

# МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 338.1:330.3:338.2:338.4

*Івашків І.М.,  
к.е.н., провідний науковий співробітник,  
Прикарпатська державна сільськогосподарська  
дослідна станція НААН (м. Івано-Франківськ),  
докторант<sup>1</sup> ННЦ "Інституту аграрної економіки"*

## ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОЛІЇ ТА ШРОТУ СОНЯШНИКОВОГО В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНості ГАЛУЗІ

**Постановка проблеми.** Агропромисловий комплекс України є стратегічно важливою галуззю національної економіки, який формує значний ВВП в національній економіці України. Аграрний сектор нашої країни здатний забезпечити внутрішній ринок України продовольством і необхідними продуктами харчування для населення. Значна частка в сучасний період як рослинної, так і тваринної продукції експортується в різні держави світу й це створює додаткові надходження в бюджет держави.

Останніми роками Україна значними темпами збільшила обсяги вирощування олійних культур, особливими чином наростивши виробництво продукції переробки соняшника - олії та соняшникового шроту, і це дозволило нашій державі, в останні роки, стати лідером в світі як по виробництву, так і по експорту соняшnikової олії.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання формування та розвитку ринку олійних культур в Україні дістали своє відображення у напрацюваннях і вагомих доробках вчених – аграрників, зокрема Саблука П. Т., Шпичака О.М., Андрійчука В. Г., Калінчика М. В. та в працях інших вчених - економістів.

Тенденції розвитку олійножирового підкомплексу АПК висвітлено у публікаціях Гончарової В.М. [1], Бойко А.В. [2], Денисенко Л.С. [3], Дриль О. І. [4], Дяченко О.В. [5], Манойленко О.В. [6] та у працях інших вчених.

Низка питань щодо аналізу динаміки виробництва й експорту соняшnikової олії та соняшnikового шроту залишилися поза межами наукових досліджень й це потребує здійснення ретроспективного аналізу виробництва та експорту даного виду продукції в Україні та частки виробництва та експорту цієї продукції у міжнародному вимірі.

**Постановка завдання.** Метою статті є висвітлення аналізу тенденцій розвитку виробництва й експорту олії нерафінованої в Україні в умовах формування її експорторієнтованої стратегії.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливим аспектом у розвитку вітчизняного АПК є формування та розвиток сектору переробки соняшника в умовах підвищення рівня його конкурентоспроможності в Україні.

Україна була і залишається сировинним додатком в постачанні промислової сировини (чорна і кольорова металургія) в європейські країни світу, винятком не є і продукція агропромислового комплексу України.

Україна, вирощуючи такі олійні культури як ріпак, сою та соняшник, близько 90% насіння ріпаку експортує в країни Європейського Союзу. Останні в свою чергу активно здійснюють переробку насіння ріпаку на біопаливо, забезпечуючи таким чином свій ринок дешевим пальним.

Західноєвропейські країни, закупаючи в Україні у великих обсягах насіння олійних культур, зокрема ріпаку, створюють в своїй національній економіці ВДВ, додаткові робочі місця, що в кінцевому підсумку сприяє суттєвому збільшенню відповідних сум відрахування в державний бюджет даних країн й є позитивним елементом для національної економіки будь-якої держави світу.

Вартим уваги для аналізу ринку олійних культур, зокрема соняшника, та продуктів його переробки - олії є позитивна динаміка збільшення виробництва даного виду продукції в Україні.

Традиційно в раціоні пересічних українців до середини 90-их років олія споживалася в дуже мізерній кількості. Більшість населення споживало жири тваринного походження (масло вершкове, маргарин та свинний жир), які були продуктами в той час доволі доступними та входили в раціон споживання українських сімей.

<sup>1</sup> Науковий консультант: Шпичак О.М. – д.в.н., професор, академік НААН

В середині 90-их років минулого століття, коли натуральні жири різко зростали в ціні (вершкове масло та свинний жир) населення споживало імпортовану продукцію (маргарин), який масово завозився із сусідніх європейських держав (зокрема Польщі) і, зрозуміло, дана продукція стала товаром - субститутутом в раціоні споживання пересічного українця.

