбільші виробники соняшникової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

НУБІП України

Щодо ріпакової олії, зазначимо, що її кінцеві запаси у 2022/2023 МР становлять 3,3 млн. т.

За даними експертів у 2022/2023 МР обсяг виробленої ріпакової олії становив 32,7 млн. т. найбільшими виробниками традиційно є країни ЄС, Китай,

Канада, Індія (рис. 2.11).

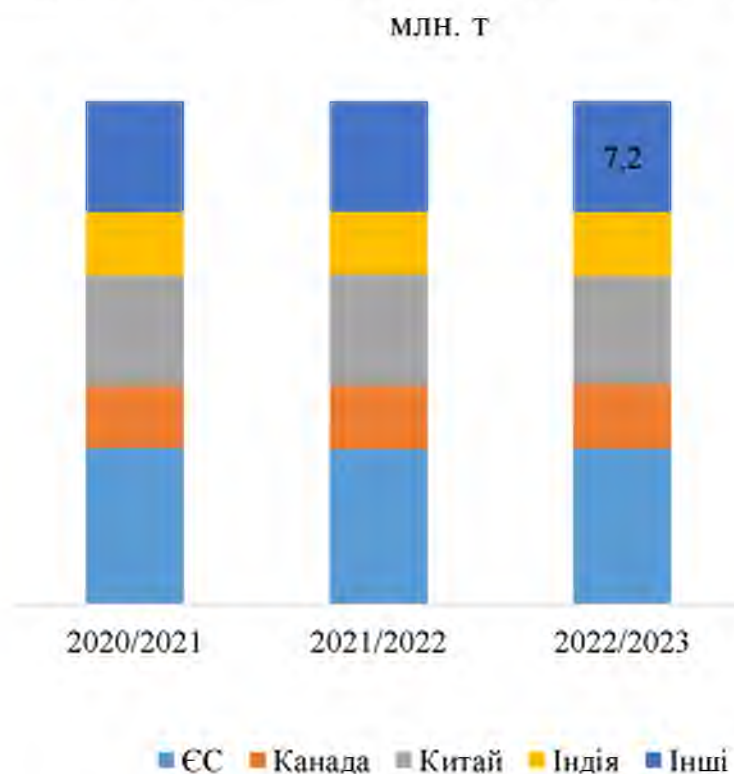


Рис. 2.11. Найбільші виробники ріпакової олії, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [51]

Зокрема, обсяги вироблення олії в Євросоюзі можуть скоротитися на 6% на рік і скласти 9,3 млн тон. Крім того, зниження даного показника очікується і в решті основних країн-виробників: у Канаді – до 4,05 млн тон проти 4,1 млн тон у 2018/19 МР, у Китаї – до 3,2 (3,4) млн тон. Водночас Індія, навпаки, підвищуватиме обсяги вироблення олії, які очікуються на рівні 2,65 млн т.

## 2.2. Вплив кон'юнктури світового ринку на ринок рослинних олій в Україні

Україні

Олійно-жировий підкомплекс агропромислового комплексу України – це сукупність галузей регіональної або національної економічної системи, які виробляють, переробляють, розподіляють і перерозподіляють олійно-жирову продукцію, переважно рослинного походження. Основною ланкою цієї економічної формації є виробництво рослинної сировини, яка в подальшому переробляється на рослинні олії та інші види продукції.

Виробництво олійних культур відіграє важливу роль у сучасному сільському господарстві України. Особливого значення набуває вирощування насіння соняшнику, традиційно основної олійної культури.

Ринок соняшникової олії характеризується щорічним збільшенням виробництва соняшникової олії в Україні, що зумовлено високим і стабільним попитом на світовому ринку. У 2020 році ринок почав стрімко розвиватися завдяки зростанню експортних цін на нерафіновану соняшникову олію з України на умовах FOB Чорноморськ. Експортні ціни зростали протягом травня, досягнувши чотиримісячного максимуму в останній тиждень травня, коли олія подорожчала на 15-20 доларів США за тону (до 750 доларів США за тону).

Зростання цін на соняшникову олію зумовлене як зовнішніми, так і внутрішніми факторами. Ціни на сиру нафту на світовому ринку продовжують зростати, відповідно зростають і ціни на рослинні олії. На внутрішньому ринку ціни на соняшникову олію підтримуються обмеженою пропозицією. За словами українських трейдерів, фермери неохоче продають соняшник, вказуючи на постійне зростання закупівельних цін як на сировину, так і на олію. Переробники готові платити премію за якість та кількість, оскільки пропозиція соняшнику дуже обмежена.

На рис. 2.12 наведені дані щодо вирощування соняшнику в Україні.

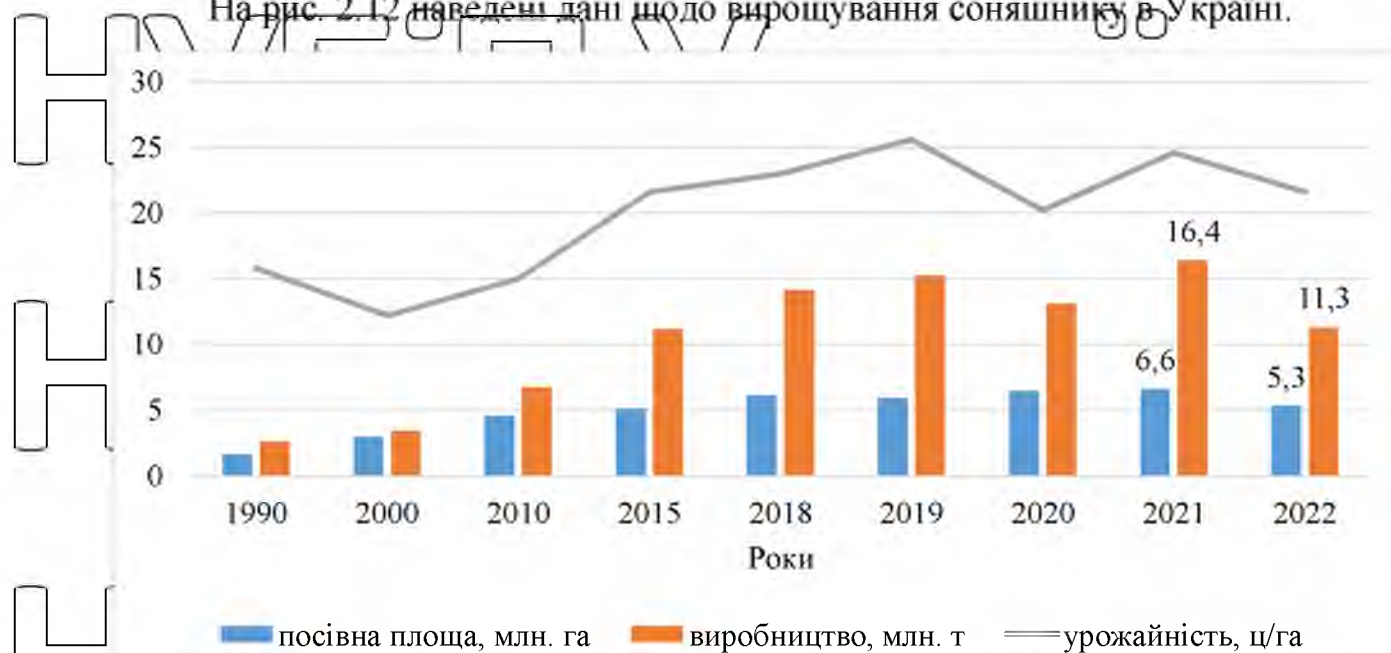


Рис. 2.12 Динаміка вирощування соняшнику в Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

На рис. 2.13 наведені дані щодо виробництва насіння сої в Україні. Так не зважаючи на військові дії на території України за останні роки спостерігається незначне нарощування обсягів виробництва сої. У 2022 р. виробництво бобів сої склало 3,7 млн. т при урожайності 26,4 ц/га. Для порівняння у 2020 році було зібрано 32,8 млн. т при урожайності 20,5 ц/га.

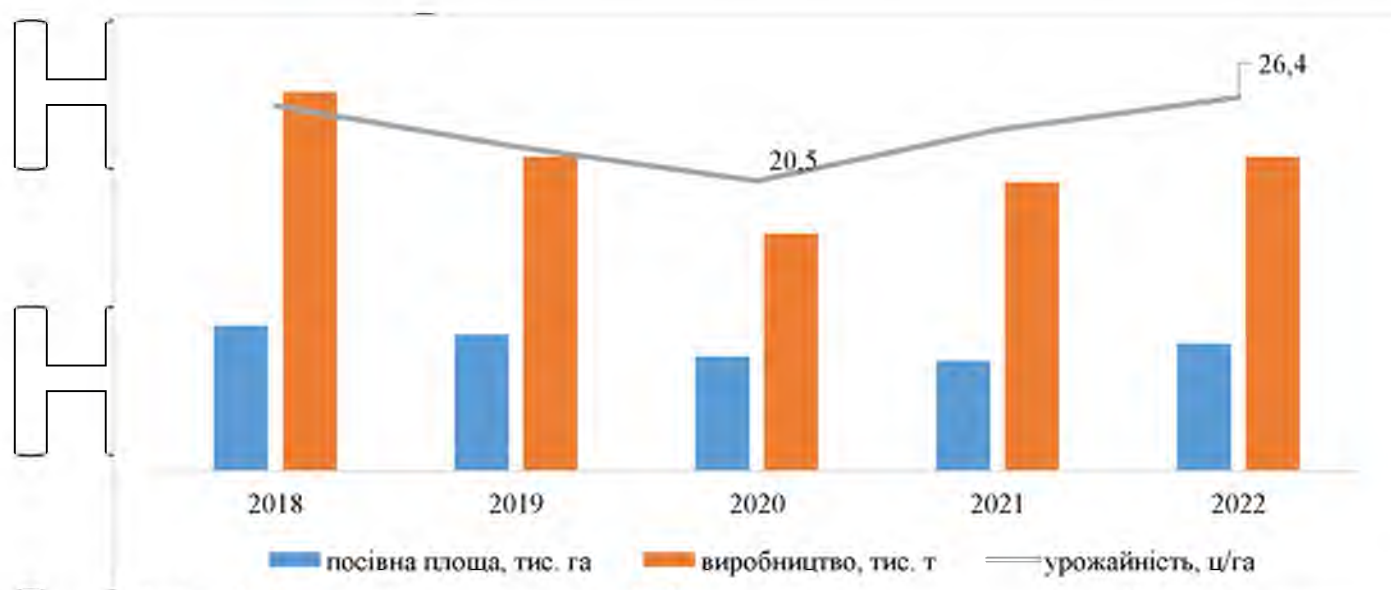


Рис. 2.13. Динаміка вирощування сої в Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

Щодо вітчизняного виробництва ріпаку, відзначимо також незначне нарощування обсягів виробництва. Так у 2022 році було зібрано 3,3 млн. т, що на 0,4 млн т більше порівняно з 2021 роком (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Динаміка вирощування ріпаку в Україні, 2018-2022 роки

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

Щодо балансів олійних культур в Україні, відзначило в цілому позитивні моменти (табл. 2.2).

