

цілісна система управління підприємством включає й процес створення бюджетів як такий, й технологію їх складання, водночас являючись найбільш високим ступенем сформованості бюджетування на підприємстві.

Література:

1. Афанасьев М.П. Основные направления становления и развития классической бюджетной мысли. / М.П. Афанасьев. – М., изд. Академии бюджета и казначейства, 2009 – 66 с.
2. Білик М.Д. Бюджетування у системі фінансового планування / М.Д. Білик // Фінанси України, 2003. – № 3.
3. Бланк И.А. Финансовый менеджмент / И.А.Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 404 с.
5. Кузьмін О.Є. Бюджетування в системі управління організацією: теоретичні та прикладні засади: [монографія] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Кондор, 2007. – 234 с.
6. Партин Г.О. Бюджетування в системі управління витратами підприємства / Г.О. Партин // Фінанси України, 2003. – № 5.
7. Писаренко Т. Бюджетування як основа ефективного управління підприємством / Т. Писаренко. – Економіка і ринок: облік, аналіз, контроль, 2007. – № 16. – С. 304–311
8. Попова Л.В. Бюджетирование на микро- и макроуровне: учебное пособие / Л.В. Попова, В.А. Константинов. – М.: Дело и сервис, 2009. – с. 8
9. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навчальний посібник [Електронний ресурс] / О. О. Терещенко. – Електрон. дані. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с. – Режим доступу до книги: <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/77/1/>
10. Финансовый менеджмент / [Е.С. Стоянова и др.] под ред. Стояновой Е.С. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 2003. – 656 с.
11. Харко А.Ю. Бюджетування в процесі управління підприємства / А.Ю. Харко // Фінанси України, 2001. – № 9.
12. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования / В.Е. Хруцкий, Т.В. Сизова, В.В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 400 с.
13. Шумило Ю.О. Бюджетування як важливий елемент операційного планування / Ю.О. Шумило // Актуальні проблеми економіки, 2003. – № 7.

Рецензент: д.е.н., професор Джалал А.К.

УДК 338.439.4:633.85

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СОНЯШНИКУ ТА ПРОДУКЦІЇ ЙОГО ПЕРЕРОБКИ

Дяченко О.В., аспірант

Уманський національний університет садівництва

У статті проведено аналіз стану виробництва насіння соняшнику та продукції його переробки в Україні, оцінено його місце і роль для сільського господарства держави. Визначено основні напрямки подальшого розвитку виробництва культури та особливості ефективного функціонування ринку насіння соняшнику.

The article analyzes the state of sunflower seeds and products of its processing in Ukraine, estimated its place and role in agriculture state. Also defined main directions of further development of culture and features of effective functioning of the market of sunflower seeds.

Постановка проблеми. Виробництво олійних культур є важливою складовою економічного розвитку України. В останні роки спостерігається

збільшення посівних площ під олійними культурами, що викликане перевагами їх вирощування порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами та у зв'язку з високим попитом на насіння соняшнику. Екстенсивний шлях виробництва та значне перевантаження сівозмін в багатьох сільськогосподарських підприємствах призводить до зниження урожайності соняшнику, незважаючи на високий рівень рентабельності.

Саме тому виникає необхідність проведення аналізу ефективності виробництв насіння соняшнику та визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності його продукції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування і ефективного функціонування ринку олійних культур є предметом наукових досліджень вчених: В.Я. Амбросова, В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, В.Г. В'юна, П.І. Гайдуцького, О.Д. Гудзинського, О.Ю. Єрмакова, В.В.Кириченка, С.М. Кваши, В.М. Лисогора, Л.О. Мармуль, П.М. Макаренка, В.Д. Пантелеева, П.Т. Саблука, Г.Г. Смаглія, В.С. Уланчука, О.М. Шпичака, І.І. Червена, В.В. Юрчишина, В.М. Яценка та інших.

