

доктора экономических наук : 08.00.05 / Ойнер Ольга Константиновна. — Екатеринбург, 2002. — 329 с.

6. *Приймак В. М.* Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / В. М. Приймак. — К. : Атіка, 2008. — 240 с.

7. *Теслер Г. С.* Новая кибернетика / Г. С. Теслер. — К.: Логос, 2004. — 404 с.

8. *Хитрова Т. И.* Интеграция информационных ресурсов [Электронный ресурс] / Т. И. Хитрова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). — 2010. — № 5. — С. 286—289. — Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru>.

9. Экономический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://mirсловarei.com>. — Назва з екрану.

УДК 338

І. Ю. Гусєва, аспір. кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РИНКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

АНОТАЦІЯ. Стаття присвячена дослідженню проблеми ефективного функціонування підприємств олійно-жирової промисловості України за умов посилення конкуренції на ринку. Обґрунтовано необхідність формування конкурентоспроможних систем стратегічного розвитку суб'єктів господарювання за критерієм управління ринковим капіталом і збільшення ринкової вартості.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Стратегія розвитку, ринковий капітал, ділова репутація, торговельна марка, бренд, конкурентоспроможність, ринкова вартість підприємства.

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена исследованию проблемы эффективного функционирования предприятий масло-жировой промышленности Украины в условиях увеличения конкуренции на рынке. Обосновано необходимость формирования конкурентоспособных систем стратегического развития субъектов хозяйствования по критерию управления рыночным капиталом и увеличения рыночной стоимости.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Стратегия развития, рыночный капитал, деловая репутация, торговая марка, бренд, конкурентоспособность, рыночная стоимость предприятия.

SUMMARY. Article is devoted to review the problem of efficient functioning of enterprises oil and fat industry in Ukraine under increased competition in the market. The necessity of forming viable systems of strategic development of businesses by the criterion of market capital and increase market value.

KEYWORDS: Development strategy, market capital, business reputation, trade mark, brand, competitiveness, market value of enterprise.

Постановка проблеми. Проведення економічних реформ в Україні пов'язано з вирішенням проблем удосконалення систем управління розвитком промислових підприємств різних форм власності. Сучасний механізм функціонування ринкової економіки вимагає переходу до стабільних, врегульованих взаємовідносин держави та суб'єктів господарювання та раціонально використання інвестиційно-інноваційного потенціалу. Одним з невідкладних завдань є вдосконалення стратегій розвитку підприємств олійно-жирового комплексу (ОЖК) України на основі управління їх ринковим капіталом.

Забезпечення динамічного ефективного розвитку підприємств олійно-жирового комплексу України вимагає впровадження нових, більш досконалих інструментів управління, які спрямовані на збільшення їх ринкового потенціалу. Поглиблення аналітичних методів аналізу ринкової ситуації дозволяють визначити рівень необхідності реструктуризації підприємств для підвищення ефективності їх діяльності. Таким чином, розробка та впровадження інноваційної системи управління ринковим капіталом підприємства надасть можливість вдосконалити механізм функціонування всіх підсистем організаційної структури та збільшити його конкурентоспроможність на ринку.

Слід відмітити, що існує ряд невирішених проблем щодо забезпечення оперативного реагування підприємств на кон'юнктурні зміни та світові тенденції науково-технічного розвитку. Досягнення ефективного управління ринковим капіталом підприємств ОЖК значною мірою залежить від визначення особливостей їх функціонування, що сформуєть основу для розробки й обґрунтування практичних рекомендацій щодо вирішення продовольчої проблеми.

Аналіз останніх досліджень. У науковій вітчизняній і зарубіжній літературі представлені окремі теоретичні та практичні аспекти розвитку підприємств олійно-жирового комплексу. Вони ґрунтуються на різних концепціях та підходах розвитку олійно-жирової промисловості. Результати цих досліджень відображено у наукових працях О. М. Алімова, В. І. Бойка, П. П. Борщевсь-

кого, В. Д. Гончарова, Б. М. Данилишина, М. І. Долішнього, С. І. Дорогунцова, Я. Б. Олійника, М. М. Паламарчука та ін. Актуальною є проблема інноваційного розвитку ОЖК. Ґрунтовні дослідження в цьому напрямі здійснили іноземні дослідники: С. Валдайцев, Л. Водачек, О. Водачкова, Ю. Морозов, Б. Санто, А. Стрікленд, Б. Твісс, Ю. Яковець, а також вітчизняні — О. І. Амоша, Ю. М. Бажал, В. І. Захарченко, А. В. Карпенко, П. М. Макаренко, С. М. Покропивний, П. Т. Саблук, Л. І. Федулова та ін. [2, 6].