Таблиця 2.2  
Баланси соняшнику, ріпаку та сої в Україні, тис. т

Показник	Соняшник	Ріпак	Соя
Виробництво	16392	2939	3493
Зміна запасів	3989	-78	892
Імпорт	24	77	1
Усього ресурсів	12427	3094	2602
Експорт	79	2671	1098
Витрачено на корм та втрати	161	17	65
Витрачено на посів	68	18	144
Переробка	12119	388	1295

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

З даних таблиці 2.3 можна зробити висновок, що у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилось виробництво олії на 20,9%. Також спостерігається і зменшення експорту вітчизняних олій – на 23,4%. Також з даних табл. 2.3 спостерігається нарощування внутрішнього споживання олії у розрахунку на 1 особу. Так у 2021 році одна особа споживала 13,6 кг у той час як у 2020 році лише 12,3 кг.

Таблиця 2.3

Показник	Баланс олії в Україні, тис. т				2021 р. до 2019 р. у %	2021 р. до 2020 р. у %
	Роки					
	2018	2019	2020	2021		
Виробництво	6243	6894	7549	5968	86,6	79,1
Зміна запасів	-10	-30	11	89	-296,7	809,1
Імпорт	259	250	245	289	115,6	118,0
Усього ресурсів	6512	7174	7783	6168	86,0	79,2
Експорт	5986	6644	7241	5547	83,5	76,6
Втрати та витрати на нехарчові цілі	25	26	30	57	219,2	190,0
Фонд споживання	501	504	512	564	111,9	110,2
на 1 особу, кг	11,9	12,0	12,3	13,6	113,3	110,6

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

На основі статистичних даних Державної служби статистики ми сформуваємо підприємства, що займаються виробництвом олійних (табл. 2.4).

Як говорилося вище, Україна займає чільне місце на світовому ринку олій.

Так в таблиці 2.4 наведені дані, що показують місце України на світовому ринку

рослинних олій.

Показник	Маркетинговий рік			2022/2023 МР у % до 2020/2021 МР
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
<b>Частка України у світовому виробництві олійних культур</b>				
Виробництво сої (млн. т.):				
- в світі	368,9	360,1	369,7	100,2
- в Україні	2,8	3,4	3,7	132,1
Частка України в світі, %	0,8	0,9	1,0	131,9
Виробництво насіння соняшника (млн. т.):				
- в світі	57,1	52,4	55,8	97,7
- в Україні	17,5	12,2	13,5	77,1
Частка України в світі, %	30,6	23,3	24,2	78,9
Виробництво насіння ріпаку (млн. т.):				
- в світі	75,3	88,5	86,1	114,3
- в Україні	2,6	2,9	3,3	126,9
Частка України в світі, %	3,5	3,3	3,8	111,0

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Так, у 2022 році частка України у виробництві насіння соняшнику становила 24,2%, сої-1%, ріпаку-3,8%

Найбільшими виробниками рафінованої соняшникової олії в Україні є ПАТ «Другий Дніпропетровський олійноекстракційний завод» (який входить до

структури Bunge), ТОВ «Дельта Вілмар Україна» (Wilmar International), ПАТ «Полтавський олійноекстракційний завод» Кернел Груп (Кернел), ТОВ «Приколотнянський олійноекстракційний завод» (Кернел) та ПП «Оліяр» (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Найбільші вітчизняні виробники рафінованої соняшникової олії

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «УкрОліяпром» [38]  
Щодо соєвої олії, зазначимо, що в Україні в 2022 році найбільшим виробником був «Катеринопільський елеватор» (МХП) частна якого на ринку складала 17,4%.

В Україні найбільшими виробниками соєвої олії у 2020 році були ТОВ «Катеринопільський елеватор» (частка 17,4%), ТОВ «Глобинський консервний завод» (частка 16,9%) та ТОВ «Транспостач» (частка 15,5%) (рис. 2.16).

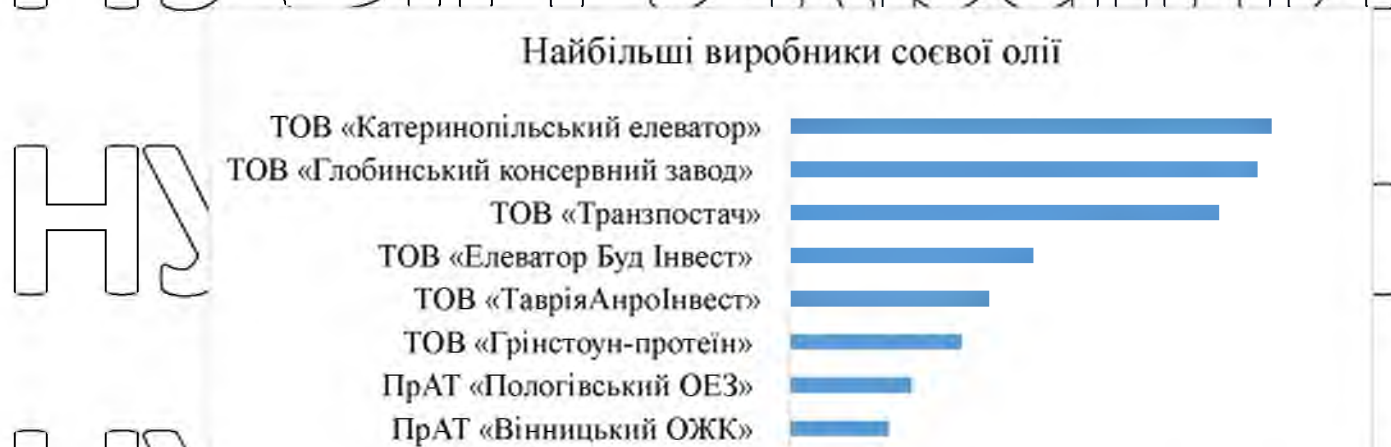


Рис. 2.16. Найбільші вітчизняні виробники соєвої олії

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «УкрОліяпром» [38]

Протягом досліджуваного періоду найбільшими виробниками ріпакової олії в Україні були: ТОВ «Дельта Вільмар Україна» (Wilmar International), ТОВ «Олсідз Блек Сі» (Allseeds), ПП «Оліяр», ПрАТ «Вінницький ОЖК» (ViOil), ТОВ та ТОВ «ОЕЗ Градоля» («Градоля») (рис. 2.17).

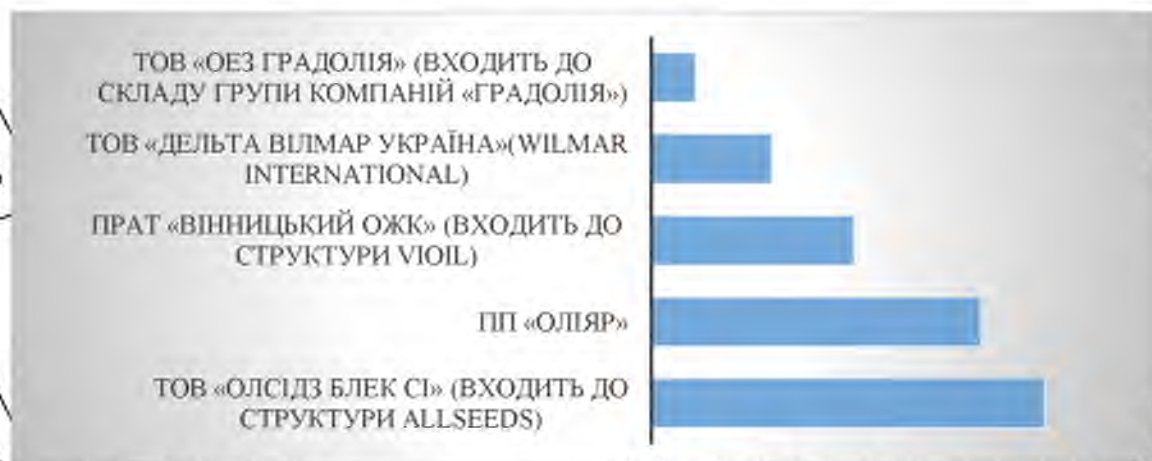


Рис. 2.17. Найбільші вітчизняні виробники ріпакової олії

Джерело: сформовано за даними Асоціації «Укроліяпром» [38]

Окремо слід відзначити вітчизняних виробників майонезів та соусів. Так, найбільшими виробниками соусів у 2020-2021 роках є ТОВ «Щедро» (частка 16,2%), ТОВ «Волиньхолдинг» (частка 16,2%) та ПрАТ «ВікторіК» (частка 14,6%) (рис. 2.18).

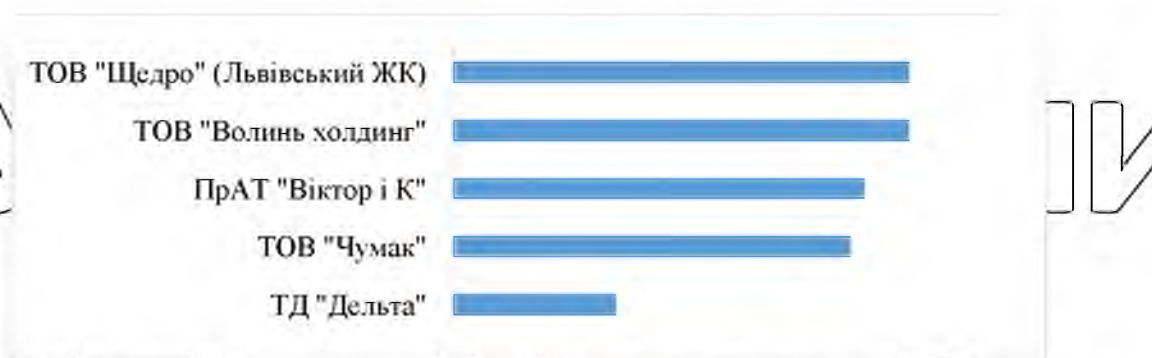


Рис. 2.18. Найбільші вітчизняні виробники соусів, включаючи майонез, 2022 рік

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «Укроліяпром» [38]

Зростаючий попит на олійні та продукти його переробки на внутрішньому та зовнішньому ринках дозволить розширити посівні площі та зайняти важливе місце в структурі олійних культур.

### 2.3. Аналіз зовнішньої торгівлі України на світовому ринку рослинних олій

Однією з головних особливостей 2022 року в цілому став масовий експорт насіння соняшнику з України, який досяг 2,754 млн. тон. Основними імпортерами стали країни ЄС – понад 70%, Туреччина – понад 20%. Таке нарощування експорту насіння соняшнику знизило зацікавленість, зокрема країн ЄС, в українському соняшниковому шроті. Такий масований експорт насіння соняшнику має непередбачувані негативні наслідки для галузі. При цьому експорт соняшникової олії склав понад 5,5 млрд доларів, насіння олійних культур понад 3,7 млрд доларів.

Разом з цим у вересні-грудні 2022/23 МР виторг від поставань олійно-жирової продукції на зовнішні ринки склав 3 млрд доларів, соняшникової олії склав понад 2,1 млрд доларів, олійних культур склав 2,4 млрд. доларів.

