

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»

«До захисту допущено»

Директор інституту

Завідувач кафедри

(підпис) Олег ШЕРЕМЕТ
(ім'я та прізвище)

(підпис) Тамара БЕРЕЗЯНКО
(ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2024 р.

« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та спеціальності)

освітньо-професійної програми «Менеджмент» _____

на тему: «Формування конкурентних переваг підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності»

Виконала: здобувачка 5 курсу, групи ЗМН-5-5

Ворожбит Тетяна Олексіївна

(підпис)

Керівник Кириченко Ольга Миколаївна

(підпис)

Рецензент

(ім'я та прізвище)

(підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка

(підпис)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки праці та менеджменту

_____ Тамара БЕРЕЗЯНКО

«09» жовтня 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

_____ Ворожбит Тетяни Олексіївни _____

1. Тема роботи «Формування конкурентних переваг підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності» _____

керівник роботи Кириченко О.М., к.е.н., доцент _____

затверджені наказом закладу вищої освіти від 09.10.2023 р. № 819-КС. _____

2. Строк подання здобувачем роботи 01 лютого 2024 р. _____

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми роботи, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ПрАТ «Вінницький ОЖК». _____

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методичні підходи до формування конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності _____

Розділ 2. Дослідження господарської та зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК». _____

Розділ 3. Вдосконалення системи забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Вінницький ОЖК». _____

5. Перелік графічного матеріалу

Результати дослідження знайшли відображення у 17 рисунках та 36 таблицях.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 09 жовтня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	10.11.2023 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проєктної групи	16.11.2023 р.	
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	23.11.2023 р.	
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	05.12.2023 р.	
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	20.12.2023 р.	
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	08.01.2024 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	15.01.2024 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	19.01.2024 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проєкту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	22.01.2024 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	23.01.2024 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	01.02.2024 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувачка

(підпис)

Тетяна ВОРОЖБИТ
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Ольга КИРИЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

В кваліфікаційній роботі виконано дослідження теоретико-методичних основ забезпечення конкурентних переваг; розглянуто особливості формування конкурентних на зовнішніх ринках; визначено інструменти забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Здійснено аналіз ринку та ринкової діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК», проведено аналіз виробничої та господарської діяльності підприємства виконано оцінення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Запропоновано програму впровадження дій щодо розвитку системи забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Вінницький ОЖК»; проведено обґрунтування запропонованого заходу, а також запропоновано управлінське рішення по підвищенню конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Проведені розрахунки свідчать, що запропонований проєкт є прибутковим та в подальшому можливе його впровадження на підприємстві.

Кваліфікаційна робота складена на 102 сторінках (без урахування додатків), містить 38 таблиць, 21 рисунок.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, конкурентні переваги, екологічний менеджмент, оцінка, управлінське рішення.

ANNOTATION

In the qualification work, a study of the theoretical and methodological foundations of ensuring competitive advantages was carried out; features of competitive formation in foreign markets are considered; tools for ensuring competitive advantages in the implementation of foreign economic activity at the enterprise are defined.

An analysis of the market and market activity of PJSC "Vinnytskyi OZHK" was carried out, an analysis of the production and economic activity of the enterprise was carried out, an assessment of competitive advantages in the implementation of foreign economic activities of PJSC "Vinnytskyi OZHK" was carried out.

A program of implementation of actions regarding the development of the system for ensuring competitive advantages in the implementation of foreign economic activity at PrJSC "Vinnytsia OJK" is proposed; the justification of the proposed measure was carried out, as well as a management solution was proposed to increase competitive advantages in the implementation of foreign economic activity at PrJSC "Vinnytsia OJK".

The performed calculations show that the proposed project is profitable and its implementation at the enterprise is possible in the future.

The qualification work consists of 102 pages (not including appendices), contains 38 tables, 21 figures.

Key words: foreign economic activity, competitive advantages, environmental management, assessment, management decision.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	10
1.1. Сутність поняття конкурентних переваг.....	10
1.2. Особливості формування конкурентних переваг.....	17
1.3. Інструменти забезпечення конкурентних переваг при здійсненні ЗЕД....	25
Висновок до Розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ОЖК».....	37
2.1. Аналіз ринку діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	37
2.2. Аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	46
2.3. Особливості конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	66
Висновок до Розділу 2.....	75
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬ- ОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ОЖК».....	77
3.1. Програма діяльності підприємства щодо розвитку системи забезпечення конкурентних переваг при здійсненні ЗЕД.....	77
3.2. Обґрунтування доцільності впровадження заходу на ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	87
3.3. Управлінсько-організаційне рішення щодо забезпечення реалізації запропонованого заходу на ПрАТ «Вінницький ОЖК».....	90
Висновок до Розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	103

ВСТУП

Актуальність теми дослідження сучасні підприємства мають справу з динамічними та невизначеними умовами ринку. Задля успішного функціонування, вони повинні бути стратегічно обізнаними та розуміти, яким чином змінюється їх конкурентне середовище. Підприємства змушені активно шукати можливості для створення та використання своїх стратегічних здібностей та конкурентних переваг. Мати змогу для швидкої адаптації та вдосконалення в кожній сфері бізнесу, спираючись на обізнаність і розуміння поточних стратегій. Саме тому проблеми формування конкурентних переваг є актуальними для підприємств, які функціонують в сучасній ринковій економіці.

Результатом конкуренції на ринку є конкурентна позиція і конкурентні переваги, досягнуті конкретним підприємством. Конкурентна перевага займає важливе місце серед ключових концепцій, що розглядаються в аналізі функціонування та розвитку підприємства.

Проблеми формування та досягнення конкурентних переваг підприємства була і залишається предметом дослідження багатьох провідних науковців, таких як М. Портер, Г.Л. Азоев, Р.А. Фатхутдінов, О. М.Ткачук, Ю. П. Харкава, В. Бондаренко, І. В. Шаповалова, А. Е. Воронкова, І. Ансофф, Л.Є. Довгань, та інших. Втім, у науковій літературі, немає однозначного підходу до визначення даного поняття. Це можна пояснити як складністю обговорюваної проблеми, так і великою різноманітністю в його ідентифікації та оцінці.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та методичних аспектів формування конкурентних переваг ПрАТ, яка виникла в формування конкурентних переваг ПрАТ «Вінницький ОЖК» при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та розробка заходів щодо її покращення.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи було сформульовано і вирішено *наступні завдання*:

- розглянуто сутність конкурентних переваг;
- розглянуто особливості формування конкурентних переваг на зовнішніх ринках;

- визначено інструменти забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- досліджено ринок діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»;
- надано загальну характеристику діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»;
- проведено аналіз забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»;
- обґрунтовано доцільність впровадження заходу по підвищенню конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Вінницький ОЖК».
- окреслено процес прийняття управлінського рішення щодо розвитку системи забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПрАТ «Вінницький ОЖК»;

Об'єктом дослідження виступає процес формування конкурентних переваг підприємства при здійсненні ЗЕД.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів формування конкурентних переваг при здійсненні ЗЕД.

Сферою застосування результатів дослідження є організація зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувались такі загальнонаукові методи дослідження: метод аналізу та синтезу, описовий метод, аналогій, економіко-статистичні (групування, графічний), а також табличний метод.

Інформаційною базою написання кваліфікаційної роботи є: законодавчі акти; наукова література; матеріали конференцій; статистичні довідники; фінансова, статистична та оперативна звітність суб'єктів господарювання; інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків. Обсяг основного тексту викладено на 81 сторінках, а також 36 таблиць та 17 рисунків. Список використаних джерел налічує 54 найменувань та 4 додатки .

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність поняття конкурентних переваг

Одним із базових понять теорії конкуренції, що визначає конкурентоспроможність підприємства та є основою її забезпечення, виступають конкурентні переваги.

Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі своїми засобами. Залежно від результативності цих дій підприємство може здобути собі конкурентну перевагу, яка виступає основою забезпечення КСП підприємства, а також складовою частиною стратегічного потенціалу. Саме конкурентна перевага є заставою міцної конкурентної позиції підприємства й визначає характер його конкурентної стратегії.

У загальному розумінні конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для підприємства певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Ці характеристики можуть бути будь-якими й відноситися як до самого товару, так і до додаткових послуг, форм виробництва й збуту.

Отже, конкурентна перевага є відносним поняттям, що визначається порівняно з конкурентом, який займає певну позицію на ринку або в сегменті ринку.

Традиційний підхід до визначення цього терміну базується на теоріях абсолютних і порівняльних переваг, що було розроблено ще наприкінці XVIII – початку XIX ст. А. Смітом та Д. Рікардо: в обміні перевагу одержують ті країни, які виробляють продукцію з меншими витратами.

Протягом усього періоду вивчення конкуренції поняття «конкурентної переваги» по-різному трактувалося вченими-економістами.

Порівняльний аналіз застосовуваних визначень конкурентної переваги наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні визначення поняття «конкурентні переваги»

Автор	Визначення	Особливості трактування
<i>Компаративний підхід</i>		
Н. Куденко	Показник, що забезпечує підприємству перевагу над конкурентами на цільовому ринку	Некоректним є застосування терміну «показник» до такого різноаспектного явища, яким є конкурентна перевага
А. Шевченко	Характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами	Підхід до терміну «конкурентна перевага» з позиції товару доповнено й розширено
<i>Ресурсний підхід</i>		
М. Портер	Сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів	Наведене визначення характеризує конкурентну перевагу як позитивну відмінність у продуктивності використання ресурсів
О. Тищенко, О. Головка	Сукупність (система) унікальних факторів, властивих підприємству, що відрізняють його від конкурентів і сприяють веденню вдалої конкурентної боротьби на ринку	Дане визначення базується на системному підході. Робиться акцент на специфічних факторах
<i>Ціннісно-компетентнісний підхід</i>		
В. Оберемчук	Переваги, що забезпечують доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню міцних позицій на ринку; основа успішного існування та розвитку фірми	Визначено тільки результат існування конкурентних переваг, до того ж розмір доходу, отриманого внаслідок існування конкурентної переваги, може варіювати в широких межах
А. Шегда	Конкурентна перевага – висока компетентність підприємства в будь-якій сфері, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів	Висока компетентність у широкому плані поєднується з результатами створення цінностей для покупців

Джерело [1-8]

Конкурентні переваги не є однорідними. Вони можуть істотно розрізнятися за своєю природою, ступенем стабільності й характером прояву, а також за багатьма іншими характеристиками. Цілком природно, що вид конкурентної переваги визначає ринкові можливості підприємства й найбільш доцільні шляхи їх реалізації.

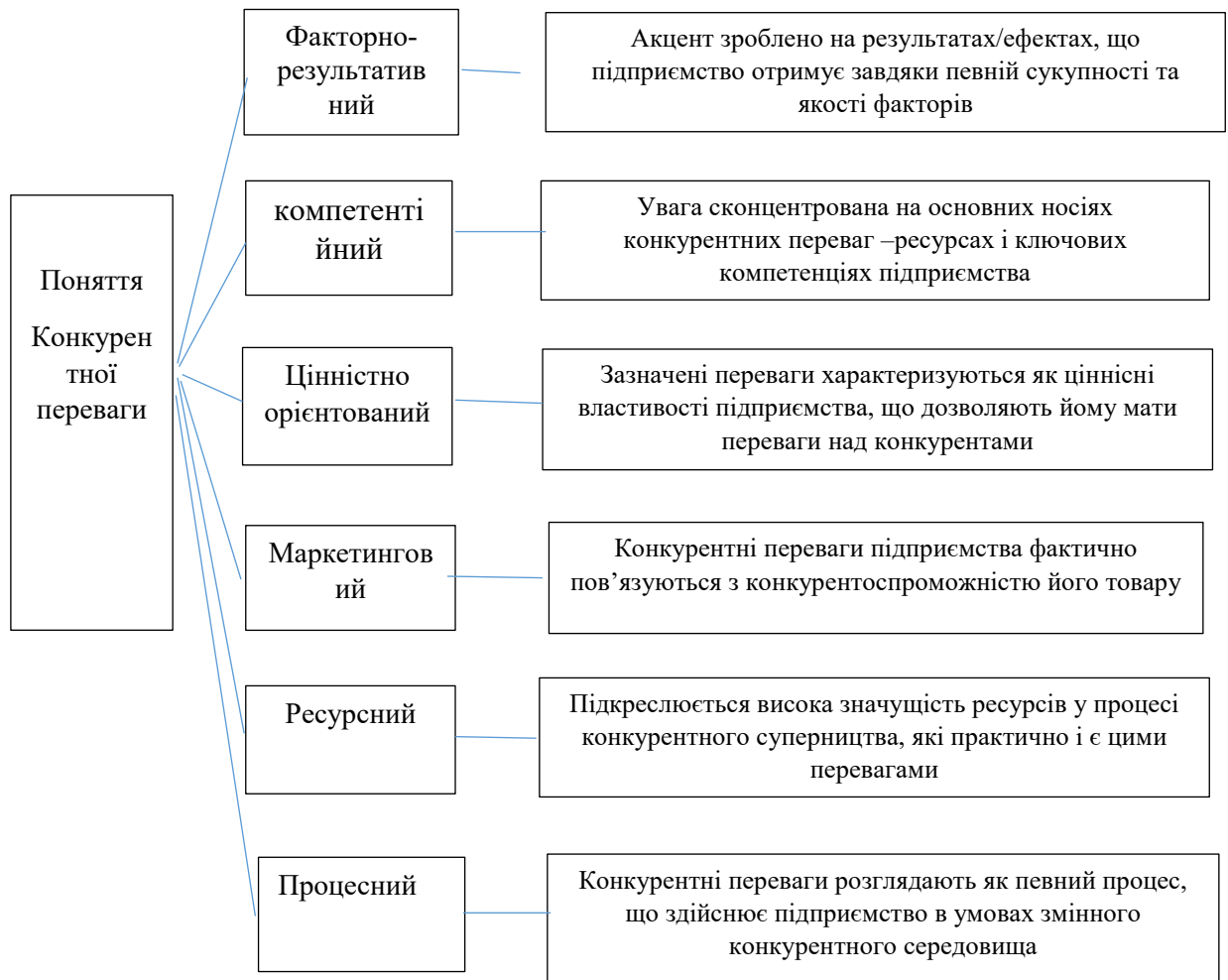


Рис. 1.1. Підходи до розкриття сутності конкурентної переваги

Джерело [1]

1. За джерелом походження конкурентні переваги підрозділяються на зовнішні й внутрішні.

Зовнішніми слід вважати такі конкурентні переваги, які виникли в результаті впливу факторів навколишнього середовища: галузеві, макроекономічні, фактори світової економіки, зміни позицій конкурентів, дії уряду й ін. На зовнішні конкурентні переваги також впливає поява нового сегмента споживачів.

Внутрішні конкурентні переваги створюються у внутрішньому середовищі підприємства (технологія, організація виробництва, логістика, управління персоналом, якість продукції й ін.), і підприємство має всі можливості для активного управління процесами їх створення і розвитку.

2. За ступенем відтворюваності (стійкості) слід виділяти конкурентні переваги високого й низького порядку [10], які розрізняються за витратами на їх відтворення конкурентами й часом, необхідним для їх копіювання.

У першій групі об'єднано конкурентні переваги високого порядку, отримані як результат цілеспрямованої діяльності підприємства, як правило, поєднані зі значними витратами й важко відтворювані (спеціалізовані програми відтворення робочої сили високої кваліфікації, результати спеціальних НДДКР, наявність розвинутої збутової мережі й мережі технічного обслуговування і т. д.).

Переваги низького порядку базуються на низькій вартості або доступності факторів виробництва (дешева або надлишкова робоча сила, забезпеченість широким спектром сировинних ресурсів і т. п.). Конкурентні переваги цього класу, як правило, не є наслідком цілеспрямованої діяльності підприємства. За певних умов їх досить легко може бути відтворено конкурентами й вони не гарантують стабільного становища на ринку.

3. Метод і спосіб одержання переваг [1]. У спадщину можуть переходити природні ресурси країни, популярність торговельної марки й т. п.; за допомогою навчання можна одержати такі конкурентні переваги, як кваліфіковані фахівці з окремих напрямків і галузей науки й практики, винахідники; прикладами інновацій можуть виступати: створення товарів на основі патентів, впровадження патентованої нової технології, розробка «ноу-хау» у сфері менеджменту, освоєння нового ринку, використання нової технології в області реклами товару.

