

# Використання SWOT-аналізу як складової системи попередження фінансової кризи на підприємствах харчової промисловості

У статті досліджено застосування SWOT-аналізу з метою попередження фінансової кризи на підприємствах. Обґрунтовано сильні та слабкі сторони, а також можливість та загрози, що виникають під впливом ринкового середовища, одного з провідних підприємств харчової промисловості. Виходячи з отриманих результатів виявлені конкурентні переваги підприємства, запропоновано стратегічні напрями його розвитку, які покликані забезпечити ефективно господарювання в майбутньому.

**Ключові слова:** SWOT-аналіз, сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, конкурентні переваги.

В статье исследовано применение SWOT-анализа с целью предупреждения финансового кризиса на предприятиях. Обоснованы сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, которые возникают под воздействием рыночной среды одного из ведущих предприятий пищевой промышленности. Исходя из полученных результатов выявлены конкурентные преимущества предприятия, предложены стратегические направления его развития, которые призваны обеспечить эффективное хозяйствование в будущем.

**Ключевые слова:** SWOT-анализ, сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, конкурентные преимущества.

In the article application of SWOT-of analysis is investigated with the aim of warning of financial crisis on enterprises. Strengths and weaknesses, and also possibilities and threats that arise up under act of one market environment of leading enterprises of food industry, are reasonable. Coming from the got results of analysis, the competitive edges of enterprise are educed, strategic directions of his development are offered, what called to provide an effective menage in the future.

**Keywords:** SWOT-analysis, strengths and weaknesses, possibilities and threats, competitive edges.

**Постановка проблеми.** Сучасне розуміння природи кризових явищ у вітчизняній харчовій промисловості обумовлено не лише впливом світової фінансово-економічної кризи, а й найбільшого пов'язане з внутрішніми дисбалансами, які виникають в економічній системі і зумовлені протиріччями щодо якості, ціни, асортименту та екологічності продукції. Для позитивних результатів господарювання необхідні нові підходи до роз-

робки та впровадження системи попередження фінансової кризи на підприємстві. SWOT-аналіз є одним з таких управлінських інструментів, який широко використовується в практичній діяльності підприємств країн з ринковою економікою.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Питання ефективного попередження розвитку кризових явищ на підприємстві досліджувалися багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими-економістами, серед яких слід виділити роботи: Л.В. Балабанової, С. Барановського, Дж. Вествуд, Т. Головки, П. Дойля, Д. Дея, П. Дженстера, С. Дибба, Л. Заде, Ю. Лукіна, М. Ковальчука, Н. Куденко, Є. Кузнецова, Д. Кревенс, К. Радченко, О. Склярова, О. Терещенко, А. Томпсона, Р. Фатхутдінова та інших.

Необхідність конкретизації загальних положень відомого методу для досліджуваного підприємства викликана особливостями його функціонування в ринковому середовищі та можливістю застосування задля ідентифікації розвитку кризових явищ.

**Метою статті** є обґрунтування теоретичних і методичних підходів щодо можливості застосування SWOT-аналізу на підприємствах харчової промисловості для уникнення імовірності розвитку кризових явищ.

Для досягнення визначеної мети в роботі поставлені та вирішені наступні науково-практичні завдання: досліджено конкурентні позиції підприємства на ринку, сформовано матрицю SWOT-аналізу; визначено функціональні напрями розвитку підприємства у майбутньому.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасному етапі господарювання, якому притаманні глобалізація та невизначеність, проблеми ідентифікації розвитку кризи набувають першочергового значення. Для того щоб успішно розвиватися в сучасних умовах ринкової конкуренції, підприємство має стежити за всіма змінами на ринку: вимогами споживачів, співвідношенням цін, ринковою кон'юнктурою, тенденцією на ринку щодо випуску нових видів продукції, введенням нових елементів у дистрибуторську мережу.

SWOT-аналіз може виступати однією зі складових системи попередження фінансової кризи на підприємстві. Найбільш системно ідентифікувати ознаки кризи доцільно буде в тому випадку, коли у поєднанні зі SWOT-аналізом фінансові менеджери застосовуватимуть і інші методи (сценарне планування, матрицю БКГ та інші).

Термін «SWOT» походить від скорочення перших літер англійських слів «сильні та слабкі сторони, можливості та ризики» (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) [1, с. 63].

На переконання М.Г. Саєнко [2, с. 99], SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, ризиками, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства.

Для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві, на думку авторів посібника [3, с. 34], необхідне відповідне інформаційне забезпечення, яке повинно включати: базу даних; методи та моделі, необхідні для SWOT-аналізу; набір організаційних і методичних прийомів, необхідних для підвищення надійності інформаційного забезпечення.