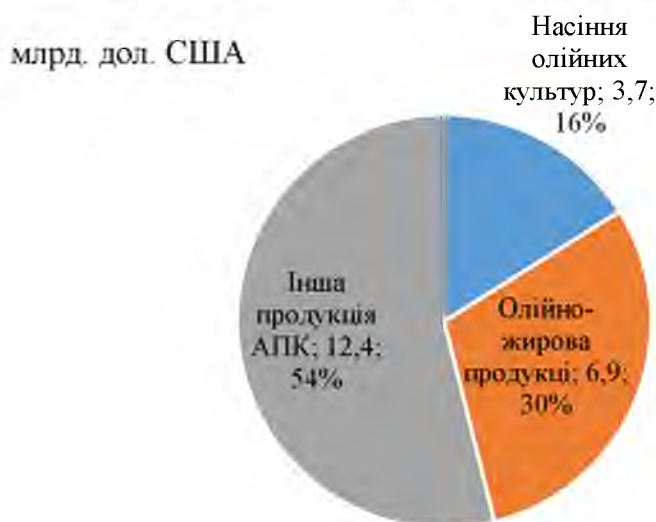


Рис. 2.19. Структура експорту товарів агропромислового комплексу України, 2022 рік

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «УкрОліяпром» [38]

За перше півріччя 2021 року в Україну було імпортовано олійно-жирової продукції на суму 0,21 млрд. доларів США. Серед імпорту олійно-жирової продукції найбільшу були тропічні олії (75%) а також маргаринова продукція з жирами спеціального призначення (20%).



Рис. 2.20. Структура експорту олійно-жирової продукції України

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «Укроліанпром» [38]

За сім місяців поточного року експорт харчових продуктів з України склав 4,982 млрд доларів США. Частка рослинних олій та продуктів їх переробки, спеціальних жирів та олій (крім шротів) в обсязі експорту харчових продуктів за звітний період склала 75,4%. Соняшникова олія, якої було експортовано за звітний період на суму 3,533 млрд доларів США, склала 71% від загального обсягу експорту харчових продуктів.

Сальдо зовнішньої торгівлі олією та жировими продуктами склало позитивне сальдо у розмірі 4,48 млрд доларів США, тоді як сальдо зовнішньої торгівлі харчовими продуктами та сільськогосподарською продукцією становило 8,304 млрд. доларів США. Таким чином, частка становить 53,9%.

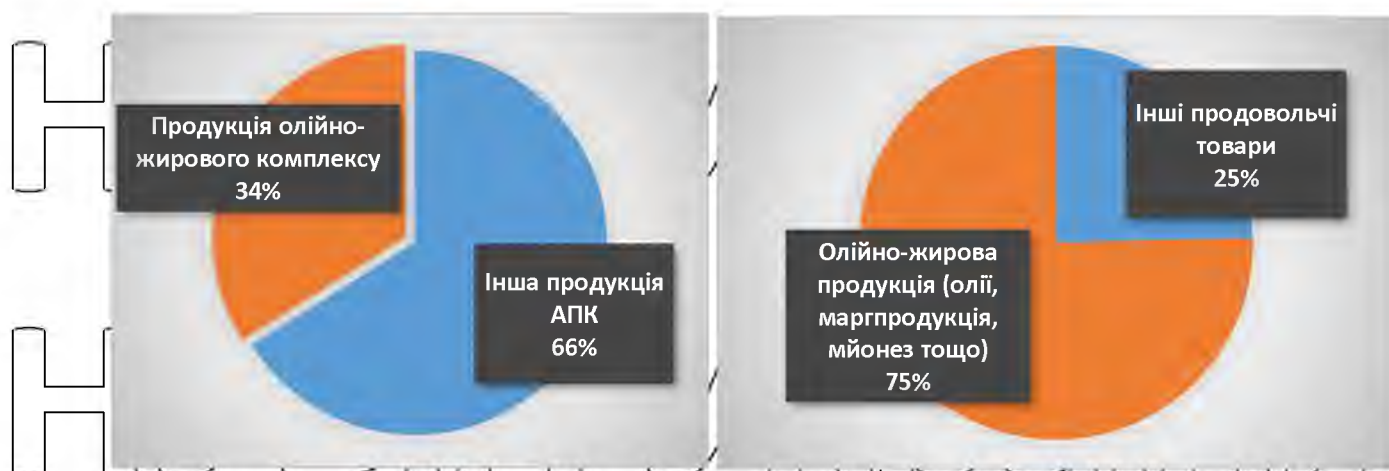


Рис. 2.21. Структура експорту агропромислового комплексу України, перше півріччя 2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «УкрОліяпром» [38]

У 2019-2020 маркетинговому році Україна морем експортувала 6,63 млн т рослинної олії (плюс 300 тис. т) – це рекордний показник, незважаючи на те, що серйозну конкуренцію в цьому році склали компанії з рф.

#### Основні країни-імпортери української соняшникової олії

2021 рік		2022 рік	
Країна	Частка	Країна	Частка
Індія	30,5%	Польща	13,3%
Китай	15,3%	Індія	13,0%
Нідерланди	10,6%	Туреччина	11,2%
Іспанія	7,4%	Румунія	7,2%
Ірак	5,1%	Нідерланди	6,6%

Джерело: розраховано автором за даними джерела [32]

Про це повідомляється у дослідженні компанії Stark Shipping, яке охоплює період з 1 вересня 2019 го до 31 серпня 2020 го року.

За даний період на соняшкову олію припало 5% усього українського експорту, який здійснюється морським шляхом, не враховуючи контейнерні відправки.

На частку шести найбільших компаній припадає майже 80% ринку. Але зростання кількості експортованої олії простежується не у кожній з компаній. Топ-експортерів (всі види олій, без урахування контейнерів) виглядає так: Kerrel - 1 467 219 тонн (26% ринку) Cofoco - 944 232 тонн (17%) Bunge 603 660 тонн (101%) Alfa Trading (Wilmar) 575 074 тонн (10%) Cargill 457 528 тонн (8%) Allseeds 450 217 тонн (7%).

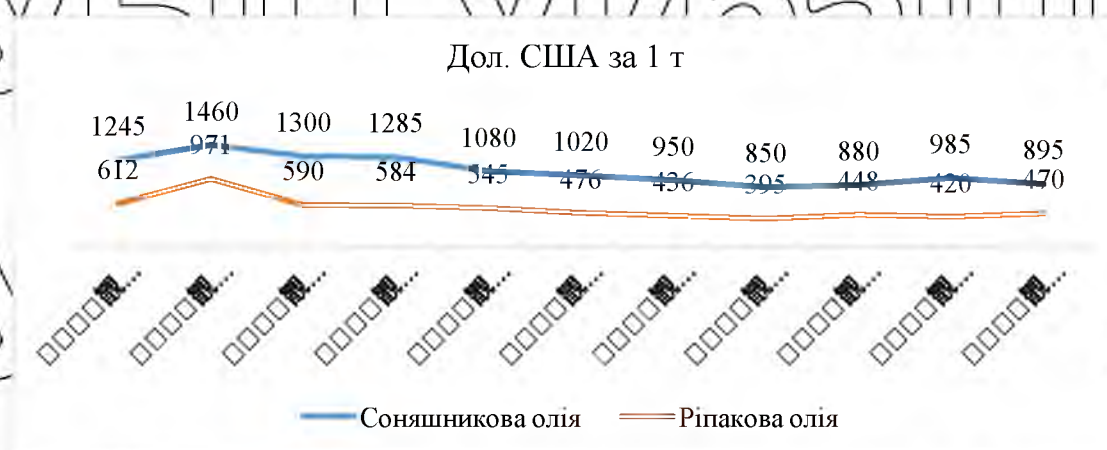


Рис. 2.22. Динаміка світових цін на соняшкову та ріпакову олію

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Індекс споживчих цін поточного року на олію соняшкову (до попереднього місяця) склав 99%. Така тенденція спостерігається вперше за весь 2020/21 маркетинговий рік.

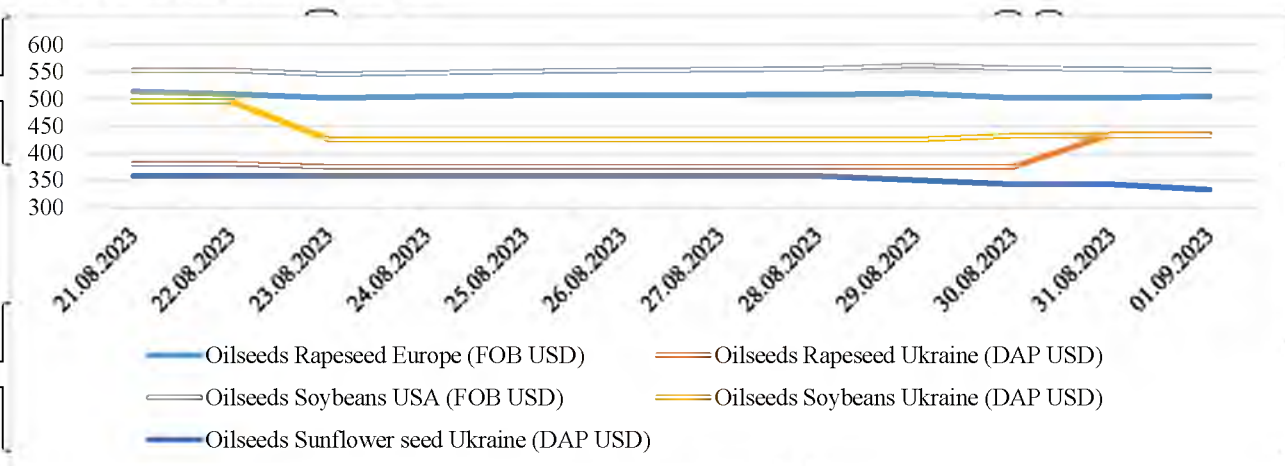


Рис. 2.23. Динаміка цін на олійні в Україні

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Таким чином, попит з боку імпортерів навряд чи знизиться в цьому сезоні, не зважаючи на глобальний дефіцит пропозиції рослинних олій.

## РОЗДІЛ 3

## ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ РОСЛИННИХ ОЛІЙ

## 3.1. Перспективи розвитку світового ринку рослинних олій

Як видно за останні роки світове виробництво біодизелю має тенденцію до збільшення. Так у 2022 р. виробництво біодизелю сягнуло 49,07 млн т., що на 1,6% більше (0,79 млн т.) перевищує дані 2021 року. Це можна пояснити збільшенням виробництва біодизеля саме в Аргентині, що дозволило отримати більш якісного та високого рівня ніж планувалося (рис. 3.1).

млн. т



Рис. 3.1. Динаміка світового виробництва біодизелю, млн. т

Джерело: побудовано автором за даними джерела [32]

Отже за даними Oil World виробництво біодизелю у 2022 році в Індонезії становило 7600 тис. т., що більше порівняно з 2021 роком на 130 тис. т.

Відомо, що рішення щодо підвищення частки біодизелю в моторному паливі, що потребує відповідно нарощування її виробництва даного біопалива пояснюється намаганнями зменшити запаси саме пальмової олії в такій країні як

Індонезія. Тож керівництво Індонезії намагалася контролювати відповідно ціни саме на харчові олії в середині країні шляхом заборон експорту пальмової олії, що в результаті призвело лише до зростання її запасів саме на внутрішньому ринку а також спричинило тиск і на ціни. Однак уряд країни зняв заборону. Саме

тому нарощування виробництва «зеленого» палива дозволить вийти із ситуації щодо надлишковості запасів, що сприятиме в свою чергу скороченню витрат саме на імпорту палива.

Також в Індонезії уряд оголосив про плани щодо випробувань палива типу B40. Таким чином при підвищенні вимог щодо застосування біодизелю до рівня B40 саме додатково 2,5 млн. т. пальмової олії спрямують на його виробництво. Таким чином нарощуванню виробництва саме біодизелю призведе до істотного зменшення цін саме на пальмову олію. На рис. 3.2 наведені дані щодо використання основних видів сировини для виробництва біодизелю в світі.