4. Класифікаційна ознака «фактори й суб'єкти» описує ініціатора, що визначає виникнення конкурентних переваг. Цими факторами й суб'єктами є: кон'юнктура ринку, що може без участі підприємства висунути його на передові рубежі в конкурентній боротьбі; державна політика у сфері регулювання конкуренції, і, зокрема, такі її напрямки, як зовнішньоторговельна, податкова, грошово-кредитна політика, політика у

сфері інвестицій, контроль над заробітною платою й цінами, захист прав власності; діяльність конкурентів [1]

5. Конкурентні переваги можуть мати різний рівень ієрархії та відноситися до товару, підприємства, галузі, економіки в цілому [там само]. Конкурентна перевага на кожному рівні ієрархії як наслідок має підвищення конкурентоспроможності наступного рівня. Так, стійкі конкурентні переваги товару зумовлюють КСП підприємства, конкурентні переваги підприємства підвищують КСП галузі, а остання, у свою чергу, підвищує рівень КСП економіки в цілому.

6. За змістом фактору переваги виділяють конкурентні переваги якості товару, ціни товару, витрат у споживача, якості сервісу товару [там само]. Так, гарний і сучасний дизайн товару, комфортність, екологічність товару (послуги) підвищують його якість; низькі витрати виробництва за рахунок використання ефекту досвіду та масштабу, високий рівень уніфікації, безвідходні технології й т. п. знижують ціну товару; висока ремонтпридатність товару, менші порівняно з конкурентами питомі витрати ресурсів на експлуатацію знижують витрати споживача товару; надійний імідж виробника, обґрунтовані гарантії в супровідній документації, наявність пунктів гарантійного обслуговування товару й т. д. підвищує якість сервісу товару.[9]

7. За методом конкуренції розрізняють цінові й нецінові конкурентні переваги [там само]. З цих позицій слід розрізняти конкурентні переваги, які ґрунтуються на ціні (можливість встановлювати більш низькі ціни або навпаки високі порівняно з конкурентами), і конкурентні переваги, що базуються на нецінових факторах (якість продукції, інформованість і т. ін.).

Встановлення більш низької ціни можливо, коли підприємство використовує управлінські конкурентні переваги, наприклад, удосконалення мотивації праці, що приводить до збільшення показників продуктивності праці, зменшення браку, що дає можливість знизити собівартість продукції, яка виробляється, та відповідно знижувати ціни на неї.

Конкурентні переваги нецінового характеру може бути реалізовано на підприємстві за рахунок підвищення якості продукції, надання їй особливих властивостей, що відрізняють продукцію підприємства від товарів конкурентів. Можливо порівняти конкурентні переваги за цим критерієм з конкурентними перевагами, які ґрунтуються на диференціації. [9].

8. За сферою прояву виділяють конкурентні переваги, що відображаються у НДДКР, виробництві, реалізації, сервісі й експлуатації. Даний критерій більш повно розкриває сферу прояву переваги у сфері якості продукції, починаючи зі стадії проектування й розробки товару (послуги), закінчуючи післяпродажним обслуговуванням.

9. Залежно від виду одержуваного ефекту від реалізації переваги слід виділити наступні види конкурентної переваги: науково-технічний ефект від одержання патенту, освоєння нових інформаційних технологій, освоєння ресурсозберігаючих технологій; екологічний ефект від зменшення викидів в атмосферу, ґрунт, воду шкідливих компонентів, зменшення відходів виробництва, підвищення ергономічності виробництва, поліпшення екологічності товарів, що випускаються; соціальний ефект від підвищення безпеки праці, поліпшення умов праці й відпочинку, подовження тривалості життя працівників, підвищення рівня освіти працівників, приросту доданої вартості (прибутку) на одного працівника порівняно з конкурентами; економічний ефект: приріст обсягу продажу, приріст питомого прибутку, скорочення строку окупності інвестицій та ін.

10. Залежно від тривалості дії конкурентні переваги може бути поділено на короткострокові, що забезпечують підприємству перевагу лише на короткий період, зіставлений з окремими стадіями життєвого циклу продукції (сезонні, на один виробничий цикл); довгострокові, які можуть діяти протягом усього життєвого циклу. Пріоритет віддається довгостроковим конкурентним перевагам

11. За факторним критерієм класифікації [1] слід розрізняти вісім видів конкурентних переваг: економічні; техніко-технологічні; організаційні;

управлінські; маркетингові; соціально-психологічні; природно-кліматичні; географічні; екологічні.

12. За характером виникнення слід розрізняти первинні й похідні конкурентні переваги. Останні є наслідком існування первинних, причому будь-яка зміна первинних переваг автоматично приводить до зміни похідних. Прикладом може бути нова технологія, що є первинною конкурентною перевагою.

13. В основу класифікації конкурентних переваг може бути покладено також модель п'яти сил конкуренції М. Портера [10]. Такий підхід базується на тому, що конкурентну перевагу може бути розглянуто як відносну перевагу суб'єкта господарювання (порівняно з конкурентами) у протидії силам конкуренції: новим конкурентам, товарам-субститутам, постачальникам, споживачам і продавцям (виробникам) конкурентних товарів.

14. З погляду ступеня значущості для підприємства слід розрізняти базові й другорядні переваги. Ці групи конкурентних переваг розрізняються, насамперед, за ефективністю інвестицій у їх створення й підтримку, що визначає доцільність останніх.

15. За можливістю управління (впливу на створення, розвиток і підтримку) конкурентні переваги може бути підрозділено на регульовані й нерегульовані.

16. Відповідність конкурентних переваг цілям підприємства визначає доцільність виділення переваг, що дозволяють реалізувати стратегічні і тактичні цілі.

17. Зв'язок конкурентної переваги з відповідною стратегією й базується на обґрунтованій М. Портером [10] матриці конкурентних стратегій.

Конкурентні переваги			
Сфера конкуренції	<i>Низькі витрати</i>		<i>Диференціація</i>
	<i>Широка мета</i>	Лідерство у витратах	диференціація
	Фокусування		
	<i>Низька мета</i>	На витратах	На диференціації

Рис. 1.2. Матриця конкурентних стратегій М.Портера [10]

Аналіз сутності конкурентних переваг показав певні розбіжності у трактуванні даної категорії. Причиною цього можна вважати, визначення різного джерела конкурентної переваги. Виявлено, що існує кілька підходів даної дефініції, а саме: факторно результативний, компететійний, ціннісно-орієнтований, маркетинговий, ресурсний та процесний. Однак, наведені підходи не виключають а лише доповнюють один одного, відповідно до вимог діючого середовища. Загалом, визначено конкурентну перевагу як сукупність певних характеристик діяльності господарської одиниці, гнучкість та адаптивність до мінливості зовнішнього середовища, що забезпечують конкретному підприємству перевагу над конкурентами.

1.2. Особливості формування конкурентних переваг на зовнішніх ринках

Конкурентна перевага підприємства, її ефективність і стійкість визначаються сукупним різноспрямованим впливом множини факторів. Крім того, ті ж самі фактори в різних умовах можуть як підсилювати, так і послаблювати конкретну конкурентну перевагу. Наприклад, сучасна технологія сприяє створенню переваг у сфері дизайну, якості, але може збільшити собівартість виробу через зростання амортизаційних відрахувань у зв'язку з високими витратами на її придбання. Тому при вивченні конкурентних переваг особливе значення має системний підхід, використання

якого забезпечує врахування та виділення найбільш важливих факторів, що впливають на порівнювані об'єкти [8].

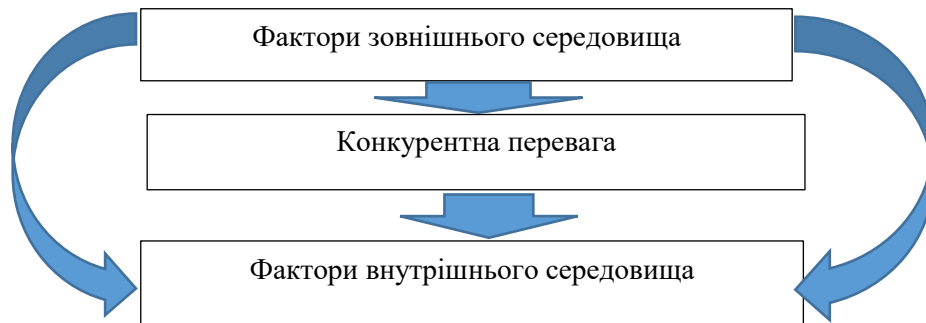


Рис.1.3. Система факторів конкурентних переваг підприємства [8]

Фактори зовнішнього середовища – це фактори макrorівня, які характеризують міжнародні та загальнонаціональні умови створення та реалізації конкурентних переваг підприємств; мезорівня (фактори, що визначають специфічні умови господарювання в галузі й регіоні); мікрорівня (або ближнього середовища), які визначають безпосередню взаємодію підприємств із суб'єктами зовнішнього середовища.

Серед факторів макrorівня особливе значення має конкурентоспроможність національної економіки, фактори, пов'язані з державним регулюванням економіки, технологічні фактори макrorівня, що пов'язані із інноваціями.

Фактори конкурентної переваги мезорівня пов'язані зі специфікою галузевих та регіональних особливостей формування конкурентних переваг підприємств.

Конкурентні переваги підприємства значною мірою залежать від специфіки регіону, у якому підприємством здійснюється господарська діяльність.

Ресурсна складова факторів мезорівня включає в себе наявність доступних і дешевих природних ресурсів всіх видів, їх якість. Також позитивно впливає підтримка підприємницької активності на регіональному рівні, галузеве стимулювання, державне стимулювання розвитку територій

До факторів близького середовища (мікросередовища) належать: вплив постачальників, конкурентів, споживачів, взаємодія з органами виконавчої влади, а також контактні аудиторії.[8]

Одним з найбільш вагомих факторів мікрорівня є вплив конкурентів, який проявляється в їх конкурентоспроможності, особливостях конкурентної політики (як у стратегічному, так і тактичному аспектах), ступені розвиненості їх стратегічного потенціалу, який визначає їх можливості щодо копіювання конкурентних переваг. Найбільш дієвим напрямком протидії негативному впливу цих факторів є розробка та реалізація стратегії створення, розвитку та підтримки стійких конкурентних переваг.

На мікрорівні підприємство взаємодіє з органами виконавчої влади та контактними аудиторіями, зміна поведінки яких може негативно впливати як на конкурентні переваги, так і на конкурентну позицію підприємства.

Внутрішньовиробничі фактори конкурентних переваг.

Фактори внутрішнього середовища, що визначають конкурентні переваги підприємства, можна об'єднати в п'ять груп (рис.1.4).

Основними з ресурсних факторів є: організація роботи з постачальниками; ефективність використання ресурсів (в тому числі позичкових і залучених фінансових ресурсів); кваліфікація персоналу; якісні характеристики матеріальних ресурсів, наявність внутрішніх джерел фінансування створення та розвитку конкурентних переваг; можливість застосування ресурсозберігаючих технологій.

При розгляді внутрішніх факторів, що забезпечують конкурентні переваги фірми, важливим є аналіз якості й вікового стану засобів праці та якості використовуваних технологій, тобто *техніко-технологічні фактори*.

Виробнича й організаційна структури підприємства мають сприяти швидкому і якісному функціонуванню виробничого процесу, передачі й переробці інформації й т. п., що вимагає й відповідної кваліфікації персоналу підприємств.



Рис.1.4. Схема внутрішньовиробничих факторів конкурентних переваг підприємства [3]

Необхідно відзначити вплив таких факторів, як нормування праці, підвищення її продуктивності, організація контролю, рівень корпоративної та організаційної культури, вид організаційної структури управління.

До факторів групи «управлінські» слід віднести: ефективність системи менеджменту підприємства, якість системи менеджменту якості продукції,

якість інформаційної та нормативно-методичної бази управління, ефективність – маркетингової діяльності, управління персоналом, фінансового менеджменту, управління навколишнім середовищем. Одним з елементів системи менеджменту підприємства виступає система менеджменту якості [3]

Ринкові фактори внутрішнього середовища включають в себе, перш за все, фактори, пов'язані з маркетинговою діяльністю підприємства, які є визначальними для конкурентних переваг економічного характеру. До таких факторів належать: якість продукції та послуг, якість мережі збуту продукції, рівень сервісного та післяпродажного обслуговування споживачів і технічної допомоги, оформлення й упакування продукції, гарантії споживачам, наявність засобів з дослідження конкурентів, пошуку нових ринків збуту, реклама, стейкхолдери й ін.

Екологічними факторами конкурентних переваг можуть бути технології, маловідходні та безвідходні технології, якісна система менеджменту навколишнього середовища, очисні споруди, організація переробного виробництва, використання маловідходної якісної сировини й матеріалів.

Факторами соціально-психологічних конкурентних переваг є умови роботи, відносини в трудовому колективі, відпусток, соціальні пільги, стиль керівництва на підприємстві, рівень корпоративної культури й т. д.

Посилення конкуренції супроводжується появою великої кількості конкуруючих підприємств, зростанням вимог ринку, що змушує підприємство увесь час розвивати свій стратегічний потенціал, шукати можливі варіанти його ефективного використання, створення нових конкурентних переваг.

Формування нових конкурентних переваг є найважливішим моментом у досягненні підприємством сталої конкурентної позиції на ринку. Механізм формування нових конкурентних переваг базується на ефективній взаємодії умов функціонування підприємства та факторів, що формують його ресурсний потенціал (інтелектуальний капітал підприємства, досвід і знання, унікальні навички, конкурентні можливості, ринкові досягнення й т. д.).

Порядок формування нових конкурентних переваг подано на *рис.1.5*

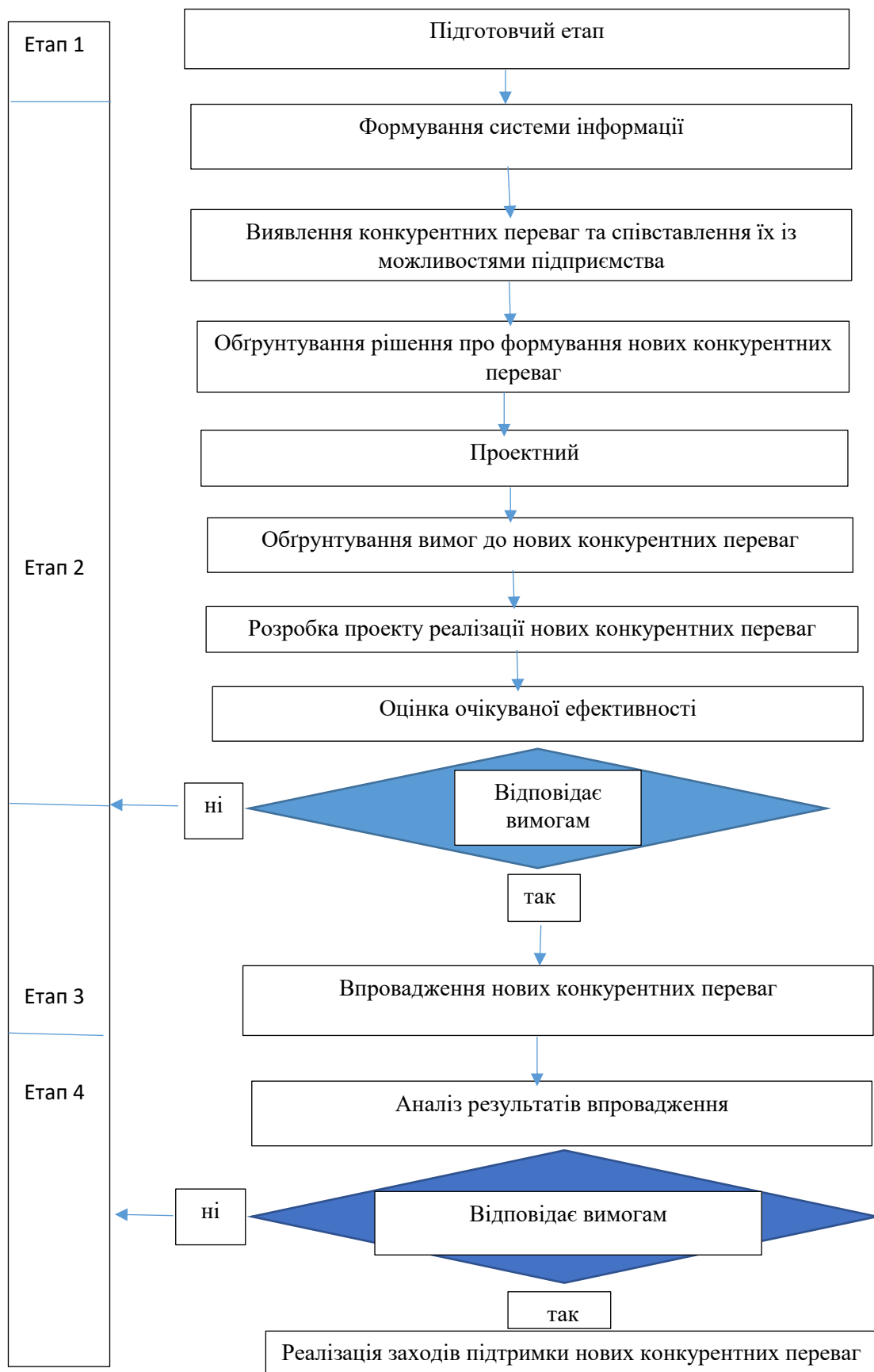


Рис. 1.5. Порядок формування нових конкурентних переваг [11]

На підготовчому етапі необхідно забезпечити надходження достовірної інформації в процесі моніторингу.