Мета статті: визначення ролі ринкового капіталу в підвищенні ефективності функціонування підприємств ОЖК України, як запоруки їх економічного розвитку за рахунок збільшення ринкового потенціалу, конкурентоспроможності та додаткового прибутку. Висвітлення основних проблем існуючих систем управління підприємств ОЖК, визначення актуальних питань і пріоритетів щодо подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичні і практичні аспекти управління ринковим капіталом і підвищення ефективності діяльності підприємств олійно-жирової промисловості в конкурентних умовах досліджені фрагментарно. Існуюча в Україні система регулювання розвитком олійно-жирового комплексу залишається досі малоефективною, суперечливою, значною мірою неузгодженою з потребами населення, оскільки будується на недостатньо досконалих методах управління і застарілих нормах. В умовах жорсткої конкуренції прагнення максимізації прибутку та збільшення частки ринку вимагає від підприємств олійно-жирової промисловості конкретних заходів щодо вдосконалення їх діяльності. Необхідність підвищення ефективності управління такими ринковими активами, як ділова репутація, бренд, гудвіл, ділові зв'язки, клієнтська база, зумовлена їх провідною роллю у створенні стійких конкурентних переваг на ринку.

Виникає проблема пошуку альтернативних шляхів отримання додаткового прибутку, залучення інвестицій, зміцнення конкурентних позицій на основі використання всіх можливих ресурсів підприємства за інших рівних умов. Саме тому актуальним постає питання вдосконалення системи управління ринковим капіталом підприємств ОЖК, як запоруки інноваційного розвитку, отримання переваг на ринку, залучення нових споживачів, зміцнення ділової репутації та, як результат, збільшення їх ринкової вартості. За умов недосконалих державних програм розвитку необхідним стає регулювання діяльності підприємств на мікрорівні, тобто визначення певних пріоритетів в управлінні з урахуванням стратегічних намірів та ринкових змін.

Останнім часом розвиток харчової промисловості в Україні характеризується різким зниженням технологічного рівня виробництва, високим рівнем зносу основних фондів, скороченням обсягів і асортименту продукції, зниженням її якості, затуханням інвестиційних та інноваційних процесів, витісненням вітчизняних харчових продуктів з внутрішнього й зовнішнього ринків продовольчих товарів, зменшенням обсягів надходження до бюджету та валютних надходжень у країну від експортних операцій галузі тощо. Але ОЖК України, як підсистема харчової промисловості, є єдиним сектором аграрного виробництва, де, завдяки запровадженню економічних заходів регулювання ринку, встановлено баланс інтересів сфер виробництва та внутрішнього споживача.

Олійно-жирове виробництво відноситься до бюджетоформуючих галузей аграрного сектора з потужним експортним потенціалом. ОЖК України є однією з найбільших підгалузей харчової промисловості України, на яку припадає до 10 % усієї реалізованої продукції. Виробництвом олії в Україні займаються 1200 суб'єктів господарювання [3]. При цьому підгалузь характеризується досить високою концентрацією виробництва: понад 90 % олії виробляють 25 спеціалізованих підприємств великої та середньої потужності.

Україна займає лідируючі позиції на світовому ринку щодо виробництва соняшнику та соняшникової олії. Водночас Україна є лідером з експорту соняшникової олії — понад 2,6 млн тонн, що складає 65 % від загального обсягу. У 2010/11 МР загальне виробництво основних видів олійних культур в Україні досягло 10 млн тонн за вітчизняних потужностей з їхньої переробки на рівні 10,3 млн тонн (станом на 01.01.2011 року), що дало змогу повністю переробити вирощений врожай. У майбутньому передбачається збільшення виробництва олійних культур до 15 млн тонн, у т.ч. сої — 5 млн тонн, ріпаку — 3 млн тонн, соняшнику — залишити на рівні 7 млн тонн.

Таблиця 1

**ВИРОБНИЦТВО ОСНОВНИХ ВИДІВ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР
В УКРАЇНІ У 2011/12 МР* (ОЧІКУВАНІ ДАНІ)**

Олійні культури	Площа, тис. га	Урожайність, ц/га 2011 р.	Валовий збір, тис. тонн 2011 р.
Соняшник	4600	15,7	7,200
Ріпак	989	18,2	1800
Соя	1129	17,7	2000

* МР — маркетинговий рік.