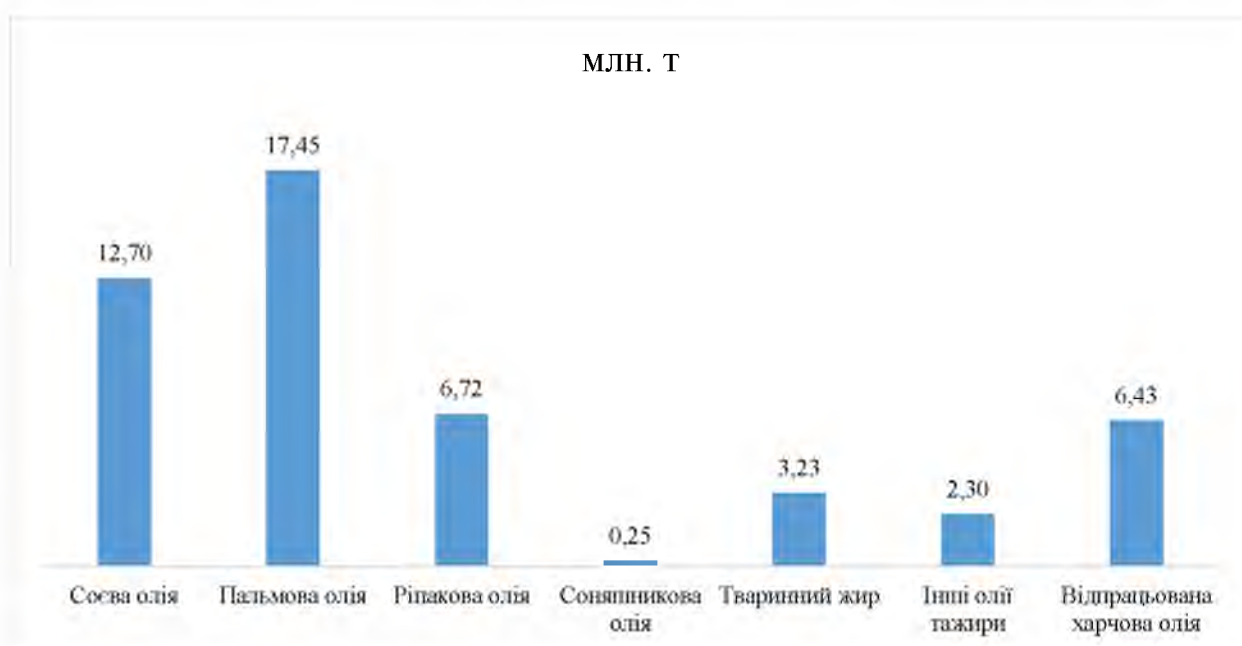


Рис. 3.2. Використання сировини для виробництва біодизелю, 2022 р.

Джерело: побудовано автором за даними джерела [32]

Відомо також на значно активне використання біодизелю націлена й політика такої країни як Аргентини. За даними організації Oil World, значний дефіцит дизельного палива в цій країні посприяв підвищенню рівня використання саме біодизелю з 5% до рівня 12,5% в серпні 2022 року і відповідно до 7,5% у грудні 2022 року.

За таких умов, якщо зазначені умови будуть впроваджені в життя саме місячне використання біодизелю в Аргентині зросло з 40-50 тисяч тонн до 120-130 тис. тон у липні-серпні 2022 року та 80 тисяч тон із вересня і до грудня 2022

року. Отже зважаючи на вказане внутрішнє споживання біодизелю в Аргентині збільшилося майже в 2 рази у 2022 році.

Проте в цілому виробництво біодизелю в Аргентині у 2022 році досягло максимального рівня за останні роки і склало 2,2 млн. т., що на 500 тис. т більше за показники 2021 року. Відповідно експорт аргентинського біодизелю за 2022 рік склав 1,4 млн. т. (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Баланс біодизелю в Аргентині

Джерело: побудовано автором за даними джерела [32]

Як зазначають дослідники перспектива збільшення попиту саме на соєву олію в Аргентині з боку біопаливної галузі на фоні зменшення обсягів випуску соєвої олії може призвести до зменшення експорту, як одного з головних світових постачальників.

Також відмітимо й певне зростання виробництва біодизелю у 2022 році в США.

На рис. 3.4 наведені дані щодо головних видів сировини для виробництва біодизелю в країнах ЄС за 2021-2022 роки.

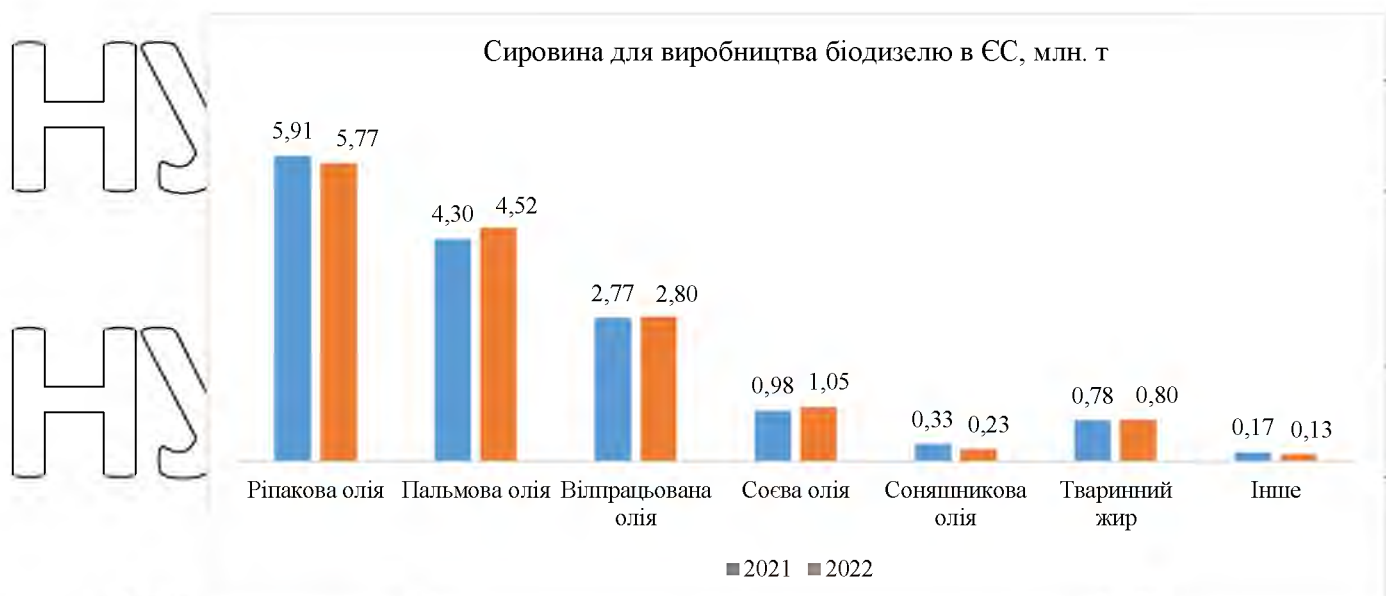


Рис. 3.4. Використання сировини для виробництва біодизелю, 2022 р.

Джерело: побудовано автором за даними джерела [32]

Вирощування сільськогосподарських культур у науково обґрунтованих сівозмiнах дозволяє підвищити їхню продуктивність та зберегти родючість ґрунту. Різноманітність природно-кліматичних та організаційно-економічних умов, а також розвиток і вдосконалення систем землеробства вимагають розробки різних типів і різновидів сівозмiн. Олійні культури є висококультурними і потребують чистих від бур'янів ділянок з високою родючістю ґрунту. Олійні культури є основними попередниками для пшениці, ячменю та вівса. Найкращими попередниками для олійних культур є багаторічні трав'яні пласти та укiсні пари, сидерати, змішані посіви сої та вівса, а також ранньостиглі зернові культури. [39, с. 28].

Для покращення імiджу вітчизняних виробників олійних культур необхідно запровадити систему управління якістю, яка б відповідала європейським та світовим стандартам. Необхідно терміново розробити та впровадити ефективну тарифну політику найближчим часом, враховуючи ситуацію на світовому ринку ріпаку.

### 3.2. Прогнозування кон'юнктури ринку рослинних олій

Отже, виявлення пріоритетів стратегічного розвитку саме вітчизняного ринку олії та олієжирової продукції потребує комплексного та системного аналізу щодо узагальнення основних трендів функціонування міжнародного ринку, адже саме ключові чинники значною мірою впливають на його подальший розвиток та функціонування й в окремих державах та регіонах [2, с. 37].

На основі проведеного дослідження ринку рослинних олій нами було сформовано прогнози вітчизняного виробництва як насіння соняшнику так і насіння ріпаку (див. рис. 3.5 та рис. 3.6).

млн. т

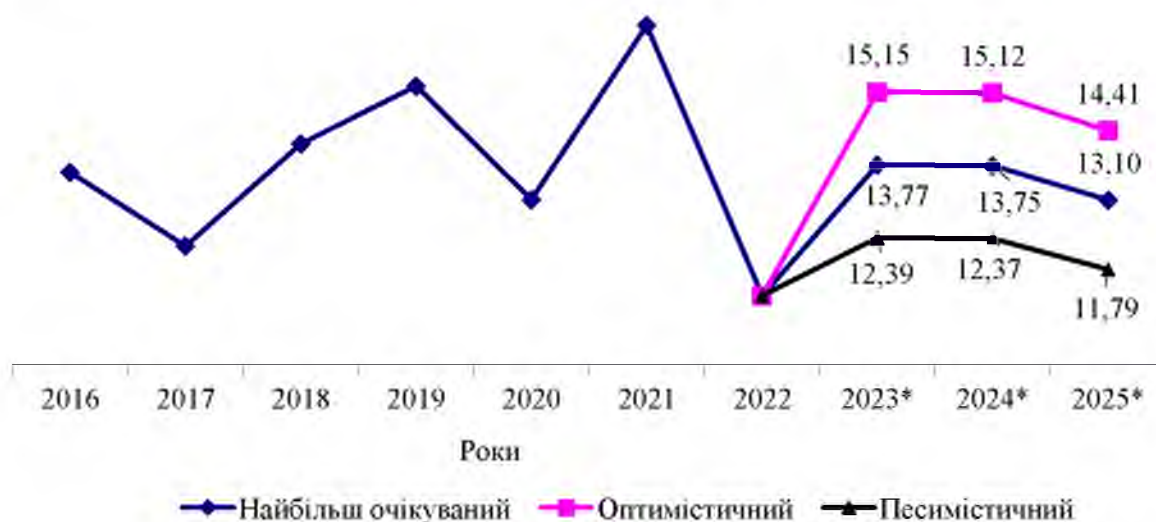


Рис. 3.5. Прогноз виробництва насіння соняшнику в Україні (\*прогнози дати)

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Отже дані рис. 3.5 дають можливість зазначити, що у 2023 році в Україні очікується незначне зростання обсягів виробництва насіння соняшнику до рівня 13,77 млн. т. (це найбільш очікуваний варіант). Проте в умовах сприятливої кон'юнктури у 2023 році можемо отримати (це оптимістичний прогноз розвитку) вловий збір насіння соняшнику на рівні 15,15 млн. т. І в умовах песимістичного сценарію отримає лише 12,39 млн. т.