Інформація складається з інформації з життєвого циклу; інформація про вподобання споживачів та інформації про наявні переваги конкурентів.

Далі потрібно зіставити нові переваги із існуючими можливостями підприємства (ресурсні обмеження, наявність відповідного персоналу, наявність потрібної технології, фінансові ресурси, законодавчі рішення).

Далі необхідно проаналізувати можливість створення нових конкурентних переваг та утримати життєвий цикл цих переваг.

Третім кроком в рамках підготовчого циклу є обґрунтування рішення щодо впровадження нових конкурентних переваг (рис.1.6).



Рис. 1.6. Послідовність обґрунтування вибору нових конкурентних переваг [11]

Далі відбувається проектний етап впровадження конкурентних переваг. Обраховуються показники ефективності і стійкості, розробляється проект впровадження конкурентної переваги (табл. 1.2). Кожна нова конкурентна перевага проходить перевірку на відповідність. Здійснити її можна дотримуючись певної послідовності.

Таблиця 1.2

Перевірка можливостей реалізації конкурентної переваги

Конкурентна перевага	Відповідність вимогам конкурентної переваги				
	Можливості підприємства	Відповідність стратегії	Ефективність	Стійкість за часом	Стійкість за витратами
1	так	так	Висока	висока	Низька
2	ні	так	Середня	ниизька	Середня
3	так	ні	Низька	Середня	Низька
4	так	так	Середня	Середня	Висока
5	ні	ні	Середня	Середня	Низька

Джерело [12]

При відповідності вимогам проект нової конкурентної переваги приймається до впровадження. Після впровадження нової конкурентної переваги проводиться останній, четвертий етап – визначення результатів від її реалізації.

У випадку відповідності встановленим критеріям підприємство вживає заходів з підтримки нової конкурентної переваги.

На сучасному етапі розвитку підприємств особливий інтерес становлять *матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства*, які ґрунтуються на ідеї розгляду процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною основою цих методів є концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ) і технології, а також підприємства (ЖЦП), крива досвіду і база даних PIMS (Profit Impact Market Strategy) – «вплив ринкової стратегії на прибуток». Відповідно до цієї концепції будь-який товар або технологія з моменту появи на ринку й до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу (впровадження, зростання, насичення, спад), на кожному з яких виробник може реалізувати товар або

продукт певної технології в тих або інших обсягах, що об'єктивно відображається в займаній частці ринку і динаміці продажу.[12]

Основним прийомом портфельного аналізу є побудова двовимірних матриць, за допомогою яких стратегічні одиниці бізнесу (СОБ) або стратегічні господарські центри (СГЦ) можуть порівнюватися один з одним за такими критеріями, як темпи зростання продажу, відносна конкурентна позиція, стадія життєвого циклу, частка ринку, привабливість галузі та ін.

1.3. Інструменти забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності

Конкурентна перевага - це компетентність чи цінність сформована підприємством, яка забезпечує підвищення ефективності, прибутковості, гнучкості за рахунок пошуку нових можливостей та швидкої адаптації до викликів та загроз конкурентного середовища.

Для того щоб механізми покращення конкурентних переваг змогли себе проявити максимально ефективно, підприємству потрібно зосередити свою увагу на тих підходах, які дозволять реалізувати стратегію розвитку підприємства максимально ефективно, з найменшими витратами, серед яких доцільно виділити:

- підхід, акцентований на споживачах;
- підхід, акцентований на конкурентах;
- ресурсний підхід;
- динамічний підхід до розвитку здібностей компанії;
- підхід, оснований на сполученні конкурентних стратегій [13]

Щодо підходу, акцентованого на споживачах, він передбачає концентрацію фірми насамперед на потребах споживачів, вимагає використання тих методів, які повною мірою задовольняють особистісні потреби кожного споживача.

Щодо впровадження підходу, акцентованого на конкурентах, який є абсолютно відмінним від попереднього, підприємство може забезпечити його впровадження, використовуючи два способи: забезпечуючи лідерство за витратами; скориставшись погіршенням стану конкурентного середовища.

Ресурсний підхід залишається найважливішим у процесі оцінки можливостей формування довгострокових переваг.

Динамічний підхід акцентує увагу на розвитку внутрішніх можливостей фірми, яка являє комплекс матеріальних та нематеріальних активів, що перетворюються в єдину систему завдяки інтерпретаціям.

Підхід, оснований на сполученні конкурентних стратегій передбачає комплексний облік внутрішніх здібностей підприємства і факторів зовнішнього середовища завдяки застосуванню погоджених між собою організаційно-економічних прийомів [13]

Розглядаючи механізми забезпечення конкурентних переваг національних підприємств, ми можемо констатувати, що характер їх набуття на зовнішніх ринках та при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності сильно пов'язаний із галузевою або товарною приналежністю підприємства-експортера.

Окрім скорочення інвестицій українські підприємства стикаються і із проблемами скорочення виробництва, зупинка заводів (оскільки виникне дефіцит сировини), зростанням цін на внутрішньому ринку та невиконанням контрактів, що відповідно викликає часткову втрату зовнішніх ринків та зменшення надходжень валютної виручки до України. Тому, на наш погляд, привабливим є використання інструменту екологізації виробництва та екологізації властивостей товару.

Цей інструмент слугуватиме поштовхом для забезпечення екологічної безпеки і досягнення сталого розвитку, інтегруватиме процеси у економічній, екологічній та соціальній сферах і це сприятиме ефективному досягненню екологічних цілей та завдань в еколого-економічній системі. Друга категорія переваг екологізації економіки та виробництва – продуктивність та

конкурентоспроможність. Говорячи про харчову промисловість, дана категорія є чи не найважливішою, оскільки зростання продуктивності насамперед забезпечить збільшення врожаїв та потужності переробки. А це у свою чергу забезпечить зріст попиту на саму різноманітну продукцію, а не лише на сировину [14].

Для підвищення конкурентоспроможності та продуктивності, українські підприємства мають звернутися до екологізаційних процесів: збільшення урожайності, максимальна переробка сировини всередині країни, безвідходне виробництво, енергозберігаючі технології, акцентування уваги на потребах ринку у перспективі не менш ніж 5 років. Все це дасть поштовх до отримання максимального економічного ефекту, а також матиме неабиякий вплив на конкурентоспроможність продукції на світовому ринку.

Екологічна політика може призвести до заощаджень та вигод для підприємств та промисловості - зниження ресурсних витрат, що є результатом підвищення ефективності використання ресурсів; зростання в умовах розширення екологічних галузей та підвищення міжнародної конкурентоспроможності, зниження ризиків для зростання стійкості бізнесу до екологічних потрясінь. Також, як вже було зазначено, екологічна політика не повинна мати негативних наслідків для інвестицій.

У 1991 році американський вчений Майкл Портер назвав потенційний конфлікт між економічним ростом та екологічною політикою «хибною дихотомією», вважаючи, що добре продумана екологічна політика може збільшити обсяги досліджень та розробок на ресурсозберігаючі продукти та процеси, що призведе до покращення конкурентоспроможності та рентабельності бізнесу. Ця теорія відома як «гіпотеза Портера». Ми погоджуємося із думкою науковця М. Портера, що забруднення як правило, пов'язане із витратою ресурсів, або з втратою енергетичного потенціалу [9]. Він стверджував, що забруднення являється проявом економічних втрат і включає в себе непотрібне або неповне використання ресурсів, а зниження забруднення часто співпадає із ростом продуктивності, з якою

використовуються ресурси. Іншими словами, можна скоротити викиди забруднюючих речовин і виробничих затрат одночасно, в результаті приходячи до безпрограшних ситуацій (рис.1.7).

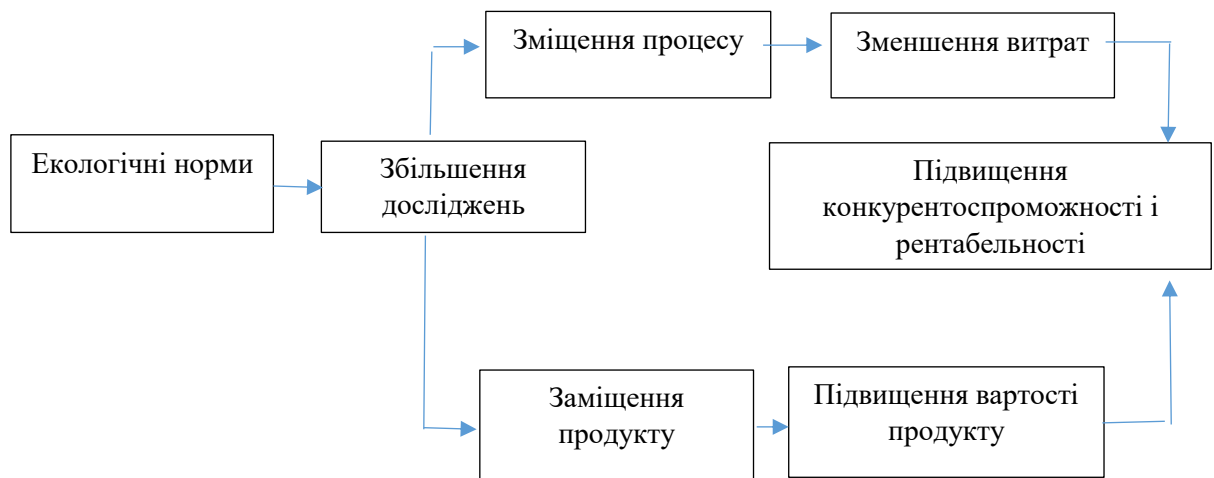


Рис.1.7. Модель підвищення конкурентоспроможності переробних підприємств [16]

Хоча екологічна політика може призвести до позитивних ефектів зростання, наприклад, стимулюючи збільшення обсягів досліджень та розробок в ресурсозберігаючі продукти та процеси, які покращують загальну конкурентоспроможність бізнесу та прибутковість, необхідно збалансувати його з деякими іншими наслідками екологічної політики.

Дійсно, коли екологічна політика призводить до зростання цін (наприклад, регулювання якості води, що веде до підвищення цін на водокористування для підприємств), можливо, принаймні в короткостроковій перспективі, будуть витратами на екологічну політику. Таким чином, потрібно шукати баланс між економічним зростанням в найближчій перспективі та екологічною політикою, яка захищає природні активи та економічне зростання в довгостроковій перспективі.

Основними передумовами екологізації промислового виробництва в Україні можна виділити наступні: зниження конкурентоспроможності української економіки, відсталість технологічної бази, значна енергоємність переробних підприємств, низький інноваційний рівень та дефіцит кваліфікованих кадрів.

Найбільш експортно-орієнтованими серед секторів залишається агро- та харчова продукція, що становить 53% від загального експорту товарів у 2022 році.

Міжнародними узагальнюючими показниками конкурентоспроможності національних економік є Індекс глобальної конкурентоспроможності від Всесвітнього економічного форуму та рейтинг глобальної конкурентоспроможності за версією Інституту розвитку менеджменту. Обидва ці дослідження за останнє десятиріччя демонструють невисокі позиції України в міжнародних рейтингах конкурентоспроможності серед інших держав світу [17].

Слабкі позиції рівня конкурентоспроможності за різними методиками виділяють однакові проблеми в соціально-економічному розвитку України:

- неефективне функціонування державних інститутів (значний рівень корупції, відсутність верховенства права та незахищеності права власності);

- низька результативність фінансового ринку (ненадійність банків та нерозвиненість фондових бірж);

- макроекономічна нестабільність (низький кредитний рейтинг країни та високі темпи інфляції);

- посилення проблем у сфері здоров'я (незначні доходи на душу населення та нерозвиненість інфраструктури охорони здоров'я скорочують тривалість здорового життя та в цілому погіршують якість життя).

Таким чином, Всесвітній економічний форум відніс Україну до країн із перехідним станом від факторно-орієнтованої економіки до економіки, спрямованої на ефективність. Країнам, що перебувають на цьому етапі розвитку, Всесвітній економічний форум для підсилення національної конкурентоспроможності пропонує забезпечити ефективне функціонування державних та приватних інститутів і стабілізацію макроекономічного середовища, а далі покращувати ефективність виробничих процесів та професійну підготовку кадрів. Тому напрямами державної політики у сфері підвищення конкурентоспроможності України повинні стати: зниження рівня

корупції, посилення ефективності діяльності фінансового ринку, забезпечення макроекономічної стабілізації, підсилення трудового потенціалу країни.[18]

Таблиця 1.3

Рівень конкурентоспроможності України

№	Показник	2019	2020	2021
1	Стан економіки	56	54	54
2	Ефективність уряду	54	58	53
3	Ефективність бізнесу	50	49	50
4	Ефективність інфраструктури	52	54	51
5	Індекс конкурентоспроможності	84	86	89

Джерело [18]

Головним засобом узагальненої оцінки конкурентоспроможності держав є Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), який щорічно розраховується Всесвітнім економічним форумом для того, щоб оцінити конкурентоспроможність 140 економік для забезпечення розуміння чинників їхньої продуктивності та розвитку. Цей індекс аналізує конкурентоспроможність у 12 сферах (інститути, інфраструктура, макроекономіка, здоров'я та початкова освіта, вища освіта та навчання, ефективність ринку товарів, ефективність ринку праці, розвиток фінансового ринку, технологічна готовність, розмір ринку, бізнес-динаміка й інновації), які включають 114 показників, а потім узагальнюються в єдиний індекс, що відображає загальну конкурентоспроможність економіки країни [19,20].

Ми звернули увагу на деякі показники та їх динаміку у формуванні індексу конкурентоспроможності країни, оскільки вони найбільше впливають на формування зовнішньої конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 1.4

Динаміка складових індексу конкурентоспроможності України

Показник	2019	2020	2021
Макроекономічна стабільність	128	121	133
Товарний ринок	108	101	57
Технологічна готовність	85	81	78
Бізнес-динаміка	98	85	90
Інновації	52	61	60

Джерело [19]

Сфера макроекономічної стабілізації провалювалась через значні темпи інфляції та негативну динаміку боргу країни.

Всесвітній економічний форум відніс Україну до країн із перехідним станом від факторно-орієнтованої економіки до економіки, спрямованої на ефективність. Відповідно до теорії стадій розвитку за Індексом Глобальної конкурентоспроможності, виділяється 3 стадії:

- ♣ факторно-орієнтована економіка;
- ♣ економіка, орієнтована на ефективність;
- ♣ інноваційна економіка.

На першій стадії конкурентоспроможність держави забезпечується факторами виробництва, у більшості випадків природними ресурсами та дешевою робочою силою.

На другій стадії високий рівень конкурентоспроможності досягається за рахунок підвищення ефективності виробництва.