Можна зробити висновок, що олійно-жирова промисловість є стратегічною підгалуззю економіки України, а тому дослідження методів удосконалення систем управління, визначення пріоритетних завдань на основі інноваційних розробок і впровадження інвестиційних проектів є запорукою економічного зростання та розвитку.

Ринкова економіка вимагає від підприємства вирішення складних ринкових та виробничо-технологічних питань, що є неможливим без врахування та оцінювання всіх факторів діяльності як основи стратегічного розвитку. Зокрема актуальним залишається питання аналізу, оцінювання та управління ринковим капіталом, який останнім часом є важливим інструментом для забезпечення балансу між підприємством і зовнішнім середовищем на сучасному етапі пере-розподілу ринків. Для вдосконалення методів управління ринковим капіталом необхідним є визначення і аналіз основних показ-ників діяльності підприємств, на яких будується система, та галузі в цілому.

Необхідним є визначення ефективності діяльності підприємств за основними видами продукції. У поточному маркетинговому році соняшник залишається найбільш рентабельною сільськогосподарською продукцією. У 2010 році чистий дохід від реалізації насіння соняшнику становив 14984,5 млн грн (28,0 % чистого доходу продукції рослинництва), прибуток становив 5876,4 млн грн (52,5 % прибутку, отриманого у галузі рослинництва, та 46,65 % прибутку, отриманого у галузі сільського господарства в цілому) [7]. У 2010 році витрати на виробництво однієї тонни насіння соняшнику становили 1591,2 грн проти 1178 грн у 2009 році, або зросли на 35 % .

Таблиця 2

**ВИРОБНИЦТВО ТА ВИКОРИСТАННЯ
НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ**

	2003/2004 МР	2004/2005 МР	2005/2006 МР	2006/2007 МР	2007/2008 МР	2008/2009 МР	2009/2010 МР	2010/2011 МР	2011/2012 МР (прогноз)
Валовий збір у заліковій вазі, тис. тонн	4247	3050,1	4706	5324,3	4173,7	6526,2	6360,6	6769,4	7200
Урожайність, ц/га	11,2	8,9	12,8	13,6	12,2	15,3	15,2	15,0	15,7

	2003/2004 МР	2004/2005 МР	2005/2006 МР	2006/2007 МР	2007/2008 МР	2008/2009 МР	2009/2010 МР	2010/2011 МР	2011/2012 МР (прогноз)
Площі, тис. га	3803	3427	3686	3911,7	3411,4	4279,5	4192,8	4525,6	4600
Рівень рентабельності, %	64,3	45,2	24,3	20,7	75,9	18,4	41,7	64,5	70
Внутрішнє використання, тис. тонн	3757	3038,6	4486,2	4988,1	4098,4	5759	6007,2	6269,4	6700
Експорт, тис. тонн	928	11,5	219,8	336,2	75,3	767,2	353,4	500	500

* Адаптовано за даними Держкомстату України.

За даними Мінагрополітики України посів соняшнику продовжувався й після 1 червня поточного року. Таким чином, можна зробити висновок, що площі посіву соняшнику перевищать 4,4 млн га, а валовий збір не тільки досягне рівня 2010/11 МР, а й перевищить його, що залежатиме від погодних умов [9, 11]. У вересні-травні 2010/11 МР з України експортовано 410,69 тис. тонн насіння соняшнику проти 353,4 тис. тонн за весь 2009/10 МР (зростання на 17%). Прогноз щодо експорту насіння соняшнику у 2011/12 МР залишається на рівні 500 тис. тонн (рис. 1).



Рис. 1. Виробництво, споживання та експорт насіння соняшнику в Україні, тис. тонн

При цьому ціни реалізації соняшникового насіння зросли у 2010 році до 3018,7 грн/тонну проти 1897 грн/тонну в 2009 році, або на 59,1 %. Прибуток, отриманий від реалізації насіння соняшнику, у 1,9 разу перевищив прибуток, отриманий від реалізованих зернових і зернобобових культур, та майже у 8,5 разу — ріпаку. Проти 2009 року (2591 млн грн) прибуток від реалізації соняшнику у 2010 році зріс до 5876 млн грн, або у 2,3 разу. Рентабельність виробництва соняшнику в 2010 році зросла до 64,5 % (з 41,4 % у 2009 році), або у 1,5 разу (рис. 2).