Основними перевагами щодо застосування SWOT-аналізу при розробці системи попередження фінансової кризи на підприємстві є:

- по-перше, проведення аналізу спрямоване на досягнення результату в майбутньому і дає можливість визначити не лише загрозу банкрутства, а й перспективи прогресивного розвитку підприємства;
- по-друге, можливість систематизації факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, їх взаємозв'язків, зважаючи на той факт, що підприємства харчової промисловості мають суттєву залежність від оточуючого середовища;
- по-третє, завчасне інформування про потенційне настання ризику банкрутства і можливість застосування альтернативних сценаріїв розвитку підприємства з урахуванням сильних та слабких сторін та прийняття ефективних рішень фінансовими менеджерами;
- по-четверте, економічність даного методу та можливість його проведення спеціалістами фінансового відділу без залучення незалежних експертів.

Для реалізації базового варіанта SWOT-аналізу необхідно початково обрати основні параметри, що впливають на розвиток кризової ситуації та успішність підприємства на ринку. Пріоритет буде надано ключовим чинникам попередження кризи та можливостям і загрозам, які можуть впливати на фінансовий стан підприємства.

Як досліджуване підприємство обрано ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів», що входить до агропромислового холдингу ПАТ «Миронівський хлібопродукт» – одного з провідних агропромислових підприємств України.

ПАТ «Миронівський хлібопродукт» має такі основні напрямки діяльності:

- рослинництво (виращування кукурудзи, пшениці, сояшника, ріпаку), виробництво кормів та сояшникової олії;
- птахівництво і супутні виробництва (виробництво охолодженої курятини, продуктів швидкого приготування);
- інші сільськогосподарські операції (виготовлення свіжої яловичини преміум-класу, фуа-гра, ковбасних виробів і копченини, фруктів).

Слід зазначити, що комбікормові підприємства, що входять до складу ПАТ «Миронівський хлібопродукт», є основними виробниками комбікормів в Україні.

Лідерами на вітчизняному ринку з випуску комбікормової продукції є: ТОВ «Катеринопільський елеватор» (42,3 тис. т/міс.), ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп і комбікормів» (34,2 тис. т/міс.), ТОВ «Комплекс «Агромарс» (22,7 тис. т/міс.), «Агро-овен» (9,8 тис. т/міс.), ПАТ «Диканьківський міжгосподарський комбікормовий завод» (9,6 тис. т/міс.).

У 2012 році ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» було вироблено близько 448 тис. т комбікормів і близько 120 тис. т олії.

До складу виробничого комплексу входять елеватор зернових культур на 103 тис. куб. м зберігання, два елеватори олійних культур (на 18,8 тис. куб. м і 80 тис. куб. м), а також зернохосвище кукурудзи (30 тис. куб. м). Основну частину заводу становлять два комбікормові заводи потужністю по 30 т/год., олієпресовий завод потужністю 1050 т/добу з переробки насіння сояшнику. У 2005 році в експлуатацію введено котельню зі спалення сояшникового лушпиння потужністю 10 т пари на годину.

Підприємство сертифіковане за стандартами ISO 9001 (Вимоги до системи управління якістю) і ISO 22000 (Система управління безпекою харчових продуктів).

Штат нараховує близько 600 співробітників.

За даними учасників ринку, вітчизняний ринок харчових напівфабрикатів становить близько 300–330 тис. т на суму 350–380 млн. грн. На сегмент м'ясних напівфабрикатів (котлети, тефтели, фрикадельки, філе, крила, шніцель) припадало близько 12% у натуральному виразі. Більше половини сегмента займає продукція компанії «Миронівський хлібопродукт» (ТМ «Легко»).

В Україні випуском комбікормової продукції займаються 160 заводів, виробничі потужності яких становлять 7,5 млн. т на рік, однак вказаний показник реально збільшити до 15 млн. т готової продукції на рік. Зазначимо, що виробничі потужності великих і середніх підприємств становлять від 200 до 2000 т на добу. За відсутності необхідного попиту на продукцію і платоспроможного споживача завантаженість комбікормових заводів становить близько 30–35%. Основна частина підприємств із виготовлення комбікормової продукції побудована в 70–ті роки ХХ ст., тому лише 30% цих заводів відповідають міжнародним стандартам виробництва, всі інші потребують переоснащення й реконструкції. Основне виробництво комбікормів (близько 40%) сконцентроване у незалежних виробників комбікормів (заводи, спеціалізовані компанії), інші – великі суб'єкти господарювання з власними комбікормовими цехами.