Найвища, третя стадія, вимагає впровадження у виробництво складних процесів та інновацій.

Треба зазначити, що загальний негативний стан конкурентоспроможності країни хоча і впливає на індивідуальний рівень конкурентоспроможності підприємства, проте все ж таки дозволяє реалізувати крапково власний потенціал і сприяти підвищенню загальної конкурентоспроможності [20].

Проте у зв'язку із наведеною вище ситуацією, підприємству доступні деякі обмежені інструменти підвищення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Сильними сторонами конкурентоспроможності України за глобальним індексом конкурентоспроможності є:

1. значний потенціал до розвитку інноваційної діяльності (60 місце);
2. великий розмір ринку (47 місце в рейтингу);
3. розвинена інфраструктура у порівнянні із іншими країнами у рейтингу (57 місце);
4. розвиток навичок у професійному спрямуванні (44 місце).

5. значний рівень вищої освіти та професійної підготовки (59 місце).

Це фактори є важливими конкурентними перевагами України, оскільки наявність цих передумов може гарантувати успіх у сучасному світі та сформувати конкурентоспроможний ринок, що сприятиме інтеграційним процесам України. Слабкі сторони конкурентоспроможності негативно впливають на позицію світових рейтингів.

Підприємства функціонують успішно на внутрішньому та зовнішньому ринках, коли існує перспектива постійного розвитку, що включає різноманітні фактори. Конкурентоспроможність підприємства та економіки країни будується на конкурентних перевагах товарів та послуг, що користуються попитом на міжнародному ринку.

Це означає, що підприємство може вдатись до формування індивідуальних конкурентних переваг використовуючи інноваційні властивості товару, природні особливості країни та потужний потенціал освіти трудових ресурсів.

Важливим чинником ефективного розвитку підприємств в умовах ринкової економіки є удосконалення і використання дієвих організаційно-економічних важелів управління конкурентоспроможністю, що виступає запорукою виживання та сталого ефективного функціонування, досягнення підприємством довготривалого ринкового успіху [19,20].

Підприємство повинно володіти унікальними конкурентними перевагами. Завдяки перевагам у наявних ресурсах чи перевагам, що забезпечують операційну ефективність, можна досягти лише тимчасового результату, в сучасних умовах цього не достатньо. Тому важливим напрямком формування та розвитку конкурентних переваг є розробка ефективного механізму їх оцінювання, який базуватиметься на унікальному позиціонуванні компанії, орієнтації на унікальні види діяльності. Саме це дасть змогу забезпечити довгострокові конкурентні переваги, ефективно використовувати та розвивати на довгострокову перспективу потенціал підприємства [11].

До особливостей діяльності, що забезпечують стійку конкурентну перевагу слід віднести:

1. Ефект масштабу. Позитивний ефект масштабу полягає в тому, що в міру зростання обсягів виробництва та реалізації продукції ціла низка чинників починає діяти в напрямку зниження середніх витрат виробництва. До цих чинників передусім належать: спеціалізація праці та зростання продуктивності праці, спеціалізація управлінського персоналу та ефективність управлінського рішення, ефективне використання капіталу.

2. Диверсифікація. Диверсифікація дає змогу підприємствам «триматися на плаву» при складній економічній кон'юктурі за рахунок випуску широкого асортименту продукції і послуг: збитки від нерентабельних виробів (тимчасово, особливо по нових) перекриваються прибутком від інших видів продукції. Ширший асортимент продукції дозволяє компанії пропонувати набір продуктів різноманітніше, ніж у конкурентів.

3. Якість продукції (послуг) – допомагає компанії привертати і утримувати покупців. Більшість підприємств розглядають якість як високоефективний засіб обійти конкурентів за допомогою постійної пропозиції на ринок товарів та послуг, що за допомогою вищих якісних характеристик краще задовольняють потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів.

4. Унікальні особливості товару – привертають тих покупців, хто потребує продуктів, що володіють унікальними властивостями. Також до цього рівня управління асортиментом належить планування оновлення асортименту, обсягів експорту продукції, структури асортименту за типом поведінки товару з метою встановлення акцентів на продукти, які можуть бути сприйняті як товарний бренд.

5. Висока ефективність – дозволяє проводити продукцію з нижчими витратами в порівнянні з витратами конкурентів.

6. Досвід – забезпечує ефективне використання знань і технологічних удосконалень, а також зниження витрат завдяки ефекту так званої кривої досвіду. Існує прямий зв'язок між прибутковістю і ринковою часткою [20].

Дослідження природи походження конкурентних переваг підприємства дозволило встановити, що формування конкурентних переваг підприємства відбувається на трьох основних рівнях:

- 1) на продуктовому рівні (конкурентоспроможність окремих видів продукції, що виробляється, і товарного асортименту підприємства в цілому);
- 2) на рівні виробничо-технологічної основи підприємства (порівняна ефективність та інтенсивність використання виробничих ресурсів, виробничий потенціал підприємства у цілому);
- 3) на ринковому рівні (сталість ринкової позиції підприємства та привабливість ринкового оточення в цілому) [21,22].

Економічна сутність конкурентоспроможності виражається через систему показників, кожний з яких характеризує певну сторону цього багатогранного явища. Для харчового підприємства використовується наступна система взаємопов'язаних показників за такими групами:

- 1) група трудових відносин;
- 2) група відносин зі споживачами;
- 3) група внутрішніх бізнес-процесів;
- 4) група навчання і розвитку;
- 5) фінансовий аспект [23].

Чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього / внутрішнього середовища фірми, за яким вона переважає конкуруючі підприємства. Чинники конкурентної переваги можуть бути тактичними і стратегічними [там само].

1. Тактичний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього / внутрішнього середовища фірми, за яким вона переважає або буде переважати у найближчий період (до року) конкуруючі підприємства.

2. Стратегічний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього / внутрішнього середовища фірми, за яким вона може випередити конкурентів після виконання у перспективі конкретних умов, які визначають перевагу підприємства за даним компонентом порівняно з конкуруючими фірмами [24].

Таким чином, визначення конкурентних переваг, дає можливість більш раціонально використовувати ресурси та можливості підприємства, обирати максимально доцільні напрями розвитку економічного потенціалу у коротко- та довгостроковій перспективі.

Висновок до Розділу 1

Для того, щоб забезпечити додаткові переваги, необхідно забезпечити виконання наступних вимог: задовольняти потреби споживачів, які можуть постійно змінюватися; використовувати специфічні ресурси фірми, які відсутні або не можуть бути використані в умовах конкуруючих фірм; бути гнучкими; адаптуватися до ринкового середовища; забезпечувати стратегічний розвиток підприємства.

Визначення стратегічних конкурентних переваг є складним, багатогранним процесом, що включає в себе ретельний аналіз діяльності підприємства, виявлення його слабких і сильних сторін, визначення альтернативних варіантів, що може призвести до значного впливу на ринкову позицію підприємства та на його майбутній розвиток.

Формування конкурентних переваг є складним процесом, який потребує глибокого та багатогранного аналізу, що може потребувати багато часу, однак реагування сучасних підприємств на події що відбуваються в зовнішньому середовищі повинно бути гнучким та в результаті досягати поставлених цілей й вирішувати проблеми, що виникли.

Щоб отримати конкурентну перевагу на основі ресурсу чи здатності, необхідно дотримуватися двох умов, а саме унікальності та доцільності. Якщо ресурс чи здатність має широкий доступ всередині галузі, він може стати

причиною конкуренції, але не забезпечить міцної основи для отримання конкурентної переваги.

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, але й є джерелом розширення його можливостей зі зниження витрат, покращення якості продукції, гнучкості реагування на попит, раціонального використання ресурсів, впровадження інновацій, вироблення оптимальних шляхів виходу з фінансових та економічних проблем, адаптивності системи управління підприємством до змін внутрішнього та зовнішнього середовища, що є передумовами формування й розвитку дієвої системи управління конкурентними перевагами підприємства.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ОЖК»

2.1. Аналіз ринку діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

В 2021 році Україна збрала рекордний врожай соняшнику. Згідно офіційних даних він склав 16.4 млн т (за неофіційними даними компанії Кернел – 16.9 млн т), що більше ніж на 3 млн т перевищило показник попереднього року.

Враховуючи непоганий попит на соняшникову олію на глобальному ринку та високі світові ціни, вважалося, що в сезоні 2021-22 Україна оновить свої попередні рекорди з виробництва та експорту олії.

Але повномасштабне російське вторгнення призвело до блокування українських чорноморських портів та зупинки більшої частини підприємств з переробки соняшнику, тож фокус переробників та експортерів змістився на побудову нових логістичних шляхів для експорту продукції.

Вперше за багато років в 2022-му Україна стала великим експортером соняшнику – за умов загальної невизначеності фермери воліли якнайшвидше реалізувати запаси врожаю та не залежати від ситуації з експортними шляхами.

Відкриття «зернових коридорів» з частини українських чорноморських портів в серпні 2022 року значно покращило ситуацію з експортом, тож за підсумками 2022 календарного року загальний український експорт соняшnikової олії склав 4.3 млн т на \$5.5 млрд (в 2021 році – 5.1 млн т на \$6.4 млрд). Україна залишається провідним світовим виробником та експортером олії.

Соняшникова олія є четвертою за обсягами виробництва серед рослинних олій в світі з часткою, що приблизно складає 10%.

В сезоні 2021/22 загальне світове виробництво соняшnikової олії за даними USDA склало 19.8 млн т у порівнянні з 19 млн т в попередньому сезоні.



Рис. 2.1 Виробництво соняшникової олії у світі

Джерело: [54]

Основними країнами-виробниками були росія (5.8 млн т, +0.7 млн т у порівнянні з попереднім сезоном), Україна (4.6 млн т, -1.3 млн т) та ЄС (4.4 млн т, +1 млн т).

Незважаючи на зменшення виробництва та експорту, в сезоні 2021/22 Україна залишилась найбільшим світовим експортером соняшникової олії з показником 4.5 млн т (в маркетинговому році 2020/21 – 5.3 млн т), росія експортувала 3.1 млн т, інші експортери разом – 3.5 млн т.

Частка України в глобальному експорті соняшникової олії в сезоні 2021/22 склала більше 40%.

Основні країни-імпортери олії – ЄС, Індія та Китай.

Щодо світових цін на соняшкову олію, зазвичай вони змінюються у відповідності до загальних світових тенденцій на інші сировинні товари – сою, зернові та пальмову олію. Ціни значно зросли протягом 2020 року та першої половини 2021 року, після чого відбулась корекція, яка змінилась швидким зростанням з початку 2022 року, причиною чому стало повномасштабне російське вторгнення в Україну.



Рис. 2.2 Динаміка світових цін на різні види олій.

Джерело: [54]

соняшникова олія - помаранчевий колір, пальмова олія - зелений колір, кукурудза - синій колір.

Посівні площі соняшнику в Україні, його врожайність, а також загальний врожай соняшнику починаючи з 2010 року наведені в таблиці нижче:

Таблиця 2.1

Посівні площі соняшнику в Україні

Рік	Площа, тис. га	Врожайність, т/га	Врожай, тис. т
2010	4 572	1.48	6.772
2011	4 739	1.83	8 671
2012	5 194	1.61	8 387
2013	5 051	2.19	11 051
2014	5 257	1.93	10 134
2015	5 105	2.19	11 165
2016	6 073	2.24	13 627
2017	6 034	2.03	12 236
2018	6 117	2.32	14 165
2019	5 928	2.57	15 254
2020	6 457	2.03	13 110
2021	6 622	2.46	16 392
2022	4 817	2.17	10 473

Джерело: укладено автором за даними [54]

Протягом останніх п'ятнадцяти років соняшник є однією з найбільш прибуткових культур для українських фермерів. До того ж він є більш стійким у порівнянні з іншими культурами щодо нестачі вологи в ґрунті. Тож не дивно, що посівні площі під соняшником майже безперервно зростали, досягнувши позначки в 6.6 млн га в 2021 році.

Історично південні та східні області України є базовими для вирощування соняшнику. В цих регіонах частка соняшнику в сівозміні фермерів стабільно складає більше 30%.

В 2021 році частка ТОП-5 областей (Кіровоградська, Дніпропетровська, Харківська, Запорізька та Миколаївська) в загальній структурі посівних площ соняшнику в країні склала більше ніж 40%.

Ще декілька років тому було зрозуміло, що в «базових» регіонах частка соняшнику в сівозміні є вже зовеликою для того, щоб очікувати подальшого зростання посівних площ під цією культурою. Тому протягом останніх років загальне зростання посівних площ в країні відбувалося за рахунок регіонів, в яких історично соняшник майже не вирощували – північних та західних областей (для прикладу – на Сумщині та Чернігівщині частка соняшнику в сівозміні в 2021 році перевищила 20%).

Історичного максимуму врожайності соняшнику в Україні було досягнуто в 2019 році (2.57 т/га), в той час як найвищий в українській історії загальний врожай соняшнику було зібрано в 2021 році (16.4 млн тонн – згідно офіційних даних).

Повномасштабне російське вторгнення в 2022 році суттєво вплинуло на посівні площі та загальний врожай соняшнику в Україні. Загальні посівні площі були скорочені з 6.6 млн га в 2021 році до 4.8 млн га.

В розрізі областей статистика зміни посівних площ соняшнику в 2022 році у порівнянні з 2021 році виглядала наступним чином:

Таблиця 2.2

Посівні площі соняшнику в Україні в розрізі областей

Регіон	Площа 2021, тис. га	Площа 2022, тис. га	Зміна, тис. га
Дніпропетровська	608	556	-52
Кіровоградська	608	603	-5
Харківська	582	240	-342
Запорізька	535	71	-465
Миколаївська	518	364	-154
Луганська	442	0	-442
Одеська	416	399	-17
Полтавська	388	434	46
Донецька	358	99	-259
Херсонська	349	0	-349
Інші	1818	2059	199
Всього	6622	4825	-1840

Джерело: укладено автором за даними [54]

Як можна побачити, втрати посівних площ соняшнику фактично стосуються лише тих областей, які були повністю або частково окуповані росією в першій половині 2022 року (-2 млн га посівних площ в шести областях). Інші ж регіони України, навпаки, збільшили площі під соняшником.

Враховуючи поточний (станом на початок 2023 року) дефіцит азотних добрив в Україні, можна очікувати, що в новому сезоні частина фермерів скоротить посівні площі кукурудзи (яка є найбільш вимогливою культурою щодо внесення азотних добрив), в той час як посіви сої та соняшнику у порівнянні з 2022 роком повинні зрости.

Якщо ж казати про більш довгострокову перспективу, на нашу думку, 6-7 млн га – це той довгостроковий максимум посівних площ соняшнику в Україні з точки зору нормальної сівозміни, якого повинні притримуватись вітчизняні аграрії.

Активний розвиток переробки соняшнику в Україні розпочався наприкінці 90-х років. Поштовхом стало введення в Україні мита на експорт соняшнику, що стимулювало внутрішню переробку.

Як українські компанії, так і міжнародні (такі як Cargill, Bunge, ADM) почали будувати нові заводи в Україні, а також просувати українську соняшникову олію на міжнародних ринках.

З 2000 року загальні потужності з переробки соняшнику в Україні зросли більше ніж в сім разів. Так, в 2012 році вони склали 12 млн тонн, в середині 2014-го – 14.5 млн т, а наприкінці 2016 року – вже майже 18.5 млн т, а на початку 2022-го – більше ніж 20 млн т.

За інерцією після 2016 року потужності ще продовжували зростати, але вже тоді виник їх надлишок, що призвів до суттєвого збільшення конкуренції серед переробників та зниження прибутковості переробки.

Нижче ми наводимо дані з прибутковості переробки соняшнику зі звітів найбільшого українського переробника соняшнику та експортера соняшникової олії – групи Кернел:



Рис. 2.3 Прибутковість переробки соняшнику

Джерело: [54]

Внаслідок зниження врожаю соняшнику в 2020 році прибутковість переробки в сезоні 2020-21 суттєво знизилась та досягла мінімального за всю українську історію рівня.

В 2021 році, навпаки, врожай соняшнику був найбільшим в українській історії, тож в перші місяці нового сезону 2021-22, прибутковість переробки суттєво зросла.