Проте, уже з 2000-их років населення України почало споживати традиційну соняшникову олію, яка в раціоні споживання українців стала заміном жирів рослинного й тваринного походження та не перестає бути ним і надалі.

Україна протягом останніх п'яти років є незмінним лідером у світі за обсягами виробництва олії соняшникової (табл.1).

Таблиця 1

**Динаміка виробництва олії та шроту соняшникового в Україні та частка їх у світі в 1990 – 2013 роках**

Роки	Вироблено олії соняшникової			Частка виробництва олії соняшникової в Україні до світового виробництва, %	Вироблено шроту та відходів від переробки соняшнику			Частка виробництва шроту соняшникового в Україні до світового виробництва, %
	всього, тис. тонн	в тому числі :			всього, тис. тонн	в тому числі :		
		Темп росту до				Темп росту до		
		Попереднього року	1990 року			Попереднього року	1990 року	
1990	1008	X	X	12,4	980	X	X	10,8
1991	861	85,4	85,4	11,0	840	85,7	85,7	9,5
1992	777	90,2	77,1	10,4	760	90,5	77,6	8,8
1993	767	98,7	76,1	10,7	787	103,6	80,3	9,4
1994	588	76,7	58,3	7,1	560	71,2	57,1	5,8
1995	943	160,4	93,6	10,2	875	156,2	89,3	8,5
1996	421	44,6	41,8	4,9	450	51,4	45,9	4,5
1997	560	133,0	55,5	6,6	550	62,8	56,1	5,6
1998	530	94,6	52,6	5,7	520	94,5	53,1	4,9
1999	840	158,5	83,3	9,1	850	163,5	86,7	8,0
2000	970	115,5	96,2	11,9	950	111,8	96,9	10,2
2001	842	86,8	83,5	11,3	832	87,6	84,9	10,0
2002	1150	136,6	114,1	14,2	1150	138,2	117,3	12,8
2003	1320	114,8	130,9	14,4	1300	113,0	132,3	12,7
2004	1265	95,8	125,5	13,8	1250	96,1	127,6	12,6
2005	1925	152,2	191,0	18,1	1880	150,4	191,8	16,3
2006	2050	106,5	203,4	19,0	2025	107,7	206,6	17,5
2007	1795	87,6	178,1	17,6	1769	87,4	180,5	16,5
2008	2631	146,6	261,0	21,8	2600	150,4	265,3	20,7
2009	2975	113,1	295,1	24,2	2947	113,3	300,7	19,1
2010	3327	111,8	330,1	26,8	3304	112,1	337,1	24,9
2011	3933	100,1	390,2	26,4	4115	124,4	419,9	26,0
2012	3615	91,9	368,9	26,8	3607	87,7	368,1	25,2
2013	4451	123,1	454,2	28,5	4433	122,9	452,3	27,0

*Джерело: складено автором за даними Державного комітету статистики України.*

З 2005 року лідером у світі з виробництва олії соняшникової була Російська Федерація, яка чотири роки стійко утримувала лідерські позиції з виробництва даного виду продукції на міжнародному ринку. Протягом останніх п'ять років лідером виробництва олії соняшникової у світі є Україна, що дає змогу диктувати їй ціни на олію соняшникову на зовнішніх ринках.

Аналізуючи виробництво олії соняшникової та шроту за більш як за двадцятирічний період часу, нами встановлено, що з 1990 року по 2002 рік названі показники коливалися в межах 500-800 тис. тонн.

Починаючи з 2002 року значно зростає виробництво вказаної продукції (з 1150 тис. тонн до 4451 тис. тонн в 2013 році).

Аналогічна тенденція має місце з виробництва шроту в Україні. Разом з тим, важливими аналітичними показниками є частка виробництва олії і шроту соняшникового на тлі світового

виробництва. Якщо в 1990 році частка виробництва вказаної продукції складала в межах 10-12%, то в 2013 році ці показники збільшилися більше як у два рази.

Отже, проведені нами розрахунки в таблиці 1 є свідченням поглибленого розвитку олійної галузі та конкурентоспроможності її на зовнішньому ринках.