Порівнюючи ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» з його конкурентами, можна виділити сильні і слабкі сторони, можливості та загрози.

Сильні сторони:

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- вертикальна інтеграція (безперебійне виробництво: споживачі готової продукції та постачальники сировини – сільськогосподарські підприємства, які входять до складу агропромислового холдингу ПАТ «Миронівський хлібопродукт»);
  - професійне і досвідчене керівництво середньої і вищої ланки;
  - активна роль маркетингу (велика увага приділяється маркетингу в регіоні);
  - краще знання замовників, краще обслуговування;
  - сучасна, зручна, екологічна упаковка;
  - більш гнучка цінова політика;
  - доступність щодо отримання значних кредитних ресурсів завдяки позитивній кредитній історії підприємства;
  - прибутковість підприємства, що є наслідком ефективного господарювання;
  - питання постачання сировиною вирішуються більш професійно;
  - хороша репутація у покупців.
- Слабкі сторони:
- великі обсяги виробництва;
  - необхідність постійних ремонтів і перевірки технічного стану обладнання;
  - додаткові транспортні витрати (наявність віддаленого складу сировини);
  - основні рішення щодо управління підприємством приймаються керуючою компанією.
- Можливості:
- вихід на нові ринки або сегменти ринку;
  - розширення виробничої лінії;

- експорт продукції за межі вітчизняного ринку.
- Загрози:
- можливість появи нових конкурентів;
  - зростаючий тиск щодо зменшення ціни у покупців;
  - зростаючий конкурентний тиск.
- Виходячи із вищесказаного визначено сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, можливості і потенціал (табл. 1, 2), що дасть можливість сформувати матрицю можливостей та загроз для ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів».
- Сильні сторони ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» відображають якісні характеристики підприємства, які надають додаткові можливості для досягнення успіху. Саме за рахунок сильних позицій підприємству гарантовано результативне господарювання, нарощування обсягів виробництва та уникнення загрози банкрутства.
- Слабкі сторони відображають потенційні внутрішні недоліки підприємства, що, своєю чергою, створюють несприятливі умови для ефективної діяльності. Менеджменту підприємства слід виділяти слабкі сторони та аналізувати їх виходячи з такого:
- слабкі позиції мають прямий вплив на результати господарювання;
  - може виникати очевидна загроза погіршення фінансового стану підприємства та його платоспроможність;
  - наявність тенденцій щодо погіршення якості активів;
  - високий рівень залежності від зовнішніх кредиторів, низький рівень рентабельності активів та власного капіталу.
- Для визначення комплексної системи протидії кризі на підприємстві необхідно враховувати дані SWOT-аналізу.

**Таблиця 1. Характеристика сильних та слабких сторін ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів»**

Сфера діяльності	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1	2	3
Виробництво, інновації	Значні виробничі потужності (введена нова лінія комбікормового заводу фірми Sprout Matador потужністю 30 т комбікорму за годину.); можливість економити на масштабах виробництва	Розміри виробництва надто великі, може виникнути «хвороба великої компанії», не розроблена ресурсозберігаюча стратегія
Фінанси	Висока рентабельність і прибутковість; достатні фінансові ресурси; фінансова стабільність; можливість зниження витрат	Недостатня кількість оборотних коштів для фінансування інноваційних проєктів
Маркетинг, продукція, бренди	Сильні ринкові позиції (за даними Державної служби статистики України досліджуване підприємство протягом останніх 7 років є лідером галузі); постійне вивчення та аналіз стану ринку (відділ маркетингу підприємства), своєї позиції, позиції конкурентів, потреб споживачів; диференціація виробництва; підтримка та розвиток іміджу (дочірня компанія ПАТ «Миронівський хлібопродукт», продукція випускається під відомими торговими марками «Наша ряба», «Легко», «Ангус», «Фуагра»); зернова сировина вирощується на сільськогосподарських підприємствах агропромислового холдингу (ПАТ «Зернопродукт МХП», ПАТ «Науково-виробнича фірма «Урожай», ПАТ «Агрофорт»)	Постійні атаки з боку ключових конкурентів (підприємств, що входять до складу агропромислового комплексу ТОВ «Комплекс Агромарс» ТМ «Гаврилівські курчата»); інколи простежується необґрунтована, диверсифікація виробництва (випуск круп, підсобне господарство)
Кадри	Високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; досвід роботи, започаткування школи молодого резерву на підприємстві	Інколи проявляється неефективна система стимулювання праці, жорсткі санкції до порушників
Організація, управління	Більш освічене і динамічне молоде керівництво середньої і вищої ланки; чітко сформовані стратегії; високий рівень управління; ефективні засоби контролю; творчий підхід у менеджменті; здатність реалізовувати навички персоналу; чітко сформовані стратегії	Вертикально інтегрована структура управління; пряма залежність від рішень материнської компанії ПАТ «Миронівський хлібопродукт»