Повномасштабне російське вторгнення в лютому 2022 року стало абсолютним шоком для індустрії. По-перше, частина підприємств залишилась на окупованій території або в безпосередній близькості до бойових дій.

В окупованому Маріуполі залишився завод, що належав китайській корпорації Sofco (його частка складала 2-3% від загальної переробки соняшнику в Україні), в Каховці - підприємство американської групи Cargill (частка ринку - 3%, до речі, в 2014 році компанія Cargill втратила завод в окупованому Донецьку).

Велике підприємство з переробки олійних залишилось в окупованому місті Пологи Запорізької області (частка ринку – ті ж 2-3%), ще одне – в Мелітополі.

До деокупації Харківської області у вересні 2022 року на захопленій росіянами території знаходилось два заводи групи Кернел – у Вовчанську та Приколотному.

Ще декілька підприємств знаходились/знаходяться у безпосередній близькості до лінії фронту. Це – Запорізький ОЕЗ (група Оптімус, частка ринку якої складала 5-6%), Миколаївський ОЕЗ міжнародної групи Bunge, Чугуєвський ОЕЗ та Viterra Колос на Харківщині, ОЕЗ у Вільнянську.

Зазначимо, що даний перелік – це лише відносно великі компанії.

Другою подією, яка суттєво вплинула на галузь переробки соняшнику в Україні, стала блокада українських чорноморських портів з лютого по серпень 2022 року (в серпні було підписано угоду про «зерновий коридор» для експорту агро-продукції з портів Одеси, Чорноморська та Південного).

Через блокаду портів експорт олії суттєво скоротився, а значна кількість переробників, активи яких були розташовані у відносному віддаленні від активних бойових дій, також призупиняли виробництво.

Помісячна динаміка експорту соняшникової олії протягом сезону 2021/22 та початку сезону 2022/23 наведена на наступному графіку:



Рис. 2.4 Експорт соняшникової олії з України

Джерело: [54]

Через значне зниження обсягів переробки та великі запаси соняшнику в українських фермерів, внутрішні ціни на соняшник в Україні суттєво знизились, що призвело до значного зростання прибутковості переробки, а також відкрило шлях до експорту соняшнику в рекордних для країни обсягах.

Таким чином, в сезоні 2021/22 загальний обсяг виробництва соняшникової олії склав 4.6 млн т (що еквівалентно переробці близько 10 млн т соняшнику), експорт соняшнику – 1.6 млн т. За нашими оцінками, на окупованих територіях було втрачено до 2 млн т соняшнику. Таким чином, запаси соняшнику в Україні на кінець сезону 2021/22, за нашими оцінками, склали від 2.5 до 3.5 млн т.

При врожаї соняшнику в сезоні 2022/23 на рівні 10.5 млн т (згідно офіційних даних), загальна його пропозиція на українському ринку в поточному сезоні ставить близько 13.5 млн т.

Враховуючи, що з початку сезону (вересень 2022) і по кінець лютого українські компанії експортували 1.6 млн т соняшнику, можна очікувати, що

в сезоні 2022/23 Україна експортує 2-2.5 млн т соняшнику, переробка ж складе близько 11 млн т, що еквівалентно майже 5 млн т олії.

Загальне споживання соняшникової олії до повномасштабного вторгнення складало до 500 тис. т, в 2023-му ж році можна зробити оцінку в 350-400 тис. т. Таким чином український експорт олії в сезоні 2022/23 залишиться на рівні попереднього сезону та складе близько 4.5 млн т (USDA прогнозує значно менший експорт олії - на рівні 3.9 млн т, соняшнику - 2.6 млн т).

За першу половину сезону (з вересня 2022 року по лютий 2023 року включно) Україна експортувала 2.7 млн т олії.

На даний момент точної інформації про найбільших переробників в сезоні 2021/22 немає, але виходячи з непрямих даних ми можемо зробити декілька важливих висновків.

Безумовним лідером ринку залишається Кернел, який в сезоні 2021/22 переробив близько 2.2 млн т соняшнику та виробив 1 млн т олії. Частка ринку Кернелу в сезоні 2021/22 склала 22%.

Міжнародні компанії втрачають позиції. Активи Cofco та Cargill залишились на окупованій території, Bunge зупинив свій завод в Миколаєві, через блокаду українських портів зупиняв виробництво і ADM (завод якої розташований в Чорноморську).

В сезоні 2020/21 серед міжнародних компаній найвищу частку ринку мала група Bunge – 11%. За нашими оцінками, її частка зберіглась на рівні близькому до 10% в сезоні 2021/22, а ось в поточному маркетинговому році – значно зменшиться (через зупинені завод та термінал в Миколаєві).

З іншого боку відносно непогано ідуть справи у МХП, для якої переробка соняшнику – це допоміжний сегмент в процесі виробництва м'яса птиці. В 2022 році компанія скористалася значною пропозицією соняшнику на внутрішньому ринку та наростила переробку.

За нашими оцінками, частка ринку МХП серед українських переробників соняшнику в сезоні 2021/22 склала близько 6% (ми також прогнозуємо зростання частки МХП в новому сезоні – 2022/23).

В сезоні 2022/23 ми також очікуємо збільшення частки ринку локальних гравців середнього рівня, активи яких розташовані у відносно безпечних регіонах, - таких компаній як ViOil, Оліяр, Allseeds, Градоля, Ніжинський ОЕЗ.

В більш довгостроковій перспективі міжнародні компанії повернуть свою частку ринку, а конкуренція між переробниками знову загостриться.

2.2. Аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Приватне акціонерне товариство «Вінницький олійножировий комбінат» є одним з найбільших і найпотужніших підприємств з переробки олійних культур і виробництва рослинних олій та жирів в Україні, одним з ключових бюджетоутворюючих підприємств Вінниччини. ПрАТ «Вінницький ОЖК» спрямовує значні зусилля на розвиток виробництва, збільшення потужностей, впровадження нових технологій, турботу про екологію, створення робочих місць та забезпечення продовольчої безпеки навіть в умовах воєнного стану.

Підприємство ПрАТ «Вінницький ОЖК» засноване 12 березня 1996 р. шляхом зміни форми власності підприємства «Вінницький олійножировий комбінат» та перетворення суб'єкта орендного підприємства відповідно до рішення засновників у акціонерне товариство відкритого типу ВАТ «Вінницький олійножировий комбінат» [25].

В 2017 р. підприємство зареєстроване як Приватне акціонерне товариство «Вінницький олійножировий комбінат». В 2021 році відбулося злиття ТОВ «ВЕКТОР – М» та ПрАТ «Вінницький ОЖК». правонаступником всього комплексу майна, всіх прав та зобов'язань є ПрАТ «Вінницький ОЖК».

На сьогоднішній день ПрАТ «Вінницький ОЖК» входить в промислову групу «ViOil», яка об'єднує переробні потужності та елеватори.

ПрАТ «Вінницький ОЖК» є універсальним комбінатом, який переробляє три види олійних (ріпак, соняшник, сою) та здійснює глибоку переробку власної олії.

Організаційна структура комбінату побудована по функціональному типу, виходячи з цілей і задач діяльності комбінату і необхідних для виконання цих цілей підрозділів. В організаційній структурі показані структурні підрозділи і зв'язки між ними. Організаційну структуру затверджує Голова Правління.

На комбінаті діє 45 підрозділів із них 4 підрозділи основні: олійно-екстракційний завод; олійно-екстракційний завод №2; виробництво рафінованої дезодорованої олії; дільниця гранулювання лушпиння.

До складу ПрАТ «Вінницький ОЖК» входять:

☒ олійноекстракційний завод з переробки насіння олійних культур добовою потужністю переробки

- 1000 тонн насіння соняшнику або
- 600 тонн насіння ріпаку, або
- до 550 тонн соєвих бобів, або
- 300 тонн насіння льону (згідно ТР);

☒ олійноекстракційний завод № 2 з переробки насіння олійних культур добовою потужністю переробки до

- 1850 тонн насіння соняшнику або
- 1350 тонн насіння ріпаку, або
- 1100 тонн соєвих бобів, або
- 1000 тонн насіння льону згідно (ТР);

☒ виробництво рафінованої дезодорованої олії добовою потужністю виробництва

- 140 тонн нерафінованих саломасів та
- 80 тонн рафінованої дезодорованої олії;

- олії, фасованої в полімерні пляшки - 50 тонн/добу,
- фасованих жирів та маргаринів - 60 тонн/добу;
- ☑ дільниця гранулювання лушпиння потужністю 300 тонн на добу;
- ☑ елеваторне господарство елеватор насіння місткістю 24000 тонн насіння соняшнику, додатково силос місткістю 2500 м³;
- ☑ елеватор шроту місткістю 4000 тонн;
- ☑ резервуари для зберігання олії об'ємом 12505 м³ на дільниці олійної сировини потужністю заливу 3000 тонн на добу залізничних цистерн та 1400 тонн на добу флексі-контейнерами, 250 тонн на добу автовідвантаженням;
- ☑ котельня загальною потужністю 35 тонн пари на годину.
- ☑ інші допоміжні та обслуговуючі підрозділи

Наявні потужності дозволяють ПрАТ «Вінницький ОЖК» виробляти наступні види продукції:

- олії рослинні (соняшникову, ріпакову, соєву) нерафіновані та рафіновані дезодоровані, шрот;
- олію соняшникову нерафіновану та рафіновану дезодоровану фасовану;
- жири для кондитерської, хлібопекарної промисловості та кулінарії, замітники молочного жиру та маргарини;
- лушпиння соняшникове гранульоване;
- концентрат фосфатидний (лецитин рідкий) соняшниковий харчовий.

Також комбінат реалізує відходи виробництва: гідрофуз, кислоти жирні соапстоку, лушпиння соняшнику та ін.

Перша виробнича лінія Вінницького олійножирового комбінату була побудована в 1955 році. В 2013 році збудований та введений в дію новий олійноекстракційний завод ОЕЗ-2 з виробництва нерафінованої олії. Ведення всього технологічного процесу переробки олійного насіння – від приймання насіння до відвантаження олії та гранульованого шроту – автоматизоване та проводиться з пульта керування [26].



Рис.2.5. ПрАТ «Вінницький ОЖК» [26]

На підприємстві постійно проводиться модернізація виробництва, впровадження нових технологій.

За підсумками 2022 року ПрАТ «Вінницький ОЖК» було перероблено 529 542 тонни олійного насіння. Основною олійною сировиною, що перероблялася, було насіння соняшнику – 489 582 тонни, або 92,5% до загального обсягу переробки насіння олійних культур. Крім того, в 2022 році було перероблено 39 960 тонн (7,5%) насіння ріпаку. Таким чином, переробка насіння соняшнику в 2022 році зменшилася на 6,3% порівняно до попереднього року. В той же час відбулося нарощення переробки насіння ріпаку на 77,9% у звітному році порівняно з 2021 роком.

Пономарчук В.Є. називає серед основних конкурентних переваг ПП «Віойл» наступні: унікальне географічне положення (зона зіростаючим об'ємом вирощування ріпаку, сої, соняшнику, низька концентрація переробних заводів в областях ведення господарської діяльності); універсальність Вінницького і Чернівецького ОЖК (можливість та вміння переробляти три види олійних - ріпак, соняшник, соя); диверсифікація ринків

збуту (поставка товарів на внутрішній ринок України, а також в більш шістдесят країн світу); наявність власних потужностей для зберігання олійної сировини, готової продукції та багатоваріантність транспортування (оптимізація затрат на логістику; хеджування ризиків цінових коливань, лідерство по поставкам олії в «флексі танках», а такі поставки - цезручність, мобільність та гнучкість контейнерних перевезень, безпосередньо від виробника, практично, в будь-яку точку світу) [27-29].

ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» також віддає перевагу сертифікації своєї продукції для розширення ринків збуту та гарантії якості своєї продукції. На ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система управління (ІСУ) якістю та безпечністю харчових продуктів та кормових продуктів (шроту), яка відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Комбінат сертифікований за системою екологічної сталості (ISCC) та GMP+. На підприємстві також впроваджена та успішно функціонує система HACCP.

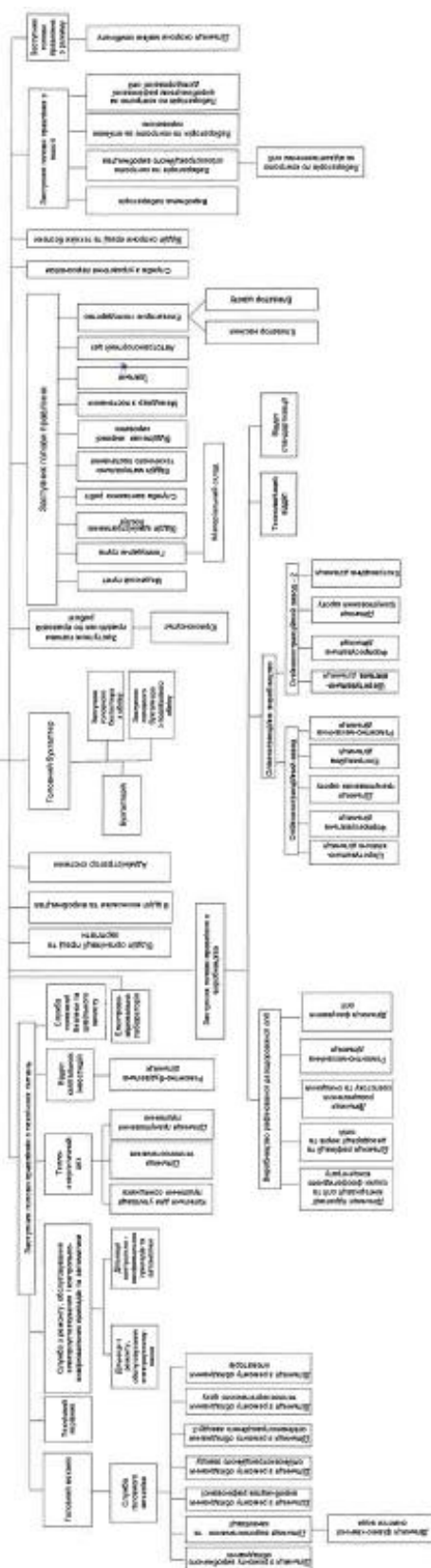


Рис.2.6. Організаційна структура ПрАТ «Вінницький ОЖК» [26]

Приватне акціонерне товариство «Вінницький олійножировий комбінат» є одним з провідних підприємств олійножирової галузі України і багато років поспіль займає вагоме місце серед вітчизняних переробників. В 2022 році українська економіка, в цілому, і підприємства олійно-жирової галузі, зокрема, здійснювали свою господарську діяльність в умовах воєнного стану в країні у зв'язку з повномасштабним вторгненням російської федерації на територію України. Частина підприємств галузі опинилася в зонах ведення активних бойових дій або під окупацією. Загалом, ринок зазнавав значних шоків та змін, адаптувався до численних викликів.

Звітний 2022 рік є складним і для оцінки підприємства в контексті його ринкової частки, оскільки в цей період економіка функціонувала в умовах воєнного стану. Більшість статистичної інформації у відкритих офіційних джерелах про виробництво олійножирової продукції на момент складання даного звіту є неповною і не забезпечує можливості зробити відповідні розрахунки та висновки.

Використання потужностей при виробництві олії фасованої становило 72,0% (порівняно з 18,8% в 2021 році). Проведена оперативна часткова переорієнтація між видами діяльності на виробництві. Так, у зв'язку з обмеженими можливостями експорту олії соняшникової нерафінованої та змінах в структурі попиту, нарощувалися об'єми більш глибокої переробки, а саме, рафінація олії та фасування і відправка замовникам давальницьких послуг або на експорт вже олії рафінованої та фасованої.

Використання потужностей при виробництві лушпиння гранульованого становило 45,4% в 2022 році (2021 рік – 50,2%).[27]

Надлишок лушпиння спалюють у котельні комбінату, отримана пара використовується для забезпечення технологічних процесів на виробництвах комбінату та для опалення приміщень. Теплової енергії в звітному періоді виробили 110 645 Гкал.