Таким чином, Україна, як видно із вищезазначеної таблиці 1. займає провідне місце по обсягу виробництва соняшникової олії на зовнішньому ринку, свідченням чого є зростання у 4,5 рази виробництва даного виду продукції й це дає змогу нашій державі створювати додаткові робочі місця у зв'язку із відкриттям нових підприємств в даній галузі.

Ринок олії соняшникової в Україні є висококонкурентним, де вагому частку займають десять українських компаній на ринку, які є вертикально-інтегрованими агрохолдингами й займаються вирощуванням, зберіганням та реалізацією товарної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках (табл. 2).

**Таблиця 2**

**Частка ринку основних українських компаній - експортерів соняшникової олії з України у 2011-2013 маркетингових роках**

Маркетингові роки					
2011/2012		2012/2013		2013/2014	
Компанії-експортери	Частка, %	Компанії - експортери	Частка, %	Компанії - експортери	Частка, %
Кернел	25,40	Кернел	25,1	Кернел	20,8
Каргіл	12,5	Креатив	12,6	Каргіл	12,1
Майола	6,70	Каргіл	11,9	Креатив	11,5
МХП	5,80	МХП	7,1	Віойл	6,90
Віойл	5,60	Віойл	5,4	МХП	6,10
Агрокосм	5,2	Агрокосм	4,4	Агрокосм	6,10
Орексин Лімітед	4,0	Серна	4	АДМ Україна	2,40
Бунге	3,40	АДМ Україна	2,4	Серна	2,30
Креатив	2,80	Торговий Дім Майола	2,1	Бунге	2,30
АДМ Україна	2,70	Бунге Україна	1,9	Інші	26,20
Інші	25,90	Інші	23,1		

*Джерело: складено автором за даними Державного комітету статистики України.*

Аналізуючи частку ринку найбільших українських компаній - експортерів соняшникової олії, спостерігаємо, що частка десяти компаній коливається в останні маркетингові роки з 76,1% у 2011/2012 маркетинговому році, 76,9% у 2012/2013 маркетинговому році і відповідно 74,8 % у 2013/2014 маркетинговому році (табл. 2).

Здійснюючи аналіз конкурентних позицій компаній-експортерів соняшникової олії на вітчизняному ринку України, бачимо, що в останні роки незмінним лідером є компанія Кернел, частка ринку якої коливається від 20 до 25%. Серед трійки лідерів майже незмінні тенденції спостерігаються у компанії Каргіл, де частка ринку даної компанії у експорті соняшникової олії коливається від 11,9 до 12,6%.

Значним успіхом за три роки є значне стрибкоподібне збільшення частки ринку третього лідера компанії - Креатив. Даній компанії вдалося вийти з 9 - го місця у 2011/2012 маркетинговому році з часткою ринку 2,80 %, на друге місце в 2012/2013 маркетинговому році, відповідно із часткою ринку - 12,6%. У 2013/2014 маркетинговому році компанії вдалося увійти в трійку лідерів серед компаній - експортерів олії соняшникової в Україні.

В останні роки замикає п'ятірку лідерів агрохолдинг Миронівський хлібопродукт, де основним видом діяльності даної компанії є виробництво продукції тваринництва, що становить більше 80% у структурі реалізації продукції. Проте, одним із видів діяльності даного агрохолдингу є виробництво і переробка олійних культур (зокрема соняшнику і ріпаку). Частка ринку даної компанії за вищезазначені роки коливається незмінно на рівні 6-7% й це є свідченням того, що компанія цілеспрямовано закріпила свої конкурентні позиції на ринку і намагатиметься в найближчій перспективі зайняти свою нішу на ринку олійної продукції.

Конкурентні позиції десяти компаній-експортерів на українському ринку соняшникової олії є досить стійкими до будь-яких неочікуваних і негативних змін на вітчизняному і міжнародному ринку. В результаті, тільки дві компанії – експортери соняшникової олії - Торговий дім "Майола" та "Орексин Лімітед" втратили свої ніші на ринку, а решта компаній залишилися незмінними експортерами олії в

більш як 50 країн світу й це є певною передумовою одержання доходів від реалізації даного виду продукції.

Важливим аспектом аналізу є рівень реалізації соняшникової олії на внутрішньому ринку України через торгові мережі підприємств.