Постановка завдання. Головною метою статті є аналіз ефективності виробництва соняшнику в Україні, визначення особливостей успішного функціонування ринку його насіння.

Виклад основного матеріалу досліджень. В агропромисловому секторі економіки України провідну роль відіграє олійно-жировий підкомплекс. Стратегічне значення олійного виробництва в Україні підтверджує його перспективність. Ефективне функціонування ринку соняшнику та продукції його переробки сприяє зростанню сільськогосподарського виробництва, що забезпечує збільшення доходності підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції та сталий розвиток олійножирового підкомплексу.

Основні культури в структурі виробництва олійних культур у 2011 році наступні: соняшник – 70%, озимий та ярий ріпак – 17,6 %, соя – 12,1 %. Серед інших культур сільськогосподарського призначення, що вирощуються в Україні, лише виробництво олійних культур рік у рік стабільно відзначається високим рівнем доходності. При цьому основним споживачем олійної сировини виступає вітчизняний олійно-жировий підкомплекс, з його експортно-орієнтованим переробним потенціалом, завдяки якому Україна входить до трійки світових лідерів з виробництва та експорту соняшnikової олії. Головна олійна культура в Україні – соняшник, який дає найбільший вихід олії з 1 га. (понад 6 ц). Він є найліквіднішим і перспективним товаром, виробництво якого за останні роки неухильно зростає. Обсяг виробництва соняшнику є одним з основних показників, який характеризує його конкурентоспроможність. Від попиту на насіння залежать обсяг реалізації продукції соняшнику, рівень його ціни на нього та сума прибутку.

Згідно з даними таблиці видно, що має місце незначне зростання урожайності культури порівняно з 2010 роком на 0,7 ц/га. Валовий збір у 2011 р. становив 7200 тис.т. В останні роки спостерігається розширення посівних площ, головним чином, через порушення ротації культур у сівозмінах, що на фоні низької агротехніки призводить до значного падіння урожайності та деградації ґрунту.

Виробництво та використання соняшнику в Україні

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2008 р.,%
Площа, тис.га	4279,5	4192,8	4525,6	4600	107,5
Валовий збір, тис.т.	6526,2	6360,6	6769,4	7200	110,3
Урожайність, ц.га	15,3	15,2	15,0	15,7	102,6
Внутрішнє використання, тис.т	5759	6007,2	6269,4	6700	116,3
Експорт, тис.т	767,2	353,4	500	385	50,2

У загальному обсязі виробництва олійних культур в Україні соняшник займає понад 90%, а в структурі посівних площ не менше 10%. Щорічний валовий збір постійно збільшується і у 2010 р. досяг рекордної цифри – 6,8 млн т. [1]. Слід зазначити, що намагаючись завантажити основні потужності, найбільші компанії в останні роки пропонують максимальні ціни на закупівельну сировину. Це призвело до того, з початку 2004 р. внутрішні ціни на насіння соняшнику перевищують світові. Високі внутрішні ціни зумовлюють те, що соняшникова галузь є рентабельною та привабливою для інвесторів.