Незважаючи на дуже складні умови функціонування під час воєнного стану, ПрАТ «Вінницький ОЖК» демонструвало сталість в роботі. Докладено

чимало зусиль для забезпечення безперебійного функціонування виробництва й поступовий вихід на показники близькі до довоєнних.

У березні-квітні 2022 року відбулося суттєве скорочення виробництва у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії на територію України. Знижені обсяги промислової переробки олійних культур спостерігалися до часткового розвантаження логістичного колапсу в країні. З жовтня 2022 року підприємство вийшло на лютневі обсяги переробки і нарощувало виробництво до кінця 2022 року.

Позитивним трендом є також значне нарощення обсягів виробництва олії соняшникової рафінованої та олії соняшникової фасованої (зростання в 2,4 та 5,7 разів відповідно) в 2022 році порівняно з 2021 роком. Це продукція з високою доданою вартістю, що приносить додатковий дохід, робочі місця, заробітну плату та внески до бюджету.

ПрАТ «Вінницький ОЖК» уважно слідкує за тенденціями світового ринку. Так, в 2022 році було прийнято рішення відмовитися від виробництва твердих жирів та маргаринів, які не користуються попитом і використання яких на європейському ринку суттєво знижується та зосередитися на більш перспективних продуктах, як, наприклад, олія соняшникова фасована.

Таблиця 2.3

**Динаміка виробництва продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК», тис
грн**

Назва продукції	2021	2022	Зміни абс.	Зміни, %
Олія соняшникова нерафінована	232739	218040	-14699	-6,7
Олія ріпакова нерафінована	9360	17429	8069	86,2
Шрот соняшниковий тостований гранульований	194736	180305	-14431	-7,6
Шрот ріпаковий тостований гранульований	12574	21613	-25482	-71,2
Лушпиння соняшнику пресоване гранульоване	47095	42644	-4451	-9,5
Олія соняшникова рафінована (в тч. дезодорована)	7426	18096	10670	143,7
Олія пальмова раф.дез та її фракції	102	-	-102	-100,0
Маргарин і продукти аналогічні	2550	-	-2550	-100,0
Олія фасована	1696	9714	8018	472,8
Соняшниковий фосфатидний концентрат	34	-	-34	-100,0
ВСЬОГО	508312	507841	-471	0,1

Укладено автором

Графічно динаміку виробництва продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК» за 2022 рік в розрізі за місяцями зображено на наступній діаграмі (рис.2.3).

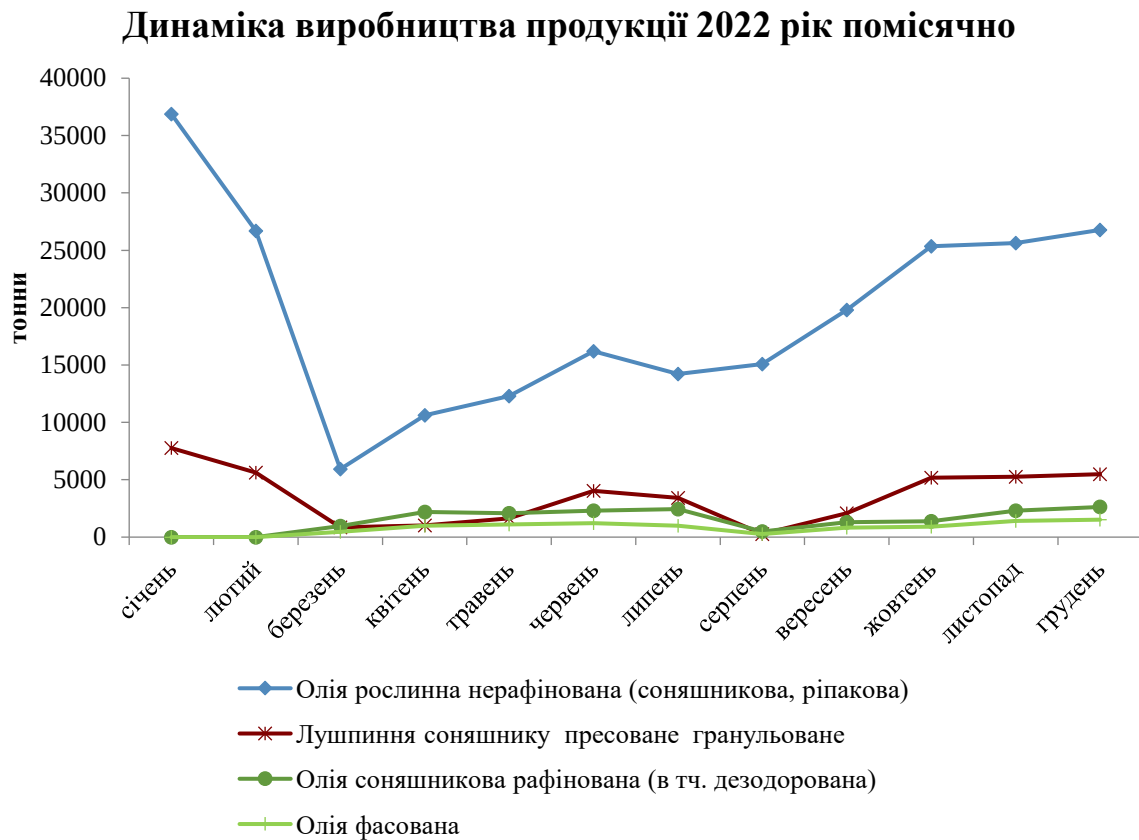


Рис.2.7. Динаміка виробництва основних видів продукції в 2022 МР
[27-29]

Джерело: укладено за даними підприємства

Воєнні дії на території України у 2022 році та їх негативний вплив на економічну ситуацію спричинили зменшення посівних площ. Так, лише під зернові та зернобобові культури загальне скорочення становить 6,3 %. Незважаючи на це, а також на обмежену кількість необхідних матеріально-технічних ресурсів та їх істотне здорожчання, нестабільність цін, подальше загострення проблем логістики, зниження можливостей експорту продукції тощо, в тяжких умовах воєнного часу все ж очікується зростання обсягу виробництва валової продукції галузі сільського господарства на 10,5 %, при цьому в рослинництві – на 14,9 %.

Таблиця 2.4

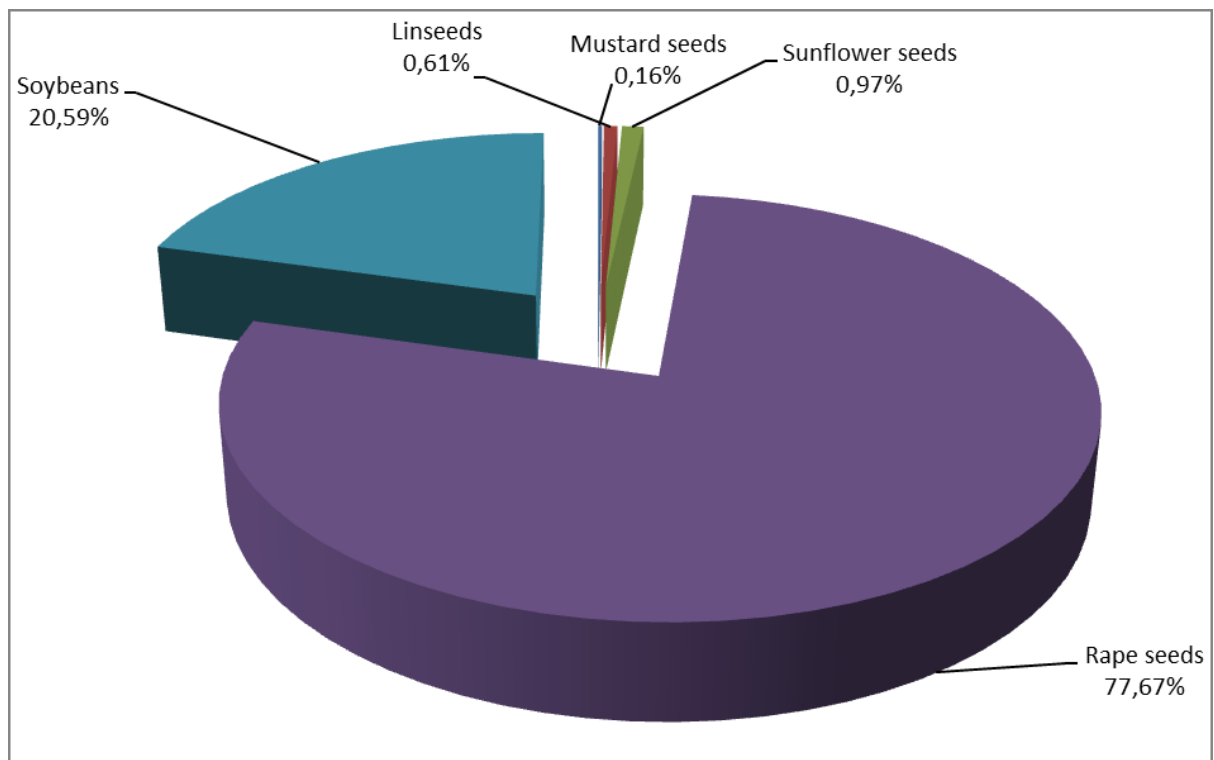
Динаміка сировинної бази олійно-жирової промисловості,млн.т

	2018	2019	2020	2021	2022	2023, прогноз
Насіння соняшнику	14,2	15,3	13,1	16,4	11,3	14,0
Соя	4,5	3,7	2,8	3,5	3,4	4,8
ріпак	2,8	3,3	2,6	2,9	3,4	4,1
Всього	21,5	22,3	19,1	22,8	18,1	23,6

Джерело [30]

Звісно це негативно впливає на виробничі та експортні очікування підприємства.

Зміни у обсягах посівних площ відбулися і на загальному стані експортної потужності України по олійних культурах.

**Рис.2.8. Структура експорту олійних культур по Україні**

Джерело [31]

Одною з основних особливостей 2022/23 МР стало значне нарощування переробки насіння соняшнику на вітчизняних підприємствах , починаючи з 2023 року, після заборони його експорту до країн ЄС. Це дало змогу значно наростити експорт олії соняшникової до понад 5,6 млн.тонн, або на 25,4% проти 2021/22 МР. Основними країнами- імпортерами стали: Країни ЄС –

понад 45%, Туреччина – 19,2%, Індія – 11,0%, Китай- 11,3%. Нажаль ми поступаємось ринками Китаю та особливо Індії.

Незважаючи на прогноз щодо зростання виробництва насіння соняшнику у 2023/24МР до 13,0 млн. тонн, або на 15 % (+ 1,7 млн.тонн), прогнозується зменшення його ресурсів на 1,5 млн. тонн через значне скорочення перехідних залишків на початок маркетингового року. За таких обставин, спромогтись вийти на рівень переробки 2022/23МР можливо лише за умови максимальної переробки насіння соняшнику.

Далі необхідно проаналізувати результати господарської діяльності підприємства.

2022-2023 роки є складними для оцінки підприємства в контексті його ринкової частки, оскільки в цей період економіка функціонувала в умовах воєнного стану. Більшість статистичної інформації у відкритих офіційних джерелах про виробництво олійножирової продукції на момент складання даного звіту є неповною і не забезпечує можливості зробити відповідні розрахунки та висновки.

За підсумками 2022 року ПрАТ «Вінницький ОЖК» було перероблено 529 542 тонни олійного насіння. Основною олійною сировиною, що перероблялася, було насіння соняшнику – 489 582 тони, або 92,5% до загального обсягу переробки насіння олійних культур. Крім того, в 2022 році було перероблено 39 960 тон (7,5%) насіння ріпаку. Таким чином, переробка насіння соняшнику в 2022 році зменшилася на 6,3% порівняно до попереднього року. В той же час відбулося нарощення переробки насіння ріпаку на 77,9% у звітному році порівняно з 2021 роком.

Основною причиною неповного використання виробничих потужностей при переробці олійної сировини стало повномасштабне вторгнення росії на територію України.

Таблиця 2.5

Використання потужностей ПрАТ «Вінницький ОЖК», %

Показник	2021	2022	Зміни
Використання потужностей при виробництві олії рафінованої (в т.ч. дезодорованої)	45,7	72,3	+26,6
Використання потужностей при виробництві олії фасованої	18,8	72,0	+53,2
Використання потужностей при виробництві лушпиння гранульованого	50,2	45,4	-4,8
Загальний показник використання потужності при виробництві олії нерафінованої	63,0	62,2	-0,8

Джерело: укладено автором

В таблиці нижче відображається динаміка виробництва продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК» у 2021/2022 роках. Також для порівняння надано обсяги випуску за 2021 рік.

Таблиця 2.6

**Динаміка виробництва основних видів продукції ПрАТ
«Вінницький ОЖК», тис грн**

Показник	2021	2022	Зміни, %
Олія соняшникова нерафінована	232739	218040	-6,3
Олія ріпакова нерафінована	9360	17429	+86,2
Шрот соняшниковий тостований гранульований	194736	180305	-7,4
Шрот ріпаковий тостований гранульований	12574	21613	+71,9
Лушпиння соняшнику пресоване гранульоване	47095	42644	-9,5
Олія соняшникова рафінована (в тч. дезодорована)	7426	18096	+143,7
Олія пальмова раф. дез та її фракції	102	0	-100
Маргарин і продукти аналогічні	2550	0	-100
Олія фасована	1696	9714	+472,8
Соняшниковий фосфатидний концентрат	34	0	-100
ВСЬОГО	508312	507841	-0,01

Джерело: укладено на основі даних підприємства та Асоціації «Укроліяпром»

За результатами діяльності Товариства за рік, що закінчився 31.12.2022 року, фінансовий результат до оподаткування склав 121 046 тис. грн. прибутку проти збитку за аналогічний період попереднього року в сумі 176 251 тис. грн. При цьому, валовий прибуток від провадження основної діяльності Товариства в 2022 році склав 877 306 тис. грн. проти валового убытку 42 441 тис. грн. попереднього року, таким чином, на 1 тону виготовленої продукції в 2022 році припадає 1 728 грн. валового прибутку.

Між тим, у звітному році зросли адміністративні витрати на 24%, та значно, в 5,9 рази, збільшились витрати на збут, які викликані виникненням низки обставин в державі, в тому числі в галузі переробки олійних культур, щодо ситуації, що склалася внаслідок повномасштабного вторгнення військ РФ до України 24 лютого 2022 року, а саме зруйновано багато налагоджених бізнес-відношень з нашими партнерами, суттєво підвищився ризик ведення бізнесу в Україні, що змусило Товариство в терміновому порядку вносити корективи у виробничу програму та логістичні схеми збуту продукції для забезпечення подальшого функціонування. Блокування українських морських портів, призвело до значного скорочення експортного товарного потоку з України, майже повністю змінило налагоджену географію продажів та суттєво збільшило період обігу запасів готової продукції, саме ці фактори вплинули на зростання логістичних витрат, при цьому не тільки прямих, але також пов'язаних з необхідністю фінансування збільшеного складу готової продукції та фінансування товару в дорозі впродовж більш тривалого терміну транспортування.

Також, в порівнянні з минулим роком, значно зросли фінансові витрати Товариства на 343 808 тис. грн., тобто в 8,7 рази. Таке відхилення зумовлене коливанням валютного курсу та наявністю у Товариства фінансових зобов'язань по утриманню кредитів в іноземній валюті, які перераховуються у валюту звітності із застосуванням офіційного курсу НБУ на дату здійснення операції та на дату балансу.

Господарську діяльність Товариства забезпечують виробничі основні засоби та виробничі запаси. Інші оборотні активи (готова продукція, товари, кошти в розрахунках і грошові кошти) є наслідком підприємницької діяльності и тому важливою ланкою в роботі Товариства є розрахунки. Для завершення їх потрібні час і грошові кошти. Тому завжди на певну звітну дату в балансі залишаються суми дебіторської заборгованості в складі оборотних активів і кредиторської заборгованості в складі поточних зобов'язань, які можуть змінювати реальну величину обігових коштів товариства. Крім того, Товариство не може працювати без позикових коштів.