Нижчеподана динаміка реалізації олії соняшникової свідчить про те, що рівень її товарності на внутрішньому ринку через торгові мережі підприємств є досить невисокий у порівнянні з обсягами експорту даного виду продукції за межі України (табл. 3).

Таблиця 3

**Аналіз динаміки реалізації соняшникової олії нерафінованої через трогову мережу підприємств в Україні в 1998 – 2013 роках**

Рік	Реалізація олії нерафінованої			Частка продажу олії на ринку до всього виробництва в державі, %
	всього, тис. тонн	в тому числі :		
		Темп росту до		
		Попереднього року	1998 року	
1998	41	x	x	7,7
1999	35	85,4	85,4	4,2
2000	34	97,1	82,9	3,5
2005	66	194,1	161,0	3,4
2008	102	154,5	248,8	3,9
2009	109	106,9	265,9	3,7
2010	122	111,9	297,6	3,7
2011	138	113,1	336,6	3,5
2012	147	106,5	358,5	4,1
2013	144	97,9	351,2	3,2

*Джерело: складено автором за даними Державного комітету статистики України*

Показник продажу соняшникової олії через торгові мережі підприємств в Україні за період з 1990 по 2013 роки свідчить про зростання її реалізації на внутрішньому ринку. Про значне збільшення обсягів реалізації соняшникової олії свідчить ріст обсягів продажу соняшникової нерафінованої олії на внутрішньому ринку нашої держави, починаючи з 2005 року.

В результаті, продаж через трогову мережу соняшникової олії з 1998 до 2013 року збільшився в 3,5 рази й це є яскравою ілюстрацією зростання попиту населення України на споживання даної продукції.

Реалізація олії соняшникової на внутрішньому вітчизняному ринку має чітку тенденцію до зростання й темпи росту реалізації даної продукції до попереднього року з 2005 року до 2012 року у торговій мережі України постійно зростають (на 94,1%, на 54,1%, на 6,9%, на 11,9%, на 13,1% і відповідно на 6,5% відповідно у 2012 році. Винятком став 2013 рік, у якому темп росту до базисного 2012 року зменшився відповідно на - 2,1%.

Відповідно темп росту реалізації соняшникової олії до базисного 1998 року, свідчить про аналогічну тенденцію, де з 2005 року темп росту продажу через торгові мережі олії у натуральному виразі зростає, і в порівнянні до вищезгаданого року дане зростання відповідно становить (161,0% в 2005 році, 248,8% в 2008 році, 265,9 % в 2009 році, 297,6% в 2010 році, 336,6 % в 2011 році, 358,5% в 2012 році та 351,2% в 2013 році відповідно).

Частка реалізованої олії через торгові мережі до обсягів виробництва України є незначною проте обсяги виробництва олії в Україні з кожним роком зростають, а внутрішній вітчизняний ринок є в достатній кількості забезпечений даною продукцією.

Важливою стратегією розвитку ринку олії в Україні є її експорт на світовий ринок через морські порти нашої держави. Як відомо, Україна є світовим лідером на міжнародному ринку, а попит в країнах Близького Сходу є високий на олії рослинного походження, в тому числі і на соняшкову олію. Особливо важливим для України є нарощування експорту соняшникової олії в країни, де населення споживає рослинну олію відповідно до релігійних традицій і ментальності населення, оскільки в тих країнах попит на рослинну олію завжди буде високим.

Незважаючи на вищезазначені закономірності, що склалися в країнах Сходу, наша держава експортує 54% світового експорту олії соняшникової до світового експорту (54%) у різні країни світу (табл. 4).