Рис. 3.6. Прогноз виробництва насіння ріпаку в Україні (\*прогнозовані дані)

Джерело: розраховано автором за даними джерела [38]

Крім того, зазначимо, що у 2023 році очікується зростання виробництва насіння ріпаку до 3,14 млн. т (це найбільш очікуваний сценарій). За умов сприятливої кон'юнктури у 2023 році очікується (це оптимістичний прогноз розвитку) виробництво насіння ріпаку в Україні на рівні 3,61 млн. т. З умов песимістичного сценарію очікується виробництво насіння ріпаку на рівні 2,67 млн. т. (рис. 3.6).

Також ми сформуваємо прогноз виробництва рослинних олій в Україні (рис.

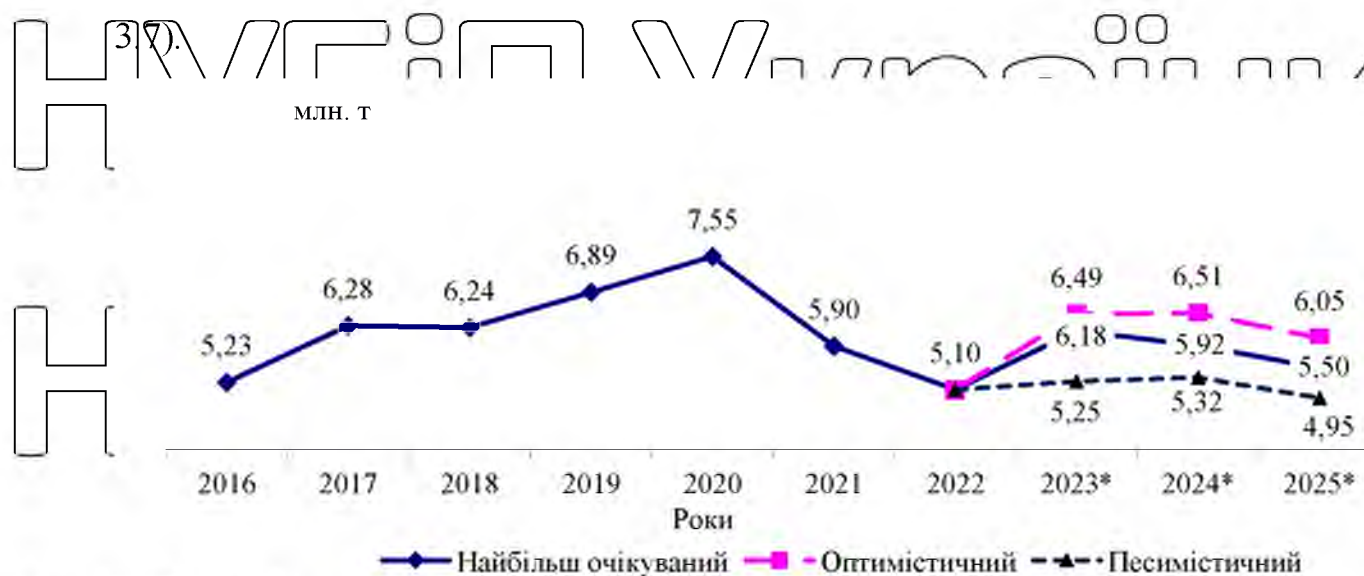


Рис. 3.7. Прогноз виробництва рослинних олій в Україні (\*прогнозовані дані)

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Як видно з даних рис. 3.7 у 2023 році в Україні очікується незначне

зростання виробництва рослинних олій до 6,18 млн. т. (це найбільш очікуваний сценарій). За сприятливої кон'юнктури у 2023 році очікується виробництво олій на рівні 6,49 млн. т (це оптимістичний сценарій). Відповідно до песимістичного сценарію очікується валове виробництво олії на рівні 5,25 млн. т.

Загалом, ціни на олійні культури і продукти їх переробки повністю залежать від кон'юнктури світового ринку. Відносно високі світові ціни на олійні культури та жири зумовлено зростаючим світовим попитом на даний продукт. В зв'язку з цим світові ціни на ріпак та ріпакову олію зросли за останні роки майже до рівня цін на соняшник та олію, а світові ціни на боби соєві наразі перебувають на шестирічному максимумі. Покращення економічної ситуації в основних країнах-імпортерах, таких як Латинська Америка та Азія сприяло зростанню внутрішнього споживання рослинної олії та кормових інгредієнтів (шротів) [73]. Таким чином у 2022 році США були країною з найбільшою часткою виробництва етанолу у світі – 55% (рис. 3.8).

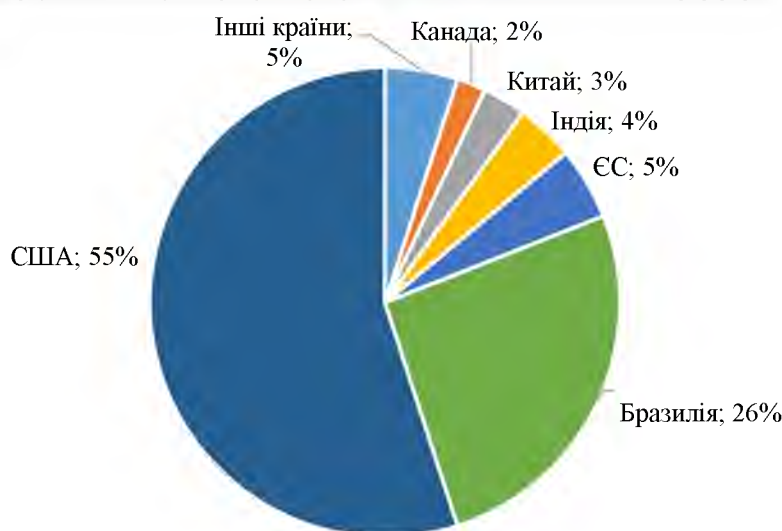


Рис. 3.8. Основні виробники етанолу в світі, 2022 рік

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

Дещо зменшилась частка Бразилії у період до пандемії. Мова йде про 30% у 2022 році. Відмітимо, що світове виробництво за останні десять років мало тенденцію до нарощування. Отже у 2022 р. США були найбільшим виробником

етанолу в світі. Частка США та Бразилії складала 82% світового виробництва етанолу. Відомо, що значна кількість американського етанолу виробляється саме з кукурудзи. Проте Бразилія в основному використовує цукрову тростину для виробництва етанолу.

Високоолеїновий соняшник – це соняшник з вмістом олії олеїнової кислоти мононенасичена жирна кислота – Омега-9, понад 82% та низьким вмістом Омега-6 лінолевої кислоти, (поліненасичена жирна кислота) [58]. Такий соняшник виведено звичайними методами селекції, і генетичний потенціал

вмісту олеїнової кислоти в ньому є найвищим серед усіх його олійних культур –

до 95%. Олія, яка виготовлена з такого соняшнику, має безліч корисних властивостей та може конкурувати з оливковою. Високоолеїнова соняшникові олія має найвищим вмістом вітаміну Е (альфа-токоферолу) – 45 мг/100 г [59].

Основними причинами зростання попиту на високоолеїнову соняшникову олію на європейському ринку є поширення здорового харчування в розвинених країнах та потреба світової олійно-жирової промисловості в новому типі олії, яка має необхідну якість, але є дешевшою, ніж олії зі схожими властивостями, наприклад, оливкова олія [59]. Наразі частка високоолеїнового соняшнику в структурі українського виробництва невелика, близько 4% [50], але світові

тенденції свідчать про те, що в нашій країні є великий потенціал для розвитку цього сектору.

Таким чином, можна вирішити як питання ефективності імпортно-експортних операцій, так і оптимізації внутрішніх наливних, навалочних та контейнерних перевезень.

### 3.2. Економічна ефективність впровадження інноваційних технологій виробництва рослинних олій

Розробка та впровадження інноваційних технологій є основним шляхом підвищення ефективності виробництва рослинної олії. Найбільш поширеним та ефективним засобом підвищення продуктивності, стаості, ресурсо- та енергоефективності, екологічної безпеки, а отже, прибутковості та конкурентоспроможності виробництва олійних культур є застосування економічно ефективних методів вирощування [9, 30, 45]. Нами запропоновано та представлено сучасні технології вирощування різних сортів олійних культур та економічну оцінку їх основних елементів. Ці технології, в оптимальному поєднанні з сортовими особливостями, можуть підвищити рентабельність виробництва за рахунок удосконалення сівозміни, норми висіву, ширини міжрядь, відповідного вибору засобів боротьби з бур'янами та адаптивних інноваційних ресурсозберігаючих технологій.

Конкурентоспроможність та прибутковість вітчизняної олійно-жирової галузі останнім часом значно покращилася, головним чином завдяки активному використанню олійно-переробними підприємствами енергозберігаючих технологій. Якщо раніше це не приносило користі, то зараз заводи розробляють і впроваджують низку проектів з утилізації найціннішої сировини-лушпиння соняшника.

Окрім виробництва альтернативних видів палива (пелети та брикети) з рисового лушпиння, які користуються постійним попитом на світовому енергетичному ринку, українські олійно-жирові компанії все частіше використовують рисове лушпиння для обігріву власних об'єктів. Твердопаливні котли на рисовому лушпинні встановлені майже на всіх великих спеціалізованих підприємствах і допомагають олійно-жировому сектору країни економити близько 200 млн. кубометрів газу щорічно. Олійно-екстракційні компанії можуть не тільки стати енергонезалежними, але й значно скоротити свої витрати на енергоносії.

Ми пропонуємо проект повторної генерації електроенергії та тепла, що зробить ще більш конкурентоспроможними (рис. 3.9).