Таблиця 2.7

**Порівняльний аналіз основних економічних показників ПрАТ
Вінницький ОЖК за 2021-2022 роки**

№ п/п	Показники	Оди ниці вимі ру			Відхилення	
					абсолютне	Віднось е, %
			2021	2022		
1	Виготовлено продукції	тон	510 620	507 841	-2 779	-1
2	Чистий дохід від реалізації продукції(товарів,робіт,послуг)	тис.г рн.	1 859 223	3 405 001	1 545 778	83
3	собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	тис.г рн.	1 901 664	2 527 695	626 031	33
4	Gross Margin	тис.г рн.	-42 441	877 306		
5	Отримано валового прибутку на 1 т виготовленої продукції	грн.	-83	1 728		
6	Адміністративні витрати	тис.г рн.	38 063	47 264	9 201	24
7	Витрати на збут	тис.г рн.	48 323	283 071	234 748	486
8	інші операційні доходи	тис.г рн.	135 984	308 716	172 732	127
9	Інші операційні витрати	тис.г рн.	149 935	358 134	208 199	139
10	ЕВІТ	тис.г рн.	-142 778	497 553		
11	амортизація	тис.г рн.	159 469	166 720	7251	5
12	ЕВІТДА	тис.г рн.	16 691	664 273		
13	Інші фінансові доходи	тис.г рн.	11 026	11 800	774	7
14	Фінансові витрати	тис.г рн.	44 499	388 307	343 808	773
15	Дохід (витрати) з податку на прибуток	тис.г рн.	16 121	-15 153	-31 274	-194
16	Чистий прибуток (збиток)	тис.г рн.	-160 130	105 893		

Укладено за даними підприємства

Міра ліквідності Товариства залежить від складу оборотних активів і швидкості їх перетворення на грошову форму для погашення термінової заборгованості, тому аналіз ліквідності балансу проводим у порівнянні засобів за активом, згрупованих за рівнем їх ліквідності, і розташованими в порядку зменшення ліквідності із зобов'язаннями за пасивом, згрупованими за строками їх погашення і розташованими в порядку збільшення строків.

Для визначення ліквідності балансу необхідно порівняти підсумки наведених груп активів і зобов'язань.

Баланс вважається абсолютно ліквідним, якщо виконуються наступні співвідношення:

$$A1 \geq P1, A2 \geq P2, A3 \geq P3, A4 \leq P4$$

У Товариства ліквідність балансу відрізняється від абсолютної:

$$A1 \geq P1 \quad 142\,028 > 34\,367 \quad - \text{ перша умова нерівності виконується}$$

$$A2 \geq P2 \quad 762\,087 < 2\,007\,226 \quad - \text{ друга умова нерівності не виконується}$$

$$A3 \geq P3 \quad 232\,116 < 419\,252 \quad - \text{ третя умова нерівності не виконується}$$

$$A4 \leq P4 \quad 3\,108\,225 > 1\,783\,611 \quad - \text{ четверта умова нерівності не}$$

виконується

Поточна ліквідність Товариства:

$$\text{Бажане співвідношення} \quad A1 + A2 > P1 + P2,$$

$$\text{В нашому випадку: } 142\,028 + 762\,087 = 904\,115 < 34\,367 + 2\,007\,226 = 2\,041\,593$$

Поточна ліквідність свідчить про неплатоспроможність Товариства на найближчий проміжок часу до моменту, що розглядається

Перспективна ліквідність Товариства:

$$\text{Бажане співвідношення} \quad A3 + A4 > P3 + P4$$

$$232\,116 + 3\,108\,225 = 3\,340\,341 > 419\,252 + 1\,783\,611 = 2\,202\,863$$

Перспективна ліквідність є прогнозом платоспроможності Товариства на підставі порівняння майбутніх надходжень і платежів.

Крім абсолютних показників для оцінки ліквідності та платоспроможності Товариства розраховуємо відносні показники, при цьому

порівняння балансів ліквідності за кілька періодів надає інформацію про тенденції зміни фінансового стану Товариства. Періоди для порівняння: початок і кінець звітного року.

Оцінка надійності визначених коефіцієнтів ліквідності здійснюється в процесі вивчення питомої ваги оборотних активів та їх окремих видів в складі майна Товариства.

Таблиця 2.8

Структури та динаміка майна ПрАТ Вінницький ОЖК і джерела його утворення:

Показники	На початок 2022 р.		На кінець 2022р.		Відхилення		
	сума,	питома вага. %	сума,	питома вага. %	сума,	питома вага, %	+/-, %
	тис. грн		тис. грн.		тис. грн		
Необоротні	3 387 918	83,45	3 108 225	73,23	-279 693	-151,53	-8,26
Оборотні активи	671 864	16,55	1 136 231	26,77	464 367	251,58	69,12
Необ активи для продажу	94	0,00	0	0,00	-94	-0,05	-100,00
Разом актив	4 059 876	100	4 244 456	100	184 580	100%	4,55%
Власний капітал	1 812 790	44,65	1 783 611	42,02	-29 179	-15,81	-1,61
Довгостр зобов'язання	465 950	11,48	419 252	9,88	-46 698	-25,30	-10,02
Поточні зобов'язання	1 781 136	43,87	2 041 593	48,10	260 457	141,11	14,62
Разом пасив	4 059 876	100	4 244 456	100	184 580	100	4,55

Укладено за даними підприємства

Баланс Товариства на кінець звітного року склав 4 244 456 тис.грн проти 4 059 876 тис.грн – на його початок

Активи та пасиви Товариства в 2022 році зросли в порівнянні з минулим звітним періодом на 184 580 тис. грн. або на 4,55% . Основними розділами балансу за якими відбулись зміни протягом звітного року, що обумовленні

звичайною господарською діяльністю товариства, є оборотні, необоротні активи й Поточні зобов'язання, а саме:

- зростання оборотних активів на 464 367 тис.грн.(69,12%) відбувалось за рахунок зростання високоліквідних та швидколіквідних активів із збільшення дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги;

- зменшення необоротних активів на 279 693 тис.грн. (-8,26%) відбулось в наслідок зміни вартостей об'єктів основних засобів, а саме переоцінці будівель, споруд, машин, обладнання та зносу існуючих об'єктів основних засобів;

- зростання поточних зобов'язань на 260 457 тис. грн.(14,62%) - за рахунок зростання поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, залучення короткострокових кредитів банків та, відповідно, збільшення відсотків за користування кредитними коштами, наявністю поточних заборгованості з виплаті заробітної плати та розрахунками з бюджетами;

Іншими чинниками зміни вартості активів та пасивів Товариства стало:

- зменшення Власного капіталу на 29 179 тис. грн. (-1,61%) відбулось здебільш внаслідок зменшення «Капіталу в дооцінках», який створювався на суму дооцінки об'єктів основних засобів;

зменшення довгострокових зобов'язань на 46 698 тис. грн.(-10,02%) відбулось в наслідок зменшення Відстрочених податкових зобов'язань та скорочення темпів зростання залучених коштів банків на довгострокових умовах;

Активи дають певне уявлення про ресурси або , яким володіє Товариство.

Таким чином, на кінець звітної періоду, ступень залежності Товариства від зовнішніх джерел фінансування формування його активів є високим.

Залишки торгівельної дебіторської та поточної кредиторської заборгованостей на кінець року в балансі представлені наступним чином:

Таблиця 2.9

Торгівельна та інша дебіторська заборгованість, тис. грн.

Поточна дебіторська заборгованість	на початок 2022 р.	на кінець 2022р.
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги (нетто)	29 613	649 465
Дебіторська заборгованість з авансів виданих постачальникам	142 285	69 100
Поточна кредиторська заборгованість	31.12.2021	31.12.2022
Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	147 726	414 379
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	497 626	422 427

Укладено за даними підприємства

Серед ризиків варто виділити ризики, що мають критичний ступінь, та заходи щодо їх мінімізації на ПрАТ «Вінницький ОЖК» на 2023 рік.

Слід акцентувати увагу, що основні фінансові інструменти Товариства, які несуть в собі фінансові ризики, включають грошові кошти, дебіторську заборгованість, кредиторську заборгованість, та піддаються наступним фінансовим ризикам:

- Ризик втрати ліквідності: Товариство може не виконати своїх зобов'язань з причини недостатності (дефіциту) обігових коштів; тож за певних несприятливих обставин, може бути змушене продати свої активи за більш низькою ціною, ніж їхня справедлива вартість, з метою погашення зобов'язань;

- Кредитний ризик: Товариство може зазнати збитків у разі невиконання фінансових зобов'язань контрагентами (дебіторами).

Ринковий ризик.

Всі фінансові інструменти схильні до ринкового ризику - ризику того, що майбутні ринкові умови можуть знецінити інструмент.

Товариство піддається валютному ризику, тому що у звітному році здійснювало валютні операції і має валютні залишки та заборгованості.

Ціновим ризиком є ризик того, що вартість фінансового інструмента буде змінюватися внаслідок змін ринкових цін. Ці зміни можуть бути викликані факторами, характерними для окремого інструменту або факторами, які впливають на всі інструменти ринку. Наявні процентні фінансові зобов'язань. Підприємство піддається ризику коливання процентних ставок за кредитами.

Таблиця 2.10

Основні ризики, що мають критичне значення для ПрАТ

«Вінницький ОЖК»

Ризик, що має критичний ступінь	Заходи щодо усунення або мінімізації ризику	Особа/відділ, відповідальні за виконання
Нестача сировини для виробництва	1.Заклучення довгострокових договорів з фермерами. 2.Знаходження нових джерел сировини. 3.Адекватна цінова політика.	Голова Правління, Заступник голови правління, Відділ матеріально-технічного постачання.
Зменшення відвантаження готової продукції	1.Пошук нових замовників 2.Ретельне вивчення вимог замовників 3.Розроблення та впровадження нових рецептур, технологій та нових видів продукції за вимогами замовників	Заступник голови правління з виробництва Заступник голови правління.
Додаткові вимоги щодо безпечності продукції	Зміна (поліпшення) проведення процесів виробництва, випуск продукції у відповідності з вимогами. Актуалізація Планів НАССР.	Заступник голови правління з виробництва Заступник Голови Правління з якості.
Ризик початку бойових дій безпосередньо в регіоні діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК», та ракетних обстрілів.	Спланувати заходи не можливо.	

Укладено за даними підприємства

Загалом, напрямки розвитку та діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК» на 2023 рік включають наступні вектори:

- забезпечення продовольчої безпеки країни.
- підтримка економіки України, забезпечення робочих місць, надходжень до бюджету та отримання валютної виручки за рахунок експорту продукції.

- забезпечення стійкого розвитку підприємства та максимізація прибутку компанії.
- впровадження організаційно-технічних заходів для підвищення ефективності виробництва і безперервного забезпечення якості та безпечності харчових продуктів.
- застосування сучасного високоефективного устаткування для подальшого зниження енергомісткості продукції підприємства.
- проведення заходів для максимального завантаження виробництва.
- забезпечення ефективної логістики для збуту готової продукції.
- постійний моніторинг якості продукції на відповідність міжнародним і національним стандартам.
- утримання вже освоєних та входження до нових ринків збуту.
- безперервне забезпечення гідних та безпечних умов праці для працівників комбінату.
- подальший розвиток енергонезалежності за рахунок виробництва власної теплоенергії шляхом спалювання лушпиння соняшнику.
- дотримання принципів сталого розвитку.
- систематичне підвищення рівня кваліфікації та стимулювання творчої активності працівників.
- оперативне реагування на потреби ринку і орієнтація виробництва на задоволення даних потреб.
- моніторинг та дотримання заходів безпеки персоналу в умовах воєнного стану.
- активна участь у громадському житті країни, співпраця бізнесу та влади для забезпечення безперервного функціонування економіки країни навіть в умовах воєнного стану.
- активна участь у гуманітарному та волонтерському русі регіону задля підтримки української армії та волонтерів, внутрішньо переміщених осіб, постраждалих внаслідок повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Підсумовуючи, згідно поточних тенденцій ринку, підприємство має бачення розвитку на перше півріччя 2023 року. Разом з тим, у другій половині 2023 року ПрАТ «Вінницький ОЖК» буде значно залежати від успішності посівної кампанії 2023 року, можливості аграріїв зібрати урожай та поставити насіння олійних культур на переробку. Окрім того, значний вплив на розвиток підприємства будуть мати тенденції та налагодженість роботи логістичної інфраструктури, можливість збуту продукції закордон, забезпечення безперебійного енергопостачання та попит на продукти переробки з боку міжнародних компаній, тенденції глобального ринку у сфері олійножирової продукції.

2.3. Особливості конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Процес визначення переваг в експорті та напрямків його здійснення має бути приведений у відповідність до провідних світових тенденцій розвитку потреб у продуктах переробки олієвмісного насіння. Тому ми мусимо перш за все звертати увагу на поточне котирування та динаміку цін на певних площадках торгівлі продукцією олієжирової промисловості.

Поточні значення котирування надано на рис.2.5.

Кожному підприємству необхідно формувати конкурентні переваги, які відповідають життєвому циклу системи конкурентних переваг (ЖЦСКП) підприємства і є необхідними для створення. Для цього слід провести аналіз накладення життєвих циклів конкурентних переваг підприємства та зробити відповідні висновки.

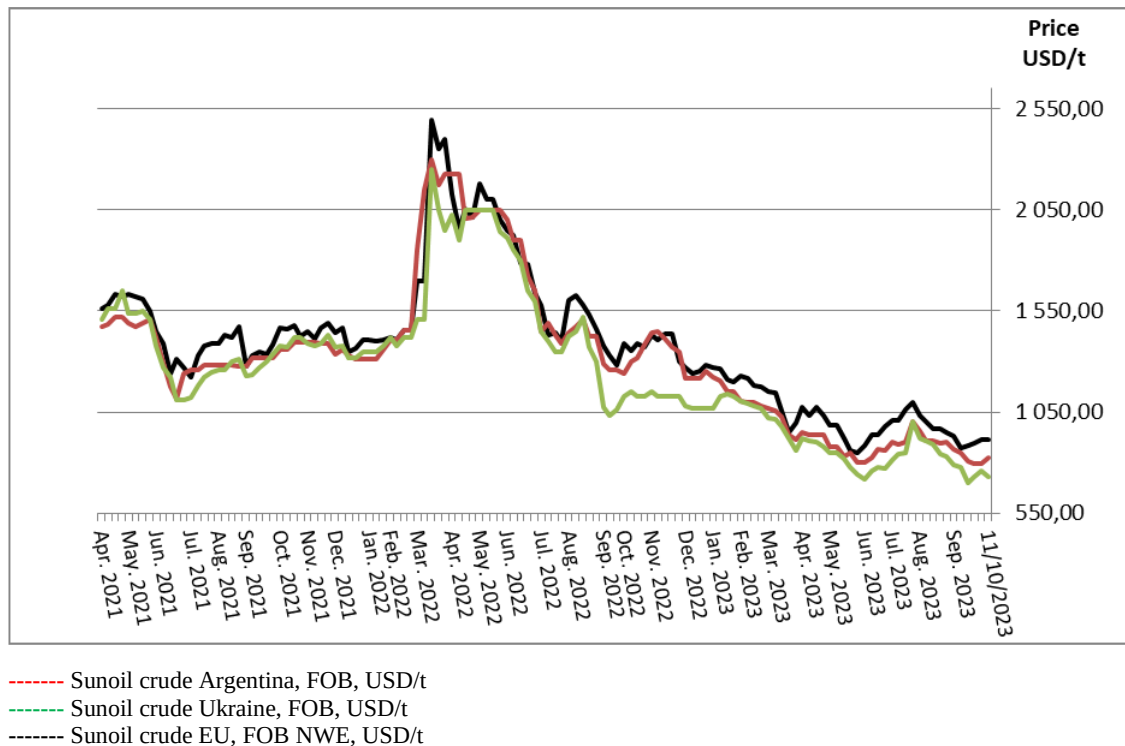


Рис.2.9. Динаміка експортних цін на сиру соняшкову олію

Джерело [31]

На стан експорту підприємства здійснює вплив і світова кон'юнктура олійних культур.

Щодо позиції ПрАТ «Вінницький ОЖК», то в поточному періоді рейтинг підприємства не змінився, і знаходиться в складі лідерів ринку.