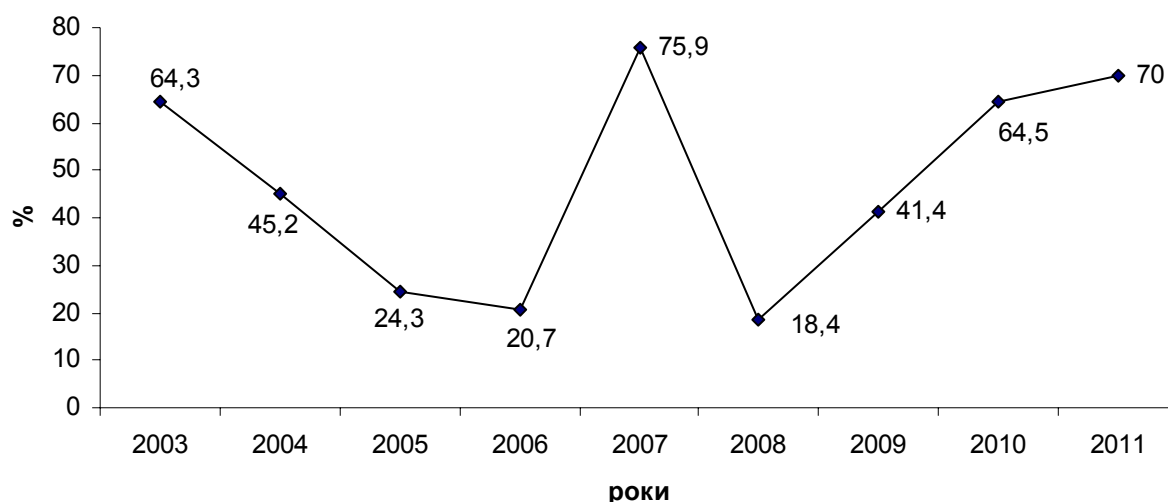


Рис. 1. Рівень рентабельності виробництва соняшнику

Найвищий рівень його рентабельності спостерігався у 2007 році і становив 75,9 %. Він свідчив про ефективність вкладення коштів, раціональність використання ресурсів та високий рівень продуктивності галузі. Останніми роками відбувається тенденція до збільшення рівня рентабельності соняшнику, і вже у 2011 році він становить 70%. Цьому сприяв ріст врожайності та зниження собівартості його виробництва.

У середньому за останні 5 років в Україні під вирощуванням соняшнику було зайнято близько 15% усіх посівних площ. Частка соняшнику у виробництві олійних культур у 2010 році становила понад 70%. Проте така ситуація поступово змінюється. У 2011 році питома вага соняшнику у структурі площі посіву технічних культур не перевищувала 63% та має тенденцію до зменшення. Незважаючи на структурні зміни, минулорічний урожай соняш-

нику перевищив урожай попереднього року на 408 тис. т. Це відбулося через розширення площі порівняно з 2009 роком на 8%. Збільшенню валового збору не завадило навіть зниження урожайності. Так як у 2010 році зібрали з гектару 15 ц/га, що на 0,2 ц/га менше попереднього року.

Таблиця 2

**Економічна ефективність виробництва насіння соняшнику
в сільськогосподарських підприємствах**

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2010 до 2007, %
Урожайність, ц/га	12,9	15,3	15,2	15,0	116,3
Собівартість 1 ц, грн.	109,49	117,36	134,20	183,51	167,6
Ціна реалізації 1 ц, грн.	192,56	138,95	189,75	301,87	156,8
Прибуток на 1 ц насіння, грн.	83,07	21,59	55,55	118,36	142,5
Рівень рентабельності, %	75,9	18,4	41,4	64,5	11,4 в.п.

За підсумками 2011 року, вирощування соняшнику виявилось найбільш прибутковою діяльністю у сільському господарстві України. За даними Держкомстату, доходи сільськогосподарських підприємств від реалізації цієї олійної культури досягли майже 15 млрд грн, що дало можливість покрити понесені виробничі витрати та отримати 5,9 млрд грн прибутку. При цьому, рівень рентабельності становив 64,5%.