Таблиця 4

Динаміки та частка експорту соняшникової олії з України в 1990 – 2013 роках

Роки	Експорт олії соняшникової			Частка експорту України у світовому експорті, %	Частка експорту олії до	
	всього, тис. тонн	в тому числі :			вітчизняного виробництва в державі, %	Світового виробництва, у %
		Темп росту до				
		Попереднього року	1990 року			
1990	105	X	X	4,1	10,4	1,30
1991	150	142,8	142,8	7,2	17,4	1,92
1992	120	80,0	114,3	7,1	7,1	1,61
1993	100	83,3	95,2	5,6	15,4	1,40
1994	150	150,0	142,8	5,2	25,5	1,81
1995	200	133,3	190,5	7,8	21,2	2,20
1996	209	104,5	199,0	6,4	49,6	2,41
1997	180	86,1	171,4	5,9	32,1	2,13
1998	205	113,9	195,2	6,5	38,7	2,21
1999	430	209,8	409,5	14,8	51,2	4,64
2000	550	127,9	523,8	24,6	56,7	6,73
2001	308	56,0	293,3	16,0	36,6	4,14
2002	911	295,8	867,6	39,4	79,2	11,2
2003	978	107,3	931,4	36,5	74,1	10,6
2004	642	65,6	611,4	24,9	50,7	7,0
2005	1514	235,8	1441,9	38,6	78,6	14,2
2006	1867	123,3	1778,1	46,1	91,1	17,3
2007	1325	71,0	1261,9	37,6	73,8	13,0
2008	2098	158,3	1998,1	46,2	79,7	17,4
2009	2645	127,1	2519,0	58,8	88,9	21,6
2010	2652	100,3	2525,7	58,5	79,7	21,3
2011	3263	123,1	3107,6	50,4	83,0	21,9
2012	3245	99,5	3090,5	59,3	89,8	24,1
2013	3850	118,6	3666,7	54,1	86,5	24,7

Джерело: складено автором за даними Державного комітету статистики України

Позитивною тенденцією для вітчизняного аграрного ринку є те, що рівень експорту соняшникової олії з України за 1990-2013 роки зріс у 3,7 раза. Це є доказовою базою того, що Україна, нарощуючи експорт даної продукції з 4,1% до 54,1% стала світовим лідером серед основним країн-конкурентів експортерів соняшникової олії - Російської Федерації та Аргентини. Важливо відмітити, що рівень експорту виробництва олії соняшникової до обсягів виробництва в державі зросло з 10 до 87%, що свідчить про ефективне використання експортних можливостей нашою державою щодо соняшникової олії.

**Висновки з проведеного дослідження.** Значний експортний потенціал на ринку соняшникової олії формують агрохолдинги, які вирощують соняшник з високим рівнем урожайності, мають розвинену власну логістичну інфраструктуру для перевалки в морських портах олійної сировини та власні виробничі потужності з виробництва олії. Ці конкурентні переваги дозволяють їм виходити на зовнішній ринок з досить високим рівнем рентабельності.

Отже, ринок рослинної олії в Україні має значний потенціал для розвитку й це відкриває для вітчизняних аграріїв значні перспективні можливості для вирощування та переробки на олію насіння ріпаку та соєвих бобів, переробка яких в незначній кількості уже здійснюється в Україні. Зростання експорту соняшникової олії на зовнішні ринки сприятиме значному збільшенню валютних надходжень до державного бюджету й це в свою чергу сприятиме зміцненню національної економіки.

**Бібліографічний список**

1. Гончаров В.М. Тенденції розвитку підприємств олійно-жирового підкомплексу / В.М. Гончаров, Т.С. Капустіна // Збірник наукових праць ЧДТУ. – Серія «Економічні науки». – 2011. – Вип. 30 (Частина III). – С. 213-216.
2. Бойко А.В. Сільське господарство України у світовому економічному просторі [Електронний ресурс] / А.В. Бойко. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

bin/irbis\_nbuv/cgiirbis\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\_FILE\_DOWNLOAD=1&Image\_file\_name=PDF/Nie\_2014\_1\_17.pdf

3. Денисенко Л.С. Аналіз динаміки світового ринку соняшникової олії / Л.С. Денисенко // Вісник Харківського національного університету сільського господарства. – 2013. – Вип. 137. – С. 90-95.

4. Дриль О.І. Основні тенденції на ринку олії [Електронний ресурс] / О.І. Дриль, І.Я. Земляк. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17029/1/79-Dryl-130-131.pdf>

5. Дяченко О.В. Експортний потенціал ринку олійних культур в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Дяченко. – Режим доступу [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_104/23.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_104/23.pdf)

6. Манойленко О.В. Специфічні особливості олійножирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1(39). – С. 12-15.