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Таблиця 2. Загальні зовнішні можливості та загрози для ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів»**

Потенційні зовнішні можливості, О	Потенційні зовнішні загрози, Т
<ul style="list-style-type: none"> <li>- зростання доходів населення;</li> <li>- вихід на нові сегменти ринку;</li> <li>- обслуговування нових додаткових груп споживачів;</li> <li>- розширення виробництва для задоволення потреб споживачів;</li> <li>- обґрунтоване законодавство, що сприяє розвитку бізнесу;</li> <li>- експорт продукції за межі вітчизняного ринку;</li> <li>- інтеграція національної економіки у світовий економічний простір</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- інфляція;</li> <li>- зміна законодавства;</li> <li>- висока конкуренція на ринку;</li> <li>- зростання цін на ресурси;</li> <li>- зниження рівня доходів населення;</li> <li>- зростання тиску конкурентів;</li> <li>- зміни в потребах і смаках споживачів;</li> <li>- уповільнений темп зростання ринку</li> </ul>

**Таблиця 3. Матриця SWOT-аналізу**

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<b>Можливості, О</b>	<p><b>СіМ</b> Використовуючи сильні ринкові позиції, аналіз ринкової ситуації, конкурентні переваги ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» може ввійти в нові сегменти ринку; обслуговувати додаткові групи споживачів; експортувати свою продукцію за межі країни; маючи значні виробничі потужності ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» може розширити як асортимент продукції, так і обсяги виробництва, що не призведе до розгортання кризових явищ на підприємстві</p>	<p><b>СліМ</b> ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» має імовірні можливості проникнення на нові сегменти ринку; обслуговування нових додаткових груп споживачів; розширення виробництва. Підприємство може мінімізувати конкурентні переваги, невдалі диверсифікації, «хворобу великої компанії» та впровадити ресурсозберігаючі технології, що значно вплине на формування витрат і дозволить підвищити прибутковість</p>
<b>Загрози, Т</b>	<p><b>СіЗ</b> Маючи високу прибутковість і рентабельність, наявністю стабільних споживачів продукції і постачальників сировини ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» може знешкодити загрозу інфляції. А завдяки диференціації виробництва, реалізації продукції під відомою маркою, підтримці та розвитку іміджу, сильним ринковим позиціям може протистояти змінам в потребах і смаках споживачів, зростанню тиску конкурентів</p>	<p><b>СліЗ</b> Підприємство має спрямувати свою діяльність на мінімізацію неефективної системи стимулювання праці, уникати необґрунтованої диверсифікації, слідкувати за доцільністю розмірів виробництва та розробити ефективну ресурсозберігаючу стратегію. Також ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» має звести до мінімуму вплив інфляції на виробництво, зміни смаків та потреб споживачів, уповільнення темпів зростання ринку. Доцільним буде залучення капіталу з найменшою вартістю, формування оптимальної структури капіталу та підвищення оборотності оборотних коштів з метою уникнення імовірності розвитку кризових явищ</p>

**Таблиця 4. Набір функціональних напрямів розвитку ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» у системі попередження фінансової кризи на підприємстві**

Напрямок	Завдання
У виробництві	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, її високої якості: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Міжнародному стандарту ISO 22000 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга» (включає вимоги системи HACCP);</li> <li>- Міжнародному стандарту ISO 9001 «Системи управління якістю. Вимоги»;</li> <li>- Система аналізу небезпечних факторів і критичних контрольних точок – HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points);</li> </ul> </li> <li>2) проведення подальшого удосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці</li> </ol>
У фінансах	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) дотримання курсу стабільності основних фінансових показників;</li> <li>2) збалансування фінансових потоків;</li> <li>3) фінансова незалежність підприємства;</li> <li>4) фінансовий контроль та аналіз діяльності підприємства;</li> <li>5) поступове збільшення прибутку та рентабельності</li> </ol>
У маркетингу	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) подальше удосконалення та посилення маркетингової політики;</li> <li>2) збільшення потужності маркетингової збутової політики;</li> <li>3) розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту;</li> <li>4) вихід на нові сегменти ринку та на нові ринки;</li> <li>3) вдосконалення маркетингових комунікацій.</li> </ol>
У кадрах	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) збереження раціонально-підбраного, професійного персоналу;</li> <li>2) розвиток школи кадрового резерву;</li> <li>3) підвищення кваліфікації та якісних показників праці;</li> <li>4) випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати;</li> <li>5) налагодження більш досконалої системи стимулювання праці</li> </ol>
В організаційній культурі	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) провадження роботи зі створення та застосування норм організаційної поведінки;</li> <li>2) підтримання морального клімату в колективі;</li> <li>3) підвищення готовності колективу до змін;</li> <li>4) стимулювання працюючих на підвищення результату;</li> <li>5) переконання трудового колективу працювати як єдина команда, що має спільні цілі, досягнення яких призведе до задоволення потреб кожного працівника</li> </ol>