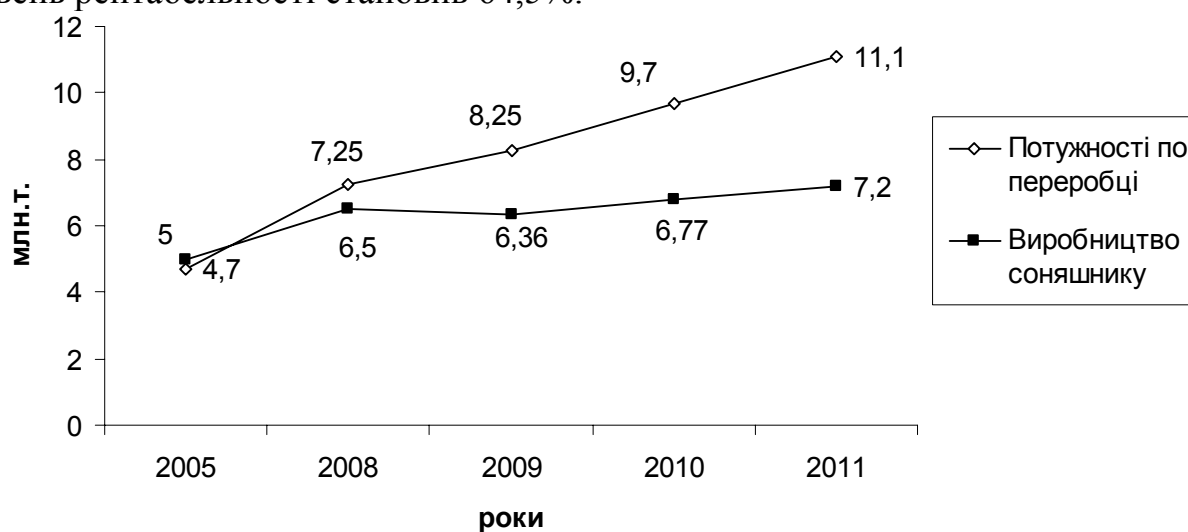


Рис. 2. Потужності з переробки олійних культур та виробництво соняшнику в Україні, млн. т.

Середня ціна на внутрішньому ринку соняшнику, протягом 2011 р. була зафіксована переробними підприємствами, на умовах EXW в межах 4200-4250 грн/т. Максимальна ціна протягом року була зафіксована у 5050 грн/т у серпні, мінімальна - 2850 грн./т. у жовтні після прийняття змін до Закону України "Про затвердження ставок вивізного (експортного) мита на окремі види сільськогосподарських культур". В цей період переробні підприємства активно закупають насіння соняшнику, щоб реалізувати олію за більш вигідними цінами. З початком 2012 року на українському ринку, ціна на насіння соняшнику тримається стабільно в межах 3450-3500 грн/т.

Негативним явищем є зростання посівних площ з одночасним зменшенням врожайності валового збору, лише 30% посівних площ засівається гібридним високопродуктивним насінням [4]. Переважна більшість вирощеного насіння перероблялася на вітчизняних олійно-жирових комбінатах із подальшою реалізацією на зовнішніх ринках, адже однією із головних тенденцій розвитку ринку олійних культур України є експортна орієнтація.

У 2011 році було вироблено 3,1 млн т. олії, з яких соняшникової – 3 млн т. Експорт її становив 2,7 млн т, або 90% від загального виробництва. Проте незважаючи на розвинену промислову інфраструктуру щорічно до 10% врожаю соняшнику експортується без попередньої переробки. Тому світовий ринок має великий вплив на вітчизняну галузь.

За даними Державної служби статистики України експорт насіння соняшника у 2011 р. склав 385 тис. т. Україна займає 2-3 місця після Аргентини та Росії серед світових виробників насіння соняшнику [5]. Країна забезпечує від 20 до 24% світового виробництва соняшнику. Орієнтація на світовий ринок примушує вітчизняних виробників опановувати нові методи управління, сучасні аспекти ділової практики, розширює можливості іноземних інвестицій. При значних витратах і змінах на початкових етапах, в цілому економіка країни може вийти на більш високий рівень, якість продукції покращиться, споживач отримає кращий готовий продукт.