7. Манойленко О.В. Місце і роль олійно-жирової галузі в національній економіці України [Електронний ресурс] / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан. – Режим доступу <http://cyberleninka.ru/article/n/mesto-i-rol-maslozhirovoy-otrasli-v-natsionalnoy-ekonomike-ukrainy>

8. Мельник В.І. Організаційно-економічні передумови ефективного функціонування оліежирового підкомплексу України / В.І. Мельник // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – Вип. 6. – Том 1. – С. 178-183.

### References

1. Honcharov, V.M. and Kapustina, T.S. (2011), "Trends in enterprise development sub oil and fat", *Zbirnyk naukovykh prac Cherkaskoho Derzhavnoho Tekhnolohichnoho universytetu*, issue 30, part 3, pp. 213-216.

2. Boiko, A.V. (2014), "Agriculture Ukraine in the world economy", available at: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nie\\_2014\\_1\\_17.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nie_2014_1_17.pdf)

3. Denysenko, L.S. (2013), "The analysis of the world market of sunflower oil", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu silskoho hospodarstva*, issue 137, pp. 213-216.

4. Dryl, O.I and Zemliak, I.Ya. (2013), "The main trends in the oil market", available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17029/1/79-Dryl-130-131.pdf>

5. Diachenko, O.V. (2014), "Export potential market of oilseeds in Ukraine" available at: [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_104/23.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_104/23.pdf)

6. Manoilenko, O.V. and Zhadan, T.A. (2013), "Place and role of oil and fat industry in the national economy of Ukraine", available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/mesto-i-rol-maslozhirovoy-otrasli-v-natsionalnoy-ekonomike-ukraine>

7. Manoilenko, O.V. and Zhadan, T.A. (2013), "Specific features of oil and fat industry as objective necessity of state support", *Innovatsiina ekonomika*, no 1, pp. 12-15.

8. Melnyk, V.I. (2012), "Organizational and economic preconditions for the effective operation of oil and fat sub Ukraine", *Naukovi pracsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*, issue 6, Vol.1, pp. 178-183.

### Івашків І.М. ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОЛІЇ ТА ШРОТУ СОНЯШНИКОВОГО В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОСТІ ГАЛУЗІ

**Мета.** Метою статті є висвітлення результатів наукових досліджень аналізу тенденцій розвитку виробництва і експорту олії нерафінованої в Україні в умовах формування її експорторієнтованої стратегії.

**Методика дослідження.** Теоретико-методологічною базою даного дослідження є наукові праці вчених економістів - аграрників України з питань розвитку олійножирової галузі України. В процесі дослідження використовувалися такі методи: монографічний (при вивченні тенденцій розвитку ринку олії в Україні), системного аналізу (при дослідженні аналізу виробництва та експорту олії і соняшникового шроту в Україні).

**Результати дослідження.** Визначено основні тенденції виробництва олії та шроту соняшникового в Україні. Обґрунтовано причини збільшення споживання олії соняшникової в Україні за останнє двадцятиріччя. Визначено ринкову частку провідних українських компаній - експортерів олії соняшникової. Обґрунтовано стратегію підвищення експорту олії соняшникової в Україні.

**Наукова новизна** полягає у обґрунтуванні методичного підходу щодо аналізу тенденцій виробництва і експорту олії соняшникової в Україні, а також у визначенні частки експорту олії у світовому вимірі та ринкову частку основних провідних компаній - експортерів олії соняшникової, які займають провідні позиції на ринку олії.

**Практична значущість.** Отримані результати дослідження є підґрунтям для вирішення практичних проблем щодо вдосконалення підвищення ефективності розвитку олійножирового підкомплексу.

**Ключові слова:** ринок олії соняшникової, експорт орієнтовані тенденції виробників олії соняшникової, компанії - експортери олії соняшникової, шрот соняшниковий.

### Ivashkiv I.M. MARKET FORMATION OIL AND SUNFLOWER MEAL IN UKRAINE IN THE FIELD EXPORT ORIENTATION

**Purpose.** The article aims to research papers analysis of trends in production and export of crude oil in Ukraine in the formation of export orientation strategy.