Виходячи із оцінки внутрішніх позицій ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» та зовнішнього середовища визначені сильні і слабкі сторони досліджуваного підприємства, що дозволило скласти матрицю SWOT-аналізу для ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів» (табл. 3).

Зважаючи на належність до складу вертикально інтегрованого холдингу ПАТ «Миронівський хлібопродукт», досліджуване підприємство має всі можливості послабити вплив слабких сторін і мінімізувати загрози стосовно виробничих приміщень, відсутності єдиного складу готової продукції, додаткових витрати пов'язаних із транспортуванням, уникнення низької прибутковості через високі витрати.

На основі визначених пріоритетних завдань, цілей підприємства, зовнішніх та внутрішніх факторів впливу має відбуватися формування ефективної системи протидії розвитку фінансової кризи на підприємстві.

Після того як визначено загальні віхи розвитку підприємства, стає можливим обґрунтування функціональних напрямів реалізації загальної мети. Для цього потрібно переписати всі проблеми та переваги, які є у ПАТ «Миронівський завод по виготовленню круп та комбікормів», та вказати найбільш загальні рішення для них. Відтак, рішення деталізуються за функціональними напрямками: виробництво, фінанси, маркетинг, кадри, організаційна культура та доводяться до кожного функціонального керівника (табл. 4).

Функціональні напрями не лише дозволяють швидше та раціональніше досягти поставленої мети щодо протидії ро-

звитку кризових явищ на підприємстві, а й підвищити прибутковість, зменшити вартість капіталу, що залучається на підприємство, збільшити оборотність оборотних коштів, зокрема запасів, підняти рівень корпоративної культури та професіоналізму управління.

#### Висновки

Отже, SWOT-аналіз може бути ефективно використаний як елемент системи попередження фінансової кризи на підприємстві. Проведення SWOT-аналізу та поєднання сильних і слабких сторін, можливостей і загрози дозволяє визначити: конкурентні переваги підприємства, входження в нові сегменти ринку, можливість обслуговування додаткових груп споживачів, нарощування експортного потенціалу, що комплексно протидіє розвитку негативних явищ на підприємстві.

#### Список використаних джерел

1. Синельник Л.С. SWOT-аналіз як один із можливих інструментів оцінки факторів впливу на платоспроможність підприємства / Л.С. Синельник // Економіка та держава. – 2012. – №10. – С. 62–64.
2. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підруч. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
3. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навч. посібник / За ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 301 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

УДК 338.43:664.1.05

І.М. АГЕЄВА,  
к.е.н., доцент, Одеська національна академія харчових технологій,  
В.С. ЮФФА,  
здобувач, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

## Тенденції та проблеми розвитку ринку біоетанолу в Україні

У статті показаний новий напрям розвитку економіки України – виробництво палива для двигунів внутрішнього згорання, альтернативного нафтовому, – біоетанолу, вироблюваного з цукрового буряка, жита, пшениці, кукурудзи та інших культур. Стаття містить виявлені тенденції, проблеми і напрями розвитку біоетанолу в країні.

**Ключові слова:** біологічне паливо, етанол, тенденції, проблеми, напрями розвитку.

В статье показано новое направление развития экономики Украины – производство топлива для двигателей внутреннего сгорания, альтернативного нефтяному, – биоэтанола, производимого из сахарной свеклы, ржи, пшеницы, кукурузы и других культур. Статья содержит выявленные тенденции, проблемы и направления развития биоэтанола в стране.

**Ключевые слова:** биологическое топливо, этанол, тенденции, проблемы, направления развития.

The article shows a new direction of development of Ukraine's economy – the production of fuel for internal combustion engines, alternative oil – bioethanol produced from sugar beets, rye, wheat, corn and other crops. Article contains the identified trends, problems and directions of development of ethanol in the country.

**Keywords:** biological fuel, ethanol, trends, problems, directions of development.

**Постановка проблеми.** Швидке вичерпання запасів нафти у світі, постійно зростаючі ціни на нафтопродукти, гострий дефіцит нафтопалива в Україні, де його імпорт досягає 80% потреби, спонукає вчених і фахівців до пошуку