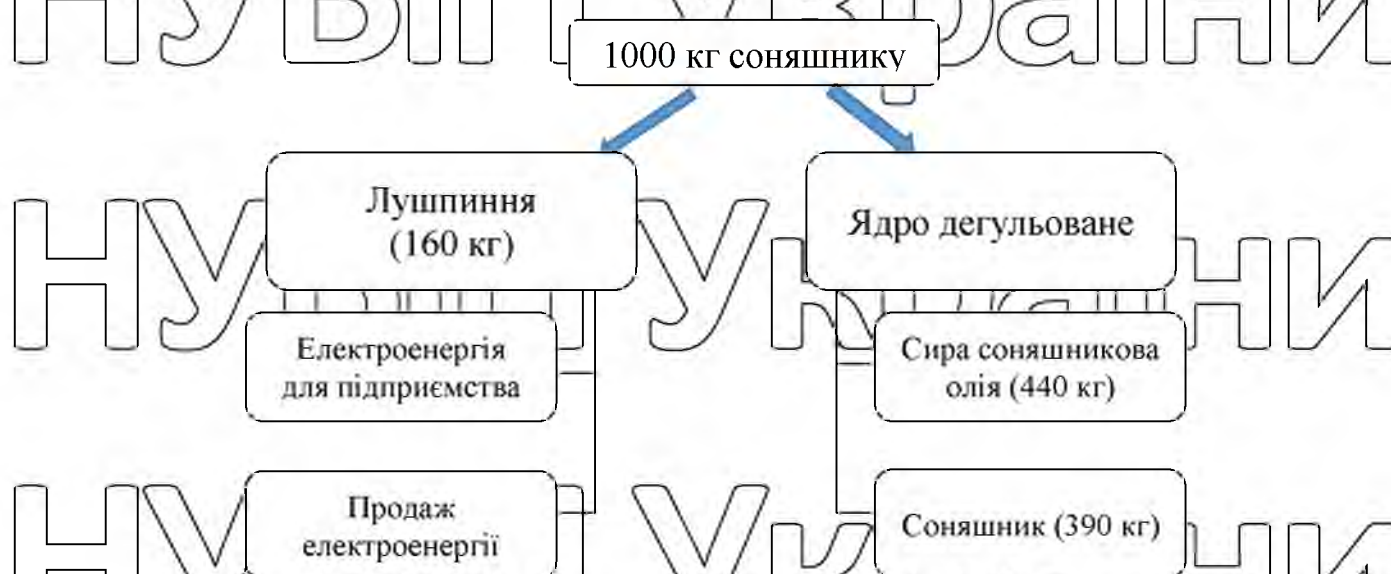


Рис. 3.9. Виробничий процес переробки насіння соняшнику

Джерело: побудовано автором за даними Асоціації «Укरोліяпром» [38]

Тому виробництво альтернативних видів палива з лушпиння соняшника є важливим джерелом додаткового доходу для великих олійно-екстракційних компаній і способом зниження собівартості їхнього основного продукту. Період окупності таких проектів становить в середньому три роки, а за умови успішних

і стабільних продажів збільшення прибутковості виробництва може досягати

20% [50]. Також з метою посилення позиції вітчизняних виробників рослинних

олій необхідно розширювати фінансово-державні преференції аграріїв, організувати роботу експортно-кредитних агентств, створювати

інформаційно-консультативну інфраструктуру, розширювати міжнародне

співробітництво та підвищувати ефективність економічної дипломатії щодо

насіннєвого сектору України.

Національним виробникам олійних, які бажають стати рівноправними суб'єктами світового ринку, необхідно вивчати глобальні фактори розвитку

цього ринку. До основних чинників, які необхідно брати до уваги експортерам

олійних, відносимо: посилення глобальної конкуренції; інтелектуалізація

світової економіки; глобальна інституціоналізація ринку; загострення

глобальних проблем людства, турбулентність світового економічного розвитку.

Ми запропонували заходи щодо підвищення вітчизняних виробників рослинних олій на основі маркетингового забезпечення (рис. 3.10).



Рис. 3.10. Напрямки удосконалення маркетингового забезпечення ринку рослинних олій

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

На рис. 3.11 запропоновані управлінські аспекти підвищення ефективності вирощування основних олійних культур в Україні

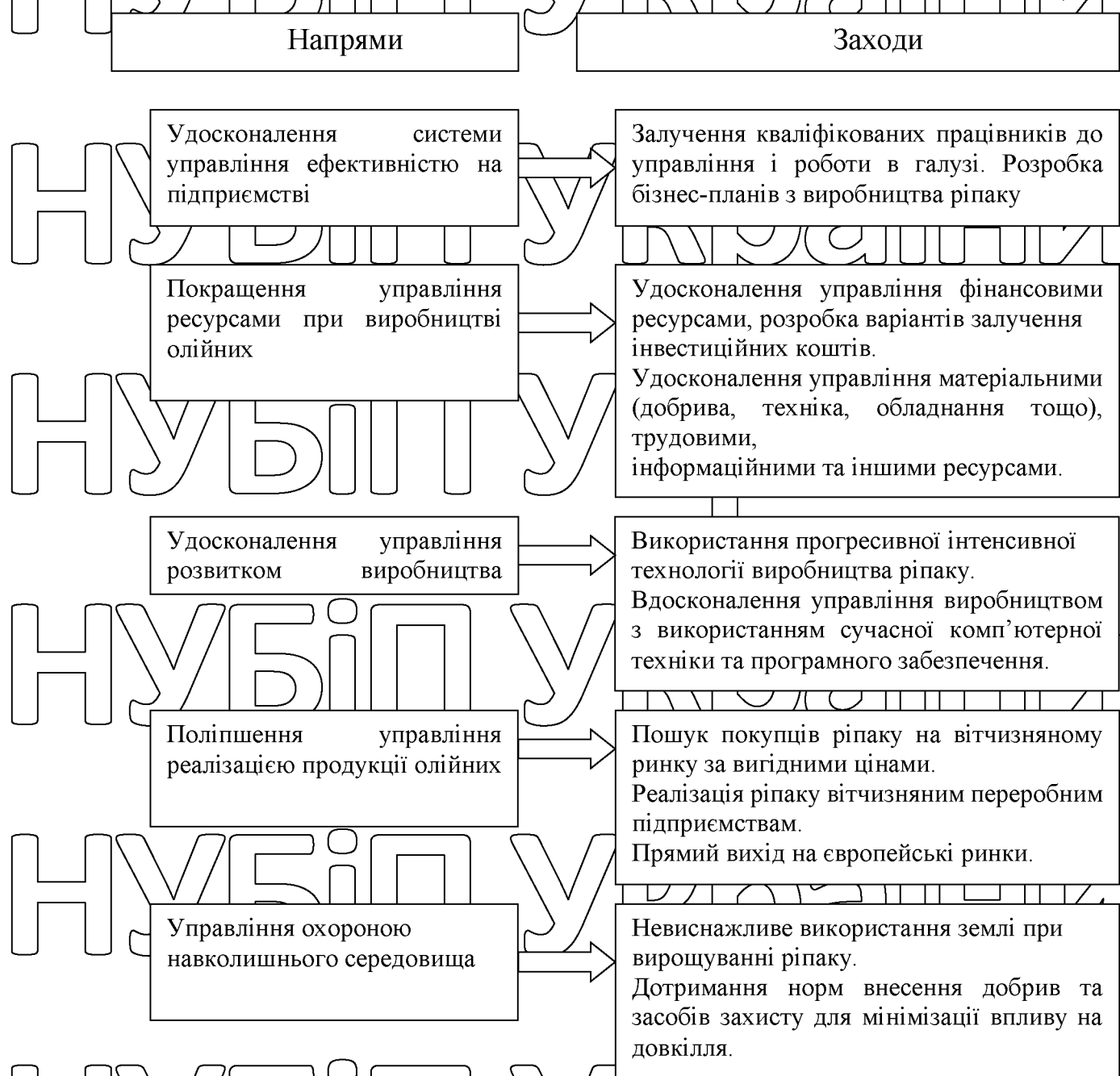


Рис. 3.11. Управлінські аспекти підвищення ефективності вирощування основних вітчизняних олійних культур

Джерело: побудовано автором за даними джерела [7, с. 115]

Ринок олійних культур є одним з найбільш перспективних з точки зору експортного потенціалу. Однак, масовий розвиток олійної галузі, невиправдане розширення посівних площ під соняшником та низька врожайність призвели до дисбалансу на ринку олійних культур. Така ситуація змушує компанії шукати шляхи збільшення пропозиції олійних культур за рахунок виробництва та переробки інших видів олійних культур [46, с. 38].

Економічний та екологічний потенціал олійних культур, вітчизняний і міжнародний досвід та останні наукові розробки свідчать, що формування ринків олійних культур та продуктів їх переробки визначається розвитком олійного виробництва та суміжних галузей на основі кооперації та агропромислової інтеграції, ефективного функціонування яких забезпечується досконалістю економічних механізмів, що включають державне регулювання, фінансову підтримку виробників, гарантовані ринки збуту та експортні можливості для переробних підприємств.

Ситуація на регіональному ринку олійних культур та продуктів їх переробки являє собою низку взаємопов'язаних фінансових, технічних, інфраструктурних, організаційних та інформаційних проблем у розвитку цієї галузі, які не можуть бути вирішені ні переробними, ні сільськогосподарськими підприємствами. Як наслідок – недовиробництво олійних культур та продуктів їх переробки, в той час як світовий попит на цю продукцію стрімко зростає.

Підвищення ефективності ринку олійних культур потребує спільних зусиль усіх учасників ринку з урахуванням розвитку довірливих відносин та зосередження на виробництві високоякісної сировини, випуску нових продуктів переробки та збільшенні обсязі в реалізації головної продукції на внутрішньому та міжнародному ринках.

### 3.3. Підвищення ефективності виробництва рослинних олій

Вітчизняні виробники олійних культур нарощують виробництво переважно за рахунок збільшення посівних площ, але менше уваги приділяють підвищенню врожайності. Про це можна дізнатися на сайті [47]:

- використання нових сортів, які покращують продуктивність та якість;
- застосування органічних і мінеральних добрив та ефективних засобів захисту рослин;

- реорганізація та оновлення матеріально-технічної бази олійного підкомплексу;

- впровадження інноваційних енергозберігаючих та інтенсивних технологій виробництва, що базуються на наукових результатах та передовому досвіді 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. 3.12 -3.14).

Зокрема, у 2018 р. в порівнянні із 2017 р. зростання врожайності насіння соняшнику та сої склало відповідно 30,9% та 13,1%, тоді як врожайність насіння ріпaku знизилась на 5,1%. У 2014 р. порівняно з 2013 р. врожайність насіння соняшника знизилась на 10,6%, а врожайність бобів сої та насіння ріпaku мала тенденцію до зростання – 5,4% та 8,1% відповідно. У 2020 р. порівняно з 2019 р.

спостерігається зниження врожайності всіх олійних. Так насіння соняшнику знизилась на 21,1%, насіння ріпaku на 10,2%, бобів сої на 9,1%.

Найбільша середня врожайність з 2000-2022 рр. спостерігається у насіння ріпaku – 18,8 ц/га, найменша у насіння соняшнику – 16,6 ц/га.



Рис. 3.13. Динаміка урожайності насіння соняшнику в Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

Рівняння лінійних трендів урожайності насіння вітчизняних олійних культур (рис. 3.13-3.15) свідчить, що найбільший середньорічний приріст врожайності з 1 га площі спостерігається в насінні ріпаку – 0,9569 ц/га. Середньорічний приріст врожайності бобів сої з 1 гектара зібраної площі знаходиться на рівні 0,67 ц/га; середньорічний приріст урожайності насіння соняшнику з 1 га зібраної площі – 0,7438 ц/га.

