

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ПІВЕНЬ А.В., АСИСТЕНТ,
ЛАБУНСЬКА А.А., КОЦКАЛО А.М., СТУДЕНТКИ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Олійно-жирова промисловість України це – одна з провідних галузей харчової промисловості, яка є структурним підкомплексом аграрно-промислового комплексу і являє собою достатньо економічно розвинену, сформовану, постійно функціонуючу систему. Сьогодні повністю забезпечені потреби внутрішнього ринку в олійній продукції, зникли сезонні коливання цін.

Виробнича база підприємств дозволяє переробляти різні види насіння олійних культур: соняшника, ріпаку, сої, а вкладені інвестиції зумовляють інвесторів проводити зважену цінову політику відносно олійної сировини, що стимулює їх до вирощування олійних культур. Випереджаючий ріст переробних потужностей зумовлює жорстку конкуренцію між переробними підприємствами на внутрішньому ринку олійних культур і є фактором підтримки рівня закупівельних цін на олійні культури.

Олійний ринок України є одним із перспективних секторів аграрного виробництва. Олійна продукція користується зростаючим попитом на світовому ринку, що зумовлено двома основними факторами:

- всебільшою переорієнтацією у структурі харчування людей на олії і жири рослинного походження через їх фізіологічні переваги і більш доступні ціни порівняно із тваринними жирами;

- динамічним зростанням у всьому світі виробництва біодизельного пального на основі рослинних олій на фоні прогресуючого зростання цін на мінеральні енергоресурси та зменшення їх природних запасів.

Для забезпечення стійкого функціонування олійно-жирової промисловості, її структурні елементи повинні певним чином підбиратися і раціонально територіальне розміщуватися. При цьому вони мають бути структурно і функціонально упорядкованими у просторі та часі, забезпечуючи самовідтворення.

Олійно-жирова галузь представлена великими підприємствами – олійноекстракційними й жировими комбінатами, що виробляють до 85% олії, та дрібними сільськогосподарськими підприємствами, які використовують для переробки насіння власні маслоробні. Так, до складу галузі входять понад 1,2 тис. підприємств, але на дев'ять найбільших компаній у 2013 р. припадало 85% виробництва олії соняшникової нерафінованої й 66% виробництва олії соняшникової рафінованої від відповідних обсягів їх загального виробництва в Україні[1]

До п'ятірки найбільших компаній у переробці олійного насіння, і у виробництві олії входять ГК «Кернел Груп», ЗАТ «АТ Каргілл», «Бунге Україна», ПГ «АТ Креатив», ПГ «ВіОйл».

Минулий сезон в олійно-жировій галузі завершився рекордними показниками, Україна виробила 4 млн. 650 тис. т олії. Якщо подивитися на структуру олійних культур, то ще 5 років тому в ній домінував соняшник. А тепер маємо 2,2 млн. т ріпаку, 3,5 — сої, соняшнику залишилося 64%. І тенденція на зменшення соняшнику та збільшення передусім сої триватиме. Можливість переробляти ріпак і сою на всіх українських підприємствах є. З цією операцією успішно справляються ті, хто вже почав ці процеси. Нівелюючи конкуренцію, треба переходити і на переробку альтернативних культур[2].

Протягом лютого 2016 року українські переробні підприємства виробили 339 тис. тонн нерафінованої олії та її фракцій, що на 11,7% більше, ніж у січні 2016. Про це повідомляє Державна служба статистики України.

У порівнянні із лютим 2015 року виробництво зросло на 4,8%.

Крім того, виробництво маргаринів та харчових жирів за місяць склаало 13,2 тис. тонн, що на 5,8% більше порівняно з січнем і на 27,3%, порівняно із лютим 2015 року [3].

Якщо враховувати загострення конкуренції на світових ринках, то стратегія зростання конкурентоспроможності сучасного олійно-жирового комплексу має базуватися на формуванні дієздатних кластерів. До їхнього складу залучаються підприємства-лідери і технологічно пов'язані з ними спеціалізовані виробництва цієї чи суміжної галузі.

Фундаментом забезпечення ефективного розвитку олійно-жирові діяльності є здійснення реструктуризації підприємств, систем управління та покращення їх фінансового стану.

Література.

1. Офіційний сайт асоціації «Укроліапро» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukroliaprom.org.ua>.
2. Електронний ресурс Журнал Агробізнес сьогодні. Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2488-oliino-zhyrova-galuz-rostemo-bo-obiednalsia-u-komandu.html>
3. Електронний ресурс Аграрне інформаційне агентство «Agravery». Режим доступу: <http://agravery.com/>
4. Електронний ресурс Преса України. Режим доступу: <http://uapress.info/uk>
5. Електронний ресурс [Аграрний союз України] Режим доступу: <http://www.aau.org.ua/rynky-ta-ciny/novini-rinkiv-1>
6. Півень А.В. Тенденції розвитку та підвищення ефективності олійно-жирового виробництва підприємств / А.В. Півень // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 125. – Х.: ХНТУСГ, 2012. – С. 330-336.

СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В ЕКСПОРТНО НАПРАВЛЕНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

***Дудка Г.П., студентка*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Зараз для економіки України важливо розвивати власну зовнішньоекономічну діяльність. По-перше це стосується експорту, що є джерелом додаткових надходжень, а також впливає на стан платіжного балансу країни. За теперішніми умовами підприємствам, які працюють на внутрішніх та зовнішніх ринках не достатньо випускати якісну продукцію.

Стимулювання збуту – це маркетингова діяльність по застосуванню засобів стимулюючого впливу, спрямованих на прискорення та посилення зворотної реакції ринку [1]. Тобто це заохочення споживачів придбати продукти підприємства, а сфери торгівлі включити ці самі товари до свого асортименту. Мета таких заходів – це забезпечення безперервного товаропотоку від виробника до споживача.

* Науковий керівник – Островерх О.В., ст. викладач