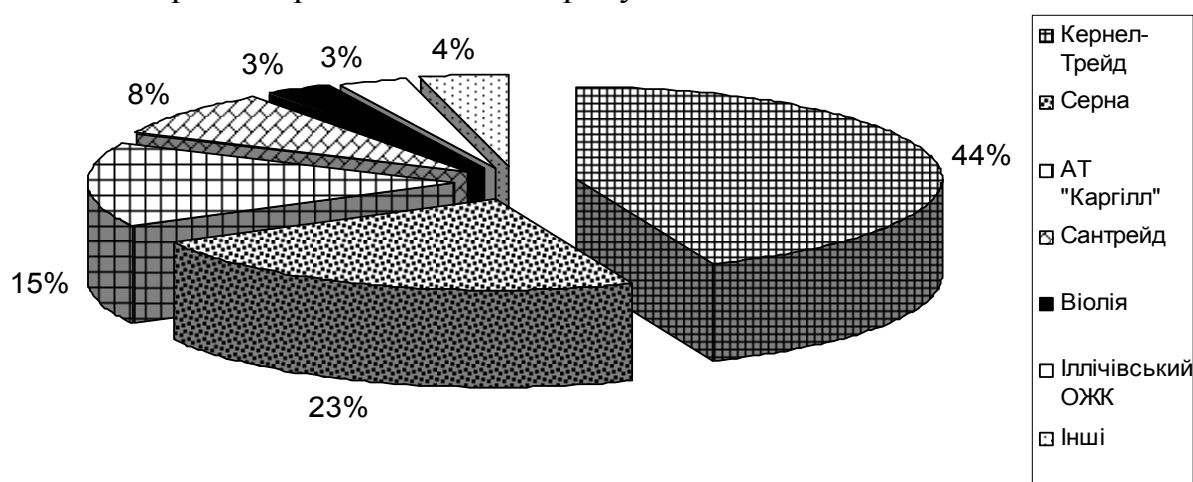


Рис. 4. Структура експорту української соняшникової олії (ключові підприємства-експортери) у 2010 році

Незначні наявні капітали олійно-жирових підприємств не дозволяють їм стати повноправними конкурентами на ринку, саме тому вже на сучасному етапі господарювання їм необхідно розробляти стратегії завоювання сегментів зовнішніх ринків [3]. Жорстка конкуренція на внутрішньому та зовнішньому ринках визначає необхідність для підприємств корінного технічного переозброєння і застосування сучасних технологій переробки олійних культур.

Ринок олійно-жирової продукції України значною мірою залежить від світової кон'юнктури, політики таких організацій як СОТ, ЄС, СНД, а також експортно-імпоротної політики держави.

Членство України у Світовій організації торгівлі зумовлює нові умови функціонування виробництва олії в Україні основною проблемою якого є не-

стабільність якості продукції через наявність різних домішків та пестицидів. Дуже часто висока якість олії нової марки поступово знижується. Впровадження системи якості ISO (наявність сертифіката ISO) і вироблення суворих норм щодо заходів захисту від шкідливих для рослин організмів та їх поширення, обмеження обсягів залишків пестицидів має підвищити якість олії, і зокрема соняшникової, як на етапі підготовки її одержання, так і для підтримання належної якості в цілому [2].

Пріоритетними напрямками подальшого реформування ринку соняшнику та олійної продукції повинні бути розвиток сільськогосподарської кооперації, реалізація цінової політики шляхом поєднання вільного ціноутворення з елементами державного регулювання; розширення зовнішніх ринків збуту через підвищення конкурентоспроможності насіння соняшнику та вітчизняних продуктів його переробки, оперативне формування відповідної митної політики в залежності від кон'юнктури світового ринку.

Важливе значення для стимулювання розвитку ринку соняшнику має вивчення стану і перспектив розвитку товарної кон'юнктури національного, регіональних і зовнішніх ринків, орієнтація галузі на вимоги світового ринку, стимулювання збуту, застосування високоефективних методів діяльності, поліпшення матеріально-технічної бази. Одним із основних напрямів збільшення обсягів олійних культур та підвищення економічної ефективності повинна бути інтенсифікація галузі. Впровадження у виробництво інтенсивних технологій забезпечує вищі темпи росту урожайності порівняно з темпами збільшення витрат, що дає змогу знизити собівартість одиниці продукції.