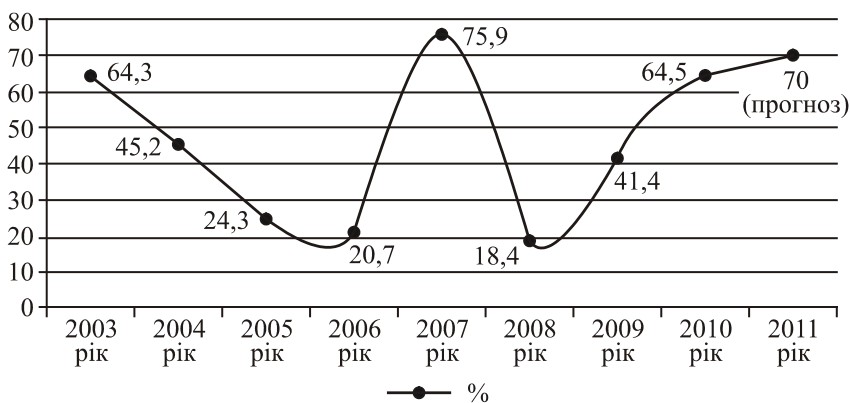


Рис. 2. Рівень рентабельності соняшнику (за даними Держкомстату України по сільськогосподарських підприємствах)

Економічні переваги переробки вирощеного врожаю соняшнику в Україні за наявних потужностей — це надання робочих місць, це збільшення доданої вартості — близько 3 млрд грн за рахунок виробництва широкого асортименту олійно-жирової продукції: рафінованої фасованої олії, маргаринової продукції, жирів спеціального призначення, майонезів тощо.

Основними країнами-імпортерами насіння соняшнику є Туреччина — 210,57 тис. тонн (або 51,3 % від експорту з України), країни ЄС — 144,34 тис. тонн (35,1 %), країни СНД — 51,58 тис. тонн (12,5 %), інші країни — 4,2 тис. тонн (1,1 %) (рис. 3). У 2010/11 МР прогноз експорту насіння соняшнику з України станом на 01.04.2011 становить 500—600 тис. тонн.

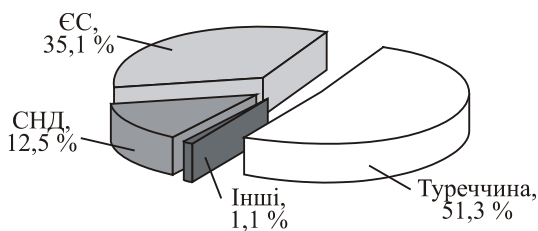


Рис. 3. Географія експорту насіння соняшнику з України за підсумками 9 місяців 2010/11 МР (експортовано — 410,69 тис. тонн)

При збільшенні виробництва або запуску нових потужностей виробники фасованої олії повинні бути готові до жорсткої конкуренції на внутрішньому ринку і можуть розраховувати тільки на відвоювання частини ринку у конкурентів або зробити спробу виходу на закордонні ринки. За споживчими перевагами на ринку України та ринковою часткою, згідно з даними інформаційних агентств, можна виділити декілька груп підприємств (табл. 3) [9]. Перша група підприємств володіє більшою часткою ринку завдяки впровадженню інноваційних методів управління ринковим капіталом, а саме ефективній брендовій політиці, стабільним каналам збуту, потужній клієнтській базі, системним маркетинговим дослідженням ринку та альтернативним методам збільшення ринкової вартості підприємства. Як наслідок, можемо відмітити зміцнення конкурентних позицій і реалізацію стратегічних цілей підприємствами цієї групи. Порівняно нижча результативність діяльності та ринкова частка другої групи підприємств свідчить про недостатню ефективність управління ринковим капіталом, що може призвести до поглинання більшими корпораціями або припинення діяльності.