**Methodology of research.** Theoretical and methodological basis of this study is to research works by academic economists - Agrarians of Ukraine on the development of oil and fat industry of Ukraine. The study used the following methods: monographic (the study of market trends of oil in Ukraine), systems analysis (analysis in the study of the production and export of oil and sunflower meal in Ukraine).

**Findings.** The main trends in the production of oil and sunflower meal in Ukraine. Reasonably increased consumption of sunflower oil in Ukraine over the last two decades. Determined the market share of leading Ukrainian companies - exporters of sunflower oil. The strategy increase exports of sunflower oil in Ukraine.

**Originality.** Lies in grounding methodical approach to the analysis of trends in production and exports of sunflower oil in Ukraine, and also in determining the share of exports in world oil dimension and major market share of leading companies - exporters of sunflower oil, which occupy a leading position in the oil market.

**Practical value.** These research results are the basis for solving practical problems for improving the efficiency of oil and fat sub.

**Key words:** sunflower market, export-oriented trends producers of sunflower oil, companies - exporters of sunflower oil, sunflower meal.

#### **Ивашкив И.М. ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА МАСЛА И ШРОТА ПОДСОЛНЕЧНОГО В УКРАИНЕ В УСЛОВИЯХ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ОТРАСЛИ**

**Цель.** Целью статьи является освещение результатов научных исследований анализа тенденций развития производства и экспорта масла нерафинированного в Украине в условиях формирования ее экспортноориентированной стратегии.

**Методика исследования.** Теоретико-методологической базой данного исследования являются научные труды ученых экономистов - аграрников Украины по вопросам развития масложировой отрасли Украины. В процессе исследования использовались следующие методы: монографический (при изучении тенденций развития рынка масла в Украине), системного анализа (при исследовании анализа производства и экспорта масла и подсолнечного шрота в Украину).

**Результаты.** Определены основные тенденции производства масла и шрота подсолнечного в Украине. Обоснованно причины увеличения потребления подсолнечного масла в Украине за последнее двадцатилетие. Определены рыночную долю ведущих украинских компаний - экспортеров подсолнечного масла. Обоснованно стратегию повышения экспорта масла подсолнечного в Украине.

**Научная новизна** заключается в обосновании методического подхода к анализу тенденций производства и экспорта подсолнечного масла в Украине, а также в определении доли экспорта масла в мировом измерении и рыночную долю основных ведущих компаний - экспортеров подсолнечного масла, которые занимают ведущие позиции на рынке масла.

**Практическая значимость.** Полученные результаты исследования являются основой для решения практических проблем по совершенствованию повышения эффективности развития масложирового подкомплекса.

**Ключевые слова:** рынок подсолнечного масла, экспортноориентированы тенденции производителей подсолнечного масла, компании - экспортеры подсолнечного масла, шрот подсолнечный.

УДК 368:339

**Забурмеха Є.М.,  
к.е.н., доцент кафедри маркетингу,  
Хмельницький національний університет**

## **МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІЙНОГО АПАРАТУ СТРАХОВОГО РИНКУ**

**Постановка проблеми.** Необхідність формування ефективного механізму управління страхової компанії визначається насамперед тим, що на українському страховому ринку склалася конкурентна ситуація, що уможливує використання маркетингових технологій. Ставити питання про формування такого механізму потрібно, з одного боку, базуючись на зарубіжному та вітчизняному досвіді становлення та розвитку страхового ринку і його складових, а з іншого – враховуючи тенденції еволюціонування маркетингу, зокрема маркетингу підприємств сфери послуг, до яких належить діяльність страхових компаній, в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття страхового ринку та його категорійного апарату розглядали такі науковці, як: М. Александро́ва, Л. Алексе́нко, В. Баранова, О. Вовчак, О. Зубець, Л. Корчевська, А. Мазаракі, Р. Тринько, С. Осадець, та інші. Разом з тим, залишаються невирішеними питання узагальнення категорій, що формують зміст страхового ринку як в теоретичному, так і прикладному аспектах, а саме таких понять, як страхування, страхова діяльність, страхова послуга, страховий продукт, а також його функціонал. Усе це свідчить про актуальність теми,