Висновки. Активний розвиток олійно-жирової промисловості в сучасних умовах інтеграційних процесів України вимагає відповідного рівня забезпеченості конкурентоспроможності соняшнику, підвищення його якості та збільшення врожайності.

За останні роки Україна значно збільшила обсяги виробництва насіння соняшнику на основі розширення посівних площ. Ця культура є економічно-приваблива для виробників у зв'язку з високим попитом. Рівень рентабельності соняшнику у 2011 році становив 70%. Проте розширення посівних площ під культурою зумовило порушення сівозмін, а недостатня забезпеченість сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними і фінансовими ресурсами є суттєвим недоліком.

На ринку олійних культур важливим фактором успіху є досягнення високої якості, що гарантуватиме стабільні прибутки, достатні для відтворення і удосконалення виробництва.

Україна займає до 40% загального світового експорту олії, конкуруючи з Аргентиною та Росією, проте урожайність соняшнику в державі, як один із показників технічної ефективності виробництва, залишається на низькому рівні в порівнянні з іншими країнами – лідерами з виробництва олійних культур у світі.

Саме тому однією з важливих економічних умов функціонування ринку насіння соняшнику і продуктів його переробки є ґрунтовне освоєння та дотримання принципів і вимог зовнішньоекономічної торгівлі, вдосконалення

системи реалізації насіння соняшнику та продуктів його переробки як продукції, що займає суттєве місце у надходженні валюти в Україну, завдяки високій кон'юктурі на ринку аграрно-продовольчої продукції та має тенденцію до підвищення.

Література:

1. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державного комітету статистики України – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Кириченко В.В. Виробництво соняшнику в Україні: стан та перспективи / В.В. Кириченко, В.П. Коломацька, К.М. Макляк, В.І. Сивенко – Вісник ЦНЗ АПВ Харківської області, 2010, №7, С. 281 - 287.

3. Лисогор В.М. Неформалізований аналіз інноваційних механізмів державного регулювання виробництва насіння соняшнику / В.М. Лисогор, О.В. Штик – Вісник Хмельницького національного університету – 2011, №1.

4. Смаглій Г.Г. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку олійних культур / Г.Г. Смаглій, М.П. Сологуб – Вісник Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького – 2010, №17, С. 75 – 81.

5. Штундберхофф Х. Оцінка впливу скасування експортного мита на насіння соняшнику та економіку України / Х. Штундберхофф, В. Ліссітса - Київ, 2010.

Рецензент: д.е.н., професор Уланчук В.С.

УДК 330.46

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПОДХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ ПРОЦЕССА ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Эльперина Е.О., аспирант

Донецкий национальный университет

У статті представлена концепція процесу просування інноваційного продукту, яка дозволяє оцінити інноваційний потенціал підприємства, визначити умови просування інноваційного продукту, розробити стратегію впровадження інновації на ринок і проаналізувати результати інноваційної діяльності.

The article presents the concept of the innovative product promoting process that allows to assess the innovative potential of enterprises, to define the conditions of innovative product promoting, to develop a strategy of innovation introduction to the market and to analyze the results.

Постановка проблеми. В современных условиях инновационная деятельность является необходимым элементом развития любой экономической системы. Мировая практика показывает, что активизация инновационного потенциала позволяет предприятиям преодолеть последствия кризисных явлений, завоевать новые рынки, продлить экономический эффект от привлеченных инвестиций.

Уровень инновационной активности предприятий является определяющим признаком конкурентоспособности национальной экономики и благосостояния страны в целом. По данному показателю Украина более чем в четыре раза уступает развитым европейским странам, в которых значение этого параметра достигло отметки в 60-80% [1, 2]. Проблема заключается в том, что на данный момент не существует эффективного механизма управления инновационной деятельностью, который бы позволил контролировать все аспекты функционирования инновационной системы и своевременно реагировать на отклонения от нормы.