Таблиця 3

**РОЗПОДІЛ РИНКУ ПІДПРИЄМСТВ
ОЖК ЗА РИНКОВОЮ ЧАСТКОЮ**

Група 1 — Лідери ринку	Група 2
ТМ «Олейна» (ТОВ «Бунге Україна») 36 % ринку	ТМ «Сонячна Долина» (ВАТ Одеський ОЖК) — 7 %
ТМ «Чумак» (ЗАТ «Чумак») і ТМ «Щедрий Дар» (ГК «Кернелл груп») — 17 %	ТМ «Славолія» (ЗАТ «Слов'янськолія») — 7 %
ТМ «Славія» (ЗАТ «Пологівський ОЕЗ»). — 16 %	ТМ «Диканька» (ЗАТ Полтавський ОЕЗ), ТМ «Мрія» (ГК «Укрпромінвест»), «Стожар» (ЗАТ Приколотнянський ОЕЗ) по 5 %

У ході конкурентної боротьби необхідним є розробка та впровадження методів збільшення ринкового потенціалу та підвищення ефективності управління ринковим капіталом підприємств обох груп.

Висновки. Останнім часом загальна кількість підприємств ОЖК значно зросла. Це стимулює підприємства до розробки комплексних стратегічних підходів щодо зміцнення ділової репутації, бренду, збільшення частки ринку, отримання конкурентних переваг та управління ринковим капіталом у цілому. Головною проблемою залишається відсутність системного підходу оцінювання усіх наведених складових і методик щодо управління ринковим капіталом підприємств ОЖК, що є безперечно актуальним питанням на даному етапі динамічного розвитку цієї галузі та потребує подальших досліджень і розробок.

Література

1. Амбросов В. Я. Механізми ефективного функціонування агроформувань / В. Я. Амбросов, Т. Г. Мареніч // Економіка України. — 2006. — № 6. — С. 60—66.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук — К.: КНЕУ, 2004. — 624 с.
3. Бурка А. Рынок подсолнечника Украины: состояние, тенденции, перспективы // Олійно-жировий комплекс. — 2008. — № 1. — С. 21—25.
4. Васина Е. Инвестиционная привлекательность масложировой отрасли Украины // Олійно-жировий комплекс. — 2008. — № 12. — С. 8—10.
5. Економічна діагностика: Навчальний посібник / За ред. Т.Ф. Косянчук. — Львів: Новий світ—2000, 2007. — 452 с.
6. Листопад В. Украина на мировом рынке подсолнечного масла: анализ 2007/08 МГ и перспективы на 2008/09МГ // Олійно-жировий комплекс. — 2008. — № 4. — С. 17 — 21.
7. Статистичний щорічник України за 2008 рік / за ред. О.Г. Осаулєнка. — К.: Держ. ком. стат. України, 2009. — 566 с.; Експрес-випуск від 30.03.2011 р. (дані Держкомстату України про основні економічні результати діяльності сільськогосподарських підприємств у галузі сільського господарства).
8. Ринок соняшнику: втрачені надії [Електронний ресурс] // Інформаційний щомісячник «Пропозиція»: український журнал з питань агробізнесу. — 2010. — №6. — Режим доступу до журн.: <http://www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=2846>
9. Офіційний сайт УкрНДІОЖ УААН [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.fatoilkharkov.com/index.php>

10. Офіційний сайт «Кернел Груп» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.us.kernel.ua/rus/about/about.html>

11. Агропрофі [Електронний ресурс] // Український тижневик ділової інформації. — Режим доступу до журн.: www.agroprofi.com.ua

УДК 658.5

*В. О. Данилюк, аспір.,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

АНОТАЦІЯ. Представлену наукову статтю присвячено вивченню механізму формування і реалізації стратегії технічного розвитку машинобудівних підприємств, що виробляють обладнання для випічки виробів з борошна. Стаття містить певні висновки щодо етапів розробки стратегії технічного розвитку, принципів і методів її формування.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегія технічного розвитку, формування стратегії технічного розвитку, механізм реалізації стратегії технічного розвитку.

АННОТАЦИЯ. Представленная научная статья посвящена изучению механизма формирования и реализации стратегии технического развития машиностроительных предприятий, которые производят оборудование для выпечки изделий из муки. Статья содержит определенные выводы относительно этапов разработки стратегии технического развития, принципов и методов ее формирования.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стратегия технического развития, формирование стратегии технического развития, механизм реализации стратегии технического развития.

SUMMARY. The presented scientific article is devoted the study of mechanism of forming and realization of strategy of technical development of machine-building enterprises which produce an equipment for baking of products from a flour. The article contains certain conclusions in relation to design of strategy of technical development, principles and methods of its forming.

KEYWORDS: strategy of technical development, forming of strategy of technical development, mechanism of realization the strategy of the technical development.