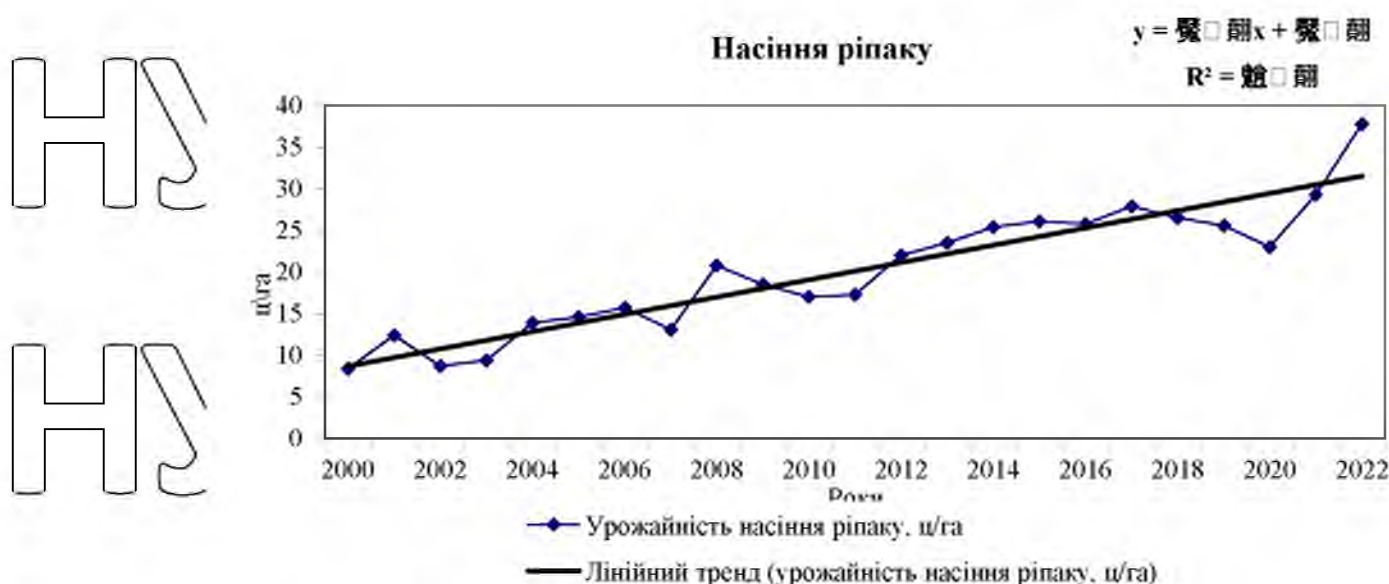


Рис. 3.14. Динаміка урожайності насіння ріпаку в Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

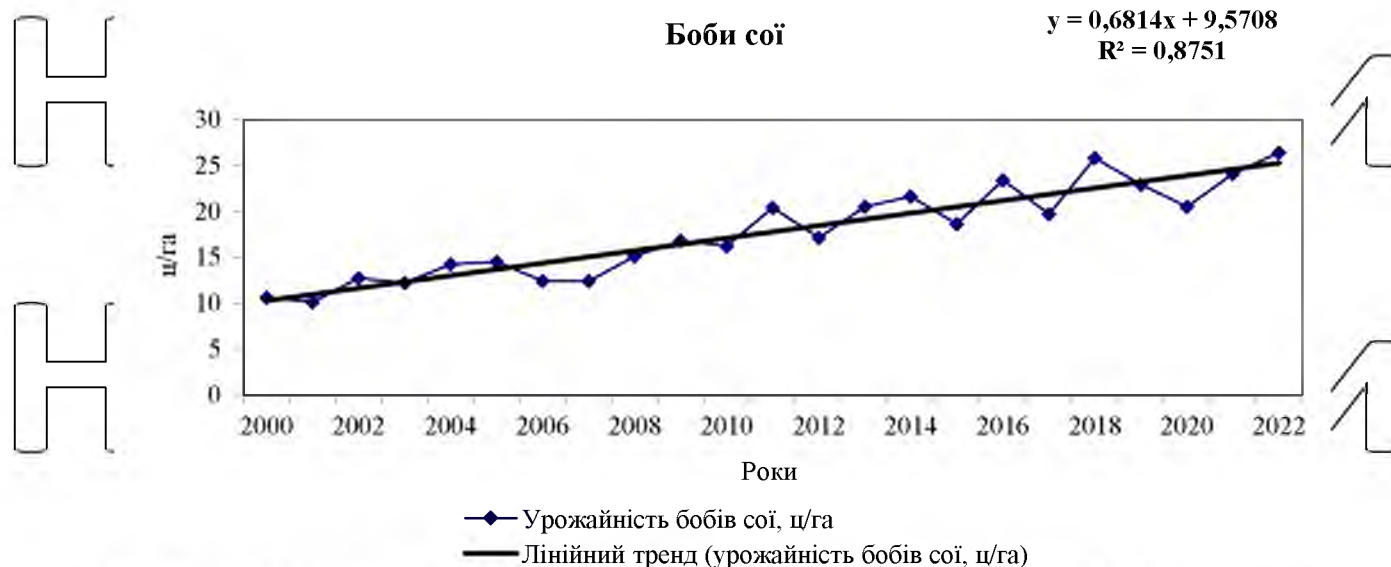


Рис. 3.15. Динаміка урожайності осевих бобів в Україні

Джерело: побудовано автором за даними джерела [33]

Врожайність окремих олійних культур та загальної площі посіву має забезпечувати загальну стабільність посівів олійних культур та необхідний

врожай. Для дослідження мінливості врожайності розраховують характеристики мінливості врожайності олійних культур. Для цього використовується показник середньоквадратичного відхилення, який показує, наскільки врожайність даної олійної культури в середньому відхиляється від середнього значення. На основі

незгрупованих первинних даних стандартне відхилення розраховується за

формулою (3.1): 
$$\delta = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}, \quad (3.1)$$

де  $x_i$  –  $i$ -й елемент вибірки;

$\bar{x}$  – середнє арифметичне вибірки  $\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$ ;

$n$  – обсяг (розмір) вибірки.

Для порівняння варіації різних ознак в одній сукупності або варіації однієї

ознаки в декількох сукупностях з різними середніми значеннями використовують в відносні міри варіації, тобто коефіцієнти варіації. Значення цих коефіцієнтів залежить від абсолютних характеристик варіації, це

використовуються. Найчастіше використовується коефіцієнт варіації, розрахований за стандартним відхиленням (формула 3.2):

$$V_r = \frac{\delta}{x} \quad (3.2)$$

Прийнято вважати варіювання слабким за умови, якщо  $V_r \leq 10\%$ , за умови якщо  $V_r$  від 11–25%, то середнім і значимим за умови  $V_r \leq 25\%$ .

В таблиці 3.1 представлено узагальнюючі характеристики варіації врожайності олійних культур.

Таблиця 3.1

### Узагальнюючі характеристики варіації урожайності олійних культур в Україні

Показники	Насіння соняшнику	Насіння ріпаку	Соєві боби
Коефіцієнт варіації, $V_r$	0,29	0,37	0,27
Середньоквадратичне відхилення, $\delta$	5,04	7,37	4,83
Розмах варіації, $R$	16,70	29,40	16,30

Джерело: розраховано автором за даними джерела [33]

Зазначимо, що сукупність вважається однорідною, якщо коефіцієнт варіації не перевищує 33%. Виходячи з отриманих значень (29%, 37%, 27%), досліджувані сукупності (урожайність насіння соняшника, насіння ріпаку, бобів сої,) відповідають умові однорідності.

Результати розрахунків в табл. 3.1 свідчать, що варіація врожайності насіння соняшнику ( $V_r = 0,29$  або 29%) та урожайності бобів сої ( $V_r = 0,27$  або 27%) є середньою. Найбільші коливання врожайності спостерігаються при вирощуванні ріпаку ( $V_r = 0,37$  або 37%).

З метою визначення синхронності коливань врожайності насіння соняшнику, насіння ріпаку, бобів сої, розрахуємо коефіцієнти парної кореляції.

Коефіцієнтом парної кореляції називають відношення кореляційного моменту до добутку середніх квадратичних відхилень (формула 3.3):

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}) \cdot (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \cdot \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} \quad (3.3)$$

де  $x_i$  ,  $y_i$  – числові значення величин, між якими встановлюється кореляційний зв'язок,

$\bar{x}$  ,  $\bar{y}$  – їх середні арифметичні значення величин.

Коефіцієнт парної кореляції не залежить від початку відліку і одиниць виміру. Негативна величина ( $r_{yx}$ ) вказує на різноспрямованість коливань урожайності олійних культур, а позитивна – на однозначність.

Коефіцієнт парної кореляції тлумачиться так:

- 1) при  $0 < |r_{yx}| < 0,3$  слабкий характер змін;
- 2) при  $0,3 < |r_{yx}| < 0,7$  середній характер змін;
- 3) при  $0,7 < |r_{yx}| < 1$  тісний характер змін.

Згідно з отриманими результатами, коефіцієнт парної кореляції, що відображає ступінь і напрямок зв'язку між мінливістю врожайності насіння соняшнику та сої, становив 0,89, що свідчить про досить тісний характер мінливості.

Найвищий коефіцієнт парної кореляції між мінливістю врожайності насіння соняшнику та сої становив 0,91, що свідчить про тісний зв'язок між врожайністю досліджуваних культур.

Найвищий коефіцієнт парної кореляції між мінливістю врожайності насіння соняшнику та врожайністю ріпаку становив 0,90, що також свідчить про досить тісний зв'язок між врожайністю досліджуваних культур.

Коефіцієнт парної кореляції між мінливістю врожайності сої та ріпаку становить 0,89, що свідчить про тісний зв'язок між досліджуваними культурами.

Таким чином, розраховані коефіцієнти парної кореляції вказують на односпрямовану варіацію врожайності досліджуваних олійних культур,

підтверджуючи, що врожайність досліджуваних олійних культур демонструє однакову реакцію на природно-кліматичні умови.

Пріоритетним напрямом подальшого ефективного розвитку олійного виробництва в Україні є інноваційний супровід виробництва. Інноваційний супровід виробництва – це сучасний комплекс взаємопов'язаних і узгоджених

дій, спрямованих на отримання високих врожаїв з урахуванням біологічних особливостей, оптимізацію виробничих процесів та ефективне використання виробничих ресурсів, у тому числі оптимальне використання земельних площ.

Точне землеробство з використанням аерофотозйомки, технології 3D –

реконструкції земель, інноваційних платформ для аналізу ґрунту та відбору зразків ґрунту, а також «хмарних» технологій, що забезпечують доступ до інформації в режимі реального часу.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## ВИСНОВКИ

# НУБІП України

Узагальнюючи результати дослідження здійсненого у кваліфікаційній магістерській роботі можна зробити наступні висновки:

1. Еволюція поняття «кон'юнктура» як економічного терміну відбувалася паралельно з накопиченням знань що до розвитку ринків і закономірності їх функціонування. Спочатку термін використовувався для опису поточного стану ринку на момент продажу товару, його наслідків, а також для визначення

короткострокового, випадкового збігу обставин, що відображає не стійке співвідношення попиту та пропозиції, а отже, короткострокову динаміку ринкових цін, тобто характеристики ринкової кон'юнктури. Термін «кон'юнктура» походить від латинського «conjungo» (пов'язувати), що в перекладі на українську мову означає сукупність обставин, які створили ситуацію, стан справ, що може вплинути на хід або результат будь-якої справи.

2. Дослідження ринку є невід'ємною частиною бізнес-програми. Це пов'язано з тим, що сукупність факторів та умов, які впливають на розвиток ринкових процесів, визначаються кон'юктурою. У маркетингових дослідженнях розрізняють загальноекономічну кон'юнктуру та кон'юнктуру

окремих ринків. Загальноекономічна кон'юнктура характеризує стан загального ринкового процесу в національній економіці в певний період. Кон'юнктура товарного ринку вивчає зміни і коливання у виробництві та реалізації конкретних видів товарів. Функціонування ринку, його розширення або звуження, попит і пропозиція залежать від умов, що склалися на ринку, тобто від кон'юнктури ринку.

3. В світі олійні культури є головною складовою економіки багатьох країн. Так позитивна динаміка виробництва олійних культур спостерігається за останні майже п'ятдесят років, а збільшення обсягів саме світового виробництва зросло майже в сімнадцять разів, тобто з 37 мільйонів тон до 597,4 мільйонів тон. Останніми роками на світовому ринку продовольства спостерігається тенденція щодо збільшення попиту саме на основні товари агропромислового комплексу.

Олійні культури зазвичай вважають однією з головних експортних груп аграрної продукції, відносять до стратегічно важливих продуктів, що забезпечують саме як економічну так і продовольчу безпеку держави.

4. У світі за досліджуваний 2022/23 МР на ринку рослинних олій спостерігалось незначне нарощування щодо обсягів виробництва. Так обсяги виробництва рослинних олій досягли 216,2 млн т у 2022/23 МР, що на 4,4% менше порівняно з 2021/22 МР. У 2022/23 МР обсяг виробництва пальмової олії продовжив позитивну динаміку останніх трьох сезонів. Однак відмітимо, що річний приріст рослинних олій дещо зменшився. Якщо в 2021/22 МР річний приріст виробництва рослинної олії досягав нульового рівня (в кількості 73 млн т, то вже у сезоні 2022/23 МР цей показник досяг 6,3% (77,6 млн т).

5. Щодо ріпакової олії, зазначимо, що її кінцеві запаси у 2022/2023 МР становлять 3,3 млн. т. Так у 2022/2023 МР обсяг виробленої ріпакової олії становив 32,7 млн. т. найбільшими виробниками традиційно є країни ЄС, Китай, Канада, Індія. Зокрема, обсяги вироблення олії в Євросоюзі можуть скоротитися на 6% на рік і скласти 9,3 млн. тон. Крім того, зниження даного показника очікується і в решті основних країн-виробників: у Канаді – до 4,05 млн. тон проти 4,1 млн. тон у 2018/19 МР, у Китаї – до 3,2 (3,4) млн. тон. Водночас Індія, навпаки, підвищуватиме обсяги вироблення олії, які очікуються на рівні 2,65 млн. т.

6. Олійно-жировий підкомплекс агропромислового комплексу України це сукупність галузей регіональної або національної економічної системи, які виробляють, переробляють, розподіляють і перерозподіляють олійно-жирову продукцію, переважно рослинного походження. Основною ланкою цієї економічної формації є виробництво рослинної сировини, яка в подальшому переробляється на рослинні олії та інші види продукції. Виробництво олійних культур відіграє важливу роль у сучасному сільському господарстві України. Особливого значення набуває вирощування насіння соняшнику, традиційно основної олійної культури.

7. Отже, виявлення пріоритетів стратегічного розвитку саме вітчизняного ринку олії та оліежирової продукції потребує комплексного та системного аналізу щодо узагальнення основних трендів функціонування міжнародного ринку, адже саме ключові чинники значною мірою впливають на його подальший розвиток та функціонування й в окремих державах та регіонах. На основі проведеного дослідження ринку рослинних олій нами було сформовано прогнози вітчизняного виробництва як насіння соняшнику так і насіння ріпаку (рис. 3.5 та рис. 3.6). Отже дані рис. 3.5 дають можливість зазначити, що у 2023 році в Україні очікується незначне зростання обсягів виробництва насіння соняшнику до рівня 13,77 млн. т. (це найбільш очікуваний варіант). Проте в умовах сприятливої кон'юнктури у 2023 році можемо отримати (це оптимістичний прогноз розвитку) валовий збір насіння соняшнику на рівні 15,15 млн. т. І в умовах песимістичного сценарію отримає лише 12,39 млн. т.

8. Національним виробникам олійних, які бажають стати рівноправними суб'єктами світового ринку, необхідно вивчати глобальні фактори розвитку цього ринку. До основних чинників, які необхідно брати до уваги експортерам олійних, відносимо: посилення глобальної конкуренції; інтелектуалізація світової економіки; глобальна інституціоналізація ринку; загострення глобальних проблем людства; турбулентність світового економічного розвитку. Ми запропонували заходи щодо підвищення вітчизняних виробників рослинних олій на основі маркетингового забезпечення (рис. 3.10). Ринок олійних культур є одним з найбільш перспективних з точки зору експортного потенціалу. Однак, масовий розвиток олійної галузі, невиправдане розширення посівних площ під соняшником та низька врожайність призвели до дисбалансу на ринку олійних культур. Така ситуація змушує компанії шукати шляхи збільшення пропозиції олійних культур за рахунок виробництва та переробки інших видів олійних культур.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арестенко Т. В., Арестенко В. В. Сучасний стан ринку соняшникової олії та перспективи його розвитку. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2017. № 1-2. С. 120-127.

2. Благодир Л. М., Вигонюк Н. Г. Конкуренція в олійно-жировій галузі України: поведінковий і функціональний аспекти. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2015. № 6. С. 35-40.

3. Бондар В. С., Фурса А. В., Гументик М. Я. Стратегія та пріоритети розвитку біоенергетики в Україні. Економіка АПК. 2018. №8. С. 17-25.

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

5. Власенко І., Семко Т. О. Олійно-жирова галузь України: виклики та потенціал розвитку. Товари і ринки. 2019. Випуск 3. С. 50-59.

6. Галушко В. П. Ефективність залучення інвестицій в агроформуваннях в умовах ринкової трансформації. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 1. С. 5-10.

7. Гарбар В. А. Вплив галузевих особливостей на формування ринку олійно-жирової продукції в Україні. Вісник Мукачівського державного університету. 2018. №16. С. 114-120.

8. Горьовий В. П. Актуальне дослідження проблем конкурентоспроможності фермерських господарств. Економіка АПК. 2017. №4. С. 114-116.

9. Гранавська В. Г., Крикунова В. М. Організаційні трансформації аграрного бізнесу в Україні. Економіка АПК. 2018. № 3. С. 63-67.

10. Гуцол Г. В., Мазур О. В. Вирощування олійних культур та інтенсивність накопичення важких металів у ґрунтах за їх мінерального удобрення в умовах Вінниччини. Екологія та охорона навколишнього середовища. 2022. №24. С. 217-226.

11. Діброва А. Д., Чебан І. В. Моделювання ринку рідкого біопалива в Україні. Економіка АПК. 2018. №12. С. 16-25.

12. Довгаль С. В. Стан і перспективи розвитку олійно-продуктового підкомплексу АПК України. Український журнал прикладної економіки. 2020 рік. Том 5. № 1. С. 359-370.

13. Євсейцева О. С., Новіков Д. В. Сучасні методи прогнозування кон'юнктури ринку та їх використання при проведенні маркетингових досліджень. Економіка & держава. 2016. № 5. С. 97-100.

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

15. Ільчук М. М., Андросович І. І. Оптимізаційні рішення організації виробництва в агробізнесі. Економіка АПК. 2018. № 5. С. 77-83.

16. Інформаційно-аналітичне агентство «АПК-Інформ». URL: [www.apk-inform.com](http://www.apk-inform.com) (дата звернення: 05.08.2023).

17. Калетник Т. М., Климчук О. В., Мазур В. А. Перспективність та ефективність виробництва біодизельного палива в Україні з олійних культур. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 5. С. 7-17.

18. Карамушка О. М., Мороз С. І. Аналіз виробництва зернових та олійних культур в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6592>. (дата звернення: 05.07.2023)

19. Климчук О. В., Ходаківська О. В. Регуляторна політика конкурентоспроможного виробництва біопалив в Україні. Економіка АПК. 2019. №5. С. 6-14.

20. Котелевський Д. О. Аналіз споживання ринку олієжирової продукції як елемент оцінки конкурентоспроможності переробних підприємств АПК. Інвестиції: практика та досвід. 2017. №12. С. 85-90.

21. Крюкова І. О., Степаненко С. В. Ефективність вітчизняного агробізнесу у призмі пріоритетів сталого розвитку. Агросвіт. №9-10. 2022. С. 3-12.

22. Літковець Ю. О. Оцінювання стану та перспектив розвитку олійножирової галузі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 20. С. 169-172.

23. Лотиш О. Я. Кластерний аналіз в сегментації галузі. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Том 24, Випуск 5 (78). С. 37-42.

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

25. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Розвиток аграрного підприємництва в умовах інституціональних трансформацій. Економіка АПК. 2017. № 2. С. 5-16.

26. Мельник І. О., Саакян А. Диверсифікація аграрних підприємств на основі запровадження переробки насіння соняшнику. Агросвіт. 2018. №2. С. 23-27.

27. Месель-Веселяк В. Я., Федоров М. М. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки України. Економіка АПК. 2016. № 6. С. 37-49.

28. Мудрак Р. Вплив російсько-української війни на глобальне та внутрішнє продовольче забезпечення. Вісник Хмельницького національного університету 2022. № 3. С. 294-298.

29. Наторіна А. О. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку соняшникової олії в Україні. Економіка АПК. 2014. №6. С. 70-73.

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

31. Онищенко О. В., Куренна О. О., Крикуненко А. С. Інноваційні шляхи розвитку олійно-жирової галузі. Електронне фахове видання з економічних наук Modern Economics. 2018. № 7. С. 114-122.

32. Офіційний сайт Асоціації «Укроліяпром» URL: <https://ukroilprom.org.ua/news/2021/> (дата звернення: 14.02.2023).

33. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.03.2023).

34. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://me.gov.ua/> (дата звернення: 25.03.2023).

35. Петрова О. О. Диверсифікація олійного бізнесу та розвиток виробництва нетрадиційних олій на Херсонщині. Агросвіт. №21. 2020. С. 41-48.

36. Пирог О. В., Зацепило А. І. Оцінка експортного потенціалу регіонів України. Економічний простір. 2019. № 24. С. 144-152.

37. Россоха В. В., Шарапа О. В. Експортний потенціал аграрних підприємств. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 44-46.

38. Самарець Н. М., Кравець М. О. Економіко-математичний аналіз виробництва олійних культур. Проблеми економіки. 2018. № 4 (38). С. 360-370.

39. Семенда Д. К., Семенда О. В., Семенда О.В. Оцінка розвитку ринку продукції олійних культур. Молодий вчений. 2020. №3(79). С. 258-263.

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

41. Снеткова А. В. Інвестиції у необоротні активи підприємств олійно-жирової промисловості України: динаміка, проблеми та перспективи. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 21. С. 75-83.

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

43. Тарасюк А. В. Управління маркетингом як інструмент підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Економіка АПК. 2019. № 7. С. 101-106.

44. Тулуш Л. Д., Грищенко Д. Ю. Фіскальне регулювання розвитку ринку олійних культур України. Економіка АПК. 2018. № 5. С. 63-76.

45. Чехова І. В. Особливості функціонування ринку олійних культур в Україні. Науково-технічний бюлетень Інституту олійних культур НААН. 2022. № 32. С. 154-161.

46. Чехова І. В. Формування та розвиток ринку олійних культур: теорія, методологія, практика: монографія. К.: Аграрна наука, 2021. 144 с.

47. Ушничак О. М., Боднар О. В. Теоретико-методологічні та практичні основи ціноутворення: монографія. Київ: Компринт, 2017. 544 с.

48. Food and Agriculture Organization of the United Nations. URL: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/> (Last accessed 28.02.2023).

49. OECD-FAO Agricultural Outlook 2018-2027. URL: <http://www.proagro.com.ua/news/world/20096.html>. (дата звернення 22.08.2023).

50. Official Website USDA (U. S. Department of Agriculture). URL: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>. (Last accessed 15.06.2023).

51. Oilseeds: World Markets and Trade United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service/ Market and Trade Data. URL: <https://apps.fas.usda.gov/pdonline/app/index.html#/app/advQuery>. (Last accessed: 02.09.2023).

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