Таблиця 2.10

ТОП-10 експортерів оліє-жирової галузі та місце ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Підприємство/ компанія	Рейтинг	Обсяг , т
Кернел-Трейд, ТОВ	1	65425,91
Сантрейд, дочернее предприятие [Олейна холдинг - компания, Швейцария]	2	30642,81
Вінницький ОЖК, ВіОлія	3	27361,00
Альбус ЛТД, ТОВ	4	23655,89
Енергетик Днепр, ТОВ О	5	12430,74
САН ЮКРЕЙН, ТОВ	6	6582,32
БИГРОЯЛ, ТОВ	7	6262,00
Энселко агро, ТОВ	8	5438,07
Мироновский хлебпродукт	9	5066,12
Золотой дракон	10	3198,85

Укладено автором за джерелом [31]

Звернімо увагу на географію експорту основних продуктів переробки олійних культур, що склались на ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Таблиця 2.11

Напрямки експорту сирової та рафінованої олії ПрАТ «Вінницький ОЖК»

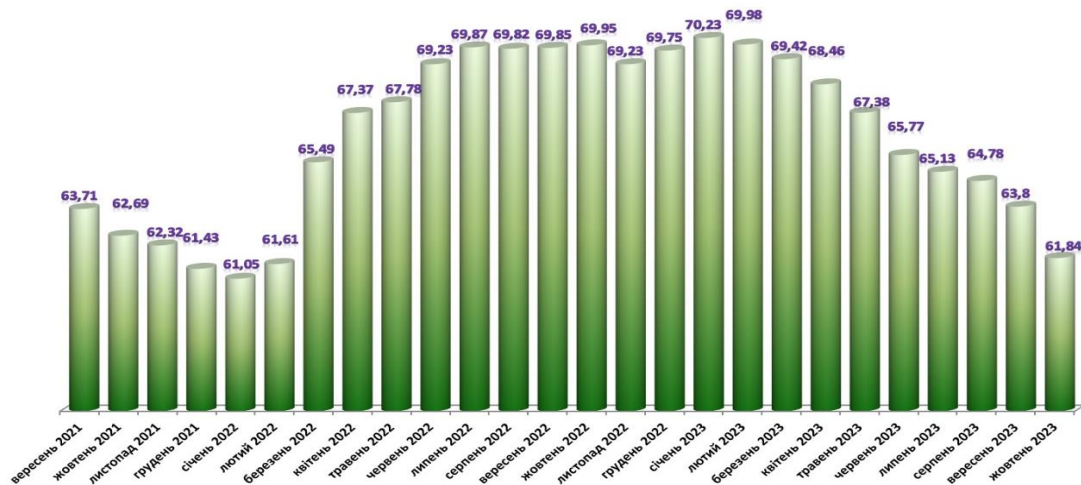
Напрямок експорту продуктів переробки	За часткою в обсязі, %	За обсягом в дол.США, %
<i>Сира олія</i>		
Румунія	38,5	39,2
Турція	21,3	19,3
Польща	12,5	13,0
Китай	5,0	5,4
Єгипет	1,2	1,0
Інші 15 країн	40,4	22,1
<i>Олія рафінована</i>		
Польща	12,5	10,7
Франція	10,2	10,9
Нідерланди	7,2	8,0
ОАЕ	5,0	4,6
США	4,6	5,3
Інші 15 країн	60,5	60,5

Укладено автором за джерелом [31]

Таким чином, ми бачимо, що для експорту сирової та рафінованої олії найбільш потужно розвивається напрямок Європи – 52,2% сира олія (Польща та Румунія) та 29,6% - рафінована (розвинені країни ЄС). Слід відмітити, що Румунія і Польща закупають сиру олію для подальшої її переробки та збагачення, тоді як розвинені країни ЄС закупають здебільшого вже збагачену олію, яку потім фасують і маркують під своїм ім'ям.

Динаміка цін на продукти переробки олійних культур наведено на рис.2.6.

Динаміка середніх споживчих цін на олію соняшникову, грн/літр



за даними Держстату України

Рис.2.10. Динаміка цін на олію соняшникову

Джерело [28,29]

Оцінимо зовнішні можливості підприємства за допомогою аналізу факторів впливу та критеріїв успіху.

Таблиця 2.12

Зовнішня стратегічна позиція ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Привабливість галузі				Стабільність середовища			
Фактори	Оцінка	Вага	Σ оцінки	Фактори	Оцінка	Вага	Σ оцінки
1. Рівень привабливості галузі	3	0, 2	0,6	1. Вплив іноземного капіталу на розвиток галузі	4	0, 35	1,4
2. Рівень конкуренції	5	0,25	1,25	2. Ступінь залежності галузі від іноземних ринків сировини	3	0, 05	0, 15
3. Стабільність прибутків галузі	3	0, 35	1,05	3. Ступінь впливу НТП	5	0,25	1,25
4. Застосування продукції у інших секторах економіки	5	0, 2	1	4. Ступінь впливу держави	4	0, 35	1, 4
Усього:		1	4,3	Усього:		1	4,2

Укладено автором

Тепер можемо провести SWOT-аналіз для оцінки перспектив розвитку експортних можливостей підприємства.

Таблиця 2.13

**Зведена таблиця SWOT -аналізу експортних напрямків ПрАТ
«Вінницький ОЖК»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
Дотримання стандартів та вимог Відповідність приписам верифікаційного візиту Висока якість продукції	Недостатність власних фінансових ресурсів Ускладнення логістичних шляхів доставки продукції Орієнтація лише на контрольовану підприємством сировинну базу Низька диверсифікація ринку Обмеженість альтернативних шляхів збуту продукції Руйнування усталених логістичних ланцюгів Нестабільність і ріст курсу іноземних валют. Експорт сирової олії- зниження доданої вартості
Можливості	Загрози
Можливість забезпечення значних обсягів експорту Можливість забезпечення особливих запитів споживачів Лояльність до продукції з України Виробництво/розширення лінійки нових видів товарів Наявність незадоволеного попиту	Ускладнення логістики постачання Нестача фінансових ресурсів Потужна конкуренція на ринках ЄС , ОАЕ та США Демпінгування з боку дрібних виробників/давальців Нестабільність політичного середовища Військова загроза та військові дії Масовий вивіз соняшнику закордон (зростання обсягів експорту соняшнику в 34 рази порівняно з 2021 роком). Зростання вартості допоміжних матеріалів та енергоресурсів

Укладено автором

Тепер проведемо факторну оцінку експортних можливостей ПрАТ «Вінницький ОЖК» відносно основних конкурентів та визначимо перелік конкурентних переваг.

На сучасному етапі розвитку підприємств особливий інтерес становлять матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, які ґрунтуються на ідеї розгляду процесів конкуренції в динаміці. Побудуємо матрицю конкурентного профілю. Для цього використаємо рейтинг оцінок експертів (провідні фахівці ПрАТ «Вінницький ОЖК») щодо ключових факторів успіху в експорті продукції. Критерії оцінки рейтингу ставляться точки зору привабливості підприємства по кожному ключовому фактору успіху за 5-бальною шкалою:

- 5 – дуже привабливо;
 4 – привабливо;
 3 – досить привабливо;
 2 - мало привабливо;
 1 – «тримайся подалі».

Таблиця 2.14

Вагомість ключових факторів успіху по ТОВ «Кернел» (думка експертів)

Показники	Експерти										Сер. оцінка фактору
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Якість	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,6
Інвестиційна привабливість	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4,4
Технологія (обладнання)	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4,3
Асортимент	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4,3
Ціна	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4,1
Упаковка	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4,1
Потужність	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4
Фінансові можливості	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3,8
Частка ринку	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3,5

Укладено автором

Таким самим чином виконаємо бальну оцінку провідних факторів успіху для Сантрейд, що лідує на ринку і має другу за величиною частку реалізації та виробництва.

Таблиця 2. 15

Вагомість ключових факторів успіху по Сантрейд (думка експертів)

Показники	Експерти										Сер. оцінка фактору
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Технологія (обладнання)	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4,6
Фінансові можливості	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4,5
Інвестиційна привабливість	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4,4
Потужність	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4,4
Якість	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4,1
Ціна	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	3,9
Упаковка	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3,9
Асортимент	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3,9
Частка ринку	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3,8

Укладено автором

Тепер можна оцінити успіх підприємства Альбус, яке не має власних потужностей, але працює на давальницькій схемі переробки соняшника і має власний елеватор для зберігання в порту.

Таблиця 2. 16

Вагомість ключових факторів успіху по Альбус ЛТД (думка експертів)

Показники	Експерти										Сер. оцінка фактору
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Якість	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4
Інвестиційна привабливість	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	3,9
Технологія (обладнання)	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3,8
Асортимент	4	4	3	5	4	3	4	5	3	3	3,8
Ціна	3	3	4	3	5	3	3	4	4	5	3,7
Упаковка	3	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3,7
Потужність	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3,4
Фінансові можливості	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3,3
Частка ринку	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3,1

Укладено автором

Після оцінки факторів успіху провідних конкурентів виконаємо бальну оцінку ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Таблиця 2. 17

Вагомість ключових факторів успіху по ПрАТ «Вінницький ОЖК» (думка експертів)

Показники	Експерти										Сер. оцінка фактору
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Якість	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4,5
Технологія (обладнання)	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4,2
Ціна	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4,2
Потужність	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3,9
Асортимент	4	5	3	4	4	4	3	3	5	4	3,9
Інвестиційна привабливість	4	3	3	5	4	4	3	5	4	3	3,8
Упаковка	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3,7
Фінансові можливості	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3,5
Частка ринку	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3,3

Укладено автором

Після наведених оцінок можемо скласти матрицю конкурентного профілю.

Таблиця 2. 18

Матриця конкурентного профілю

Ключові фактори успіху	Оцінка фактора	Сантрейд		ТОВ «Кернел»		Альбус ЛТД		ПрАТ «ВОЖК»	
		рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка
Якість продукції	0,35	4,6	1,61	4,1	1,435	4	1,4	4,4	1,54
Технологія	0,25	4,3	1,075	4,6	1,15	3,8	0,95	4,2	1,05
Частка ринку	0,15	3,5	0,525	3,8	0,57	3,1	0,465	3,3	0,495
Фінансові можливості	0,1	3,8	0,38	4,5	0,45	3,3	0,33	3,5	0,35
Інвестиційна привабливість	0,15	4,4	0,66	4,4	0,66	3,9	0,585	3,8	0,57
Всього:	1		4,25		4,265		3,73		4,005

Укладено автором

Проте на підприємстві відбуваються певні позитивні зміни в стратегії експортної ринкової поведінки. Як ми відзначали в попередніх даних, як відгук на екстремальні події поточного періоду підприємство змінило структуру експортної продукції, відмовившись від частини продукції і віддавши перевагу певним напрямкам.

Таблиця 2.19

Динаміка змін структури експортної продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК», %

№пп	Показник	2021	2022	зміни
1	Олія соняшникова нерафінована	45,8	42,9	↓
2	Олія ріпакова нерафінована	1,8	3,4	↑
3	Шрот соняшниковий тостований гранульований	38,3	35,5	↓
4	Шрот ріпаковий тостований гранульований	2,5	0,4	↓
5	Лушпиння соняшнику пресоване гранульоване	9,3	7,6	↓
6	Олія соняшникова рафінована (в тч. дезодорована)	1,4	8,4	↑
7	Олія пальмова раф. дез та її фракції	0,02	0	↓
8	Маргарин і продукти аналогічні	0,5	0	↓
9	Олія фасована	0,3	1,9	↑
10	Соняшниковий фосфатидний концентрат	0,01	0	↓
	ВСЬОГО	100	100	

Розраховано автором

Наведені дані розрахунку дозволяють зробити висновок, що підприємство скоригувало структуру експортної продукції на користь соняшникової рафінованої олії, що призвело до підвищення її частки з 1,4% до 8,4%, тобто в 6 разів.

Розглянемо зрушення в динаміці частки ринку ПрАТ «Вінницький ОЖК» по країнам та товарним групам.

Таблиця 2.20

Динаміка частки ринку ПрАТ «Вінницький ОЖК», % за обсягом в дол.США

показник	Олія соняшникова нерафінована			Олія соняшникова рафінована (в т.ч. дезодорована)					
	2021	2022	зміни	2021	2022	зміни	В т.ч. фасована		
							2021	2022	зміни
ЄС	53,6	52,2	-0,6	27,8	29,6	+1,8	12,1	18,2	+6,1
Азія	19,9	24,7	+3,8	5,6	5,2	-0,6	2,9	3,2	+0,3
Африка	0,8	1	+0,2	4,2	4,6	+0,4	1,1	1,6	+0,5

Укладено автором за джерелом [32]

З наведених даних видно, що в європейському напрямку відбувається зменшення постачання сирової олії (виключення складає напрямок Румунії, оскільки саме там відбувається розфасовка української олії та постачання її вже під національною румунською маркою до країн ЄС) [31].

В групі фасованої олії найбільшим попитом в ЄС користується органічна продукція. Для європейського ринку зафіксовано таку тенденцію: за останні 10-12 років споживання тваринних жирів значно знизилось, майже на 15%. Це пов'язане із бажанням населення жити та харчуватися здоровіше [33].

Слід також звернути увагу на різницю в ціні на органічну продукцію і звичайну по групі олія соняшникова (сира).

Таблиця 2.21

Порівняння цін на соняшкову олію традиційну та органічну, дол. США, EXW

Показник	2019	2022
Олія соняшникова традиційна	660	620
Олія соняшникова органічна	890	1750
Олія соєва традиційна	780	980
Олія соєва органічна	990	1881

Укладено за джерелом [31]

На наш погляд саме за рахунок розвитку цієї групи ПрАТ «Вінницький ОЖК» може посилити свої конкурентні позиції та збільшити надходження від експорту.

Висновок до Розділу 2

За результатами аналізу діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК» встановлено, що у березні-квітні 2022 року відбулося суттєве скорочення виробництва у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії на територію України. Знижені обсяги промислової переробки олійних культур спостерігалися до часткового розвантаження логістичного колапсу в країні. З жовтня 2022 року підприємство вийшло на лютневі обсяги переробки і нарощувало виробництво до кінця 2022 року.

Позитивним трендом є також значне нарощення обсягів виробництва олії соняшникової рафінованої та олії соняшникової фасованої (зростання в 2,4 та 5,7 разів відповідно) в 2022 році порівняно з 2021 роком. Це продукція з високою доданою вартістю, що приносить додатковий дохід, робочі місця, заробітну плату та внески до бюджету.

ПрАТ «Вінницький ОЖК» уважно слідкує за тенденціями світового ринку. Так, в 2022 році було прийнято рішення відмовитися від виробництва твердих жирів та маргаринів, які не користуються попитом і використання яких на європейському ринку суттєво знижується та зосередитися на більш перспективних продуктах, як, наприклад, олія соняшникова фасована.

За підсумками 2022 року ПрАТ «Вінницький ОЖК» було перероблено 529 542 тонни олійного насіння. Основною олійною сировиною, що перероблялася, було насіння соняшнику – 489 582 тони, або 92,5% до загального обсягу переробки насіння олійних культур. Крім того, в 2022 році було перероблено 39 960 тон (7,5%) насіння ріпаку. Таким чином, переробка насіння соняшнику в 2022 році зменшилася на 6,3% порівняно до

попереднього року. В той же час відбулося нарощення переробки насіння ріпаку на 77,9% у звітному році порівняно з 2021 роком.

За результатами діяльності Товариства за рік, що закінчився 31.12.2022 року, фінансовий результат до оподаткування склав 121 046 тис. грн. прибутку проти збитку за аналогічний період попереднього року в сумі 176 251 тис. грн. При цьому, валовий прибуток від провадження основної діяльності Товариства в 2022 році склав 877 306 тис. грн. проти валового убытку 42 441 тис. грн. попереднього року, таким чином, на 1 тону виготовленої продукції в 2022 році припадає 1 728 грн. валового прибутку.

Всі фінансові інструменти схильні до ринкового ризику - ризику того, що майбутні ринкові умови можуть знецінити інструмент. Товариство піддається валютному ризику, тому що у звітному році здійснювало валютні операції і має валютні залишки та заборгованості. Ціновим ризиком є ризик того, що вартість фінансового інструмента буде змінюватися внаслідок змін ринкових цін. Ці зміни можуть бути викликані факторами, характерними для окремого інструменту або факторами, які впливають на всі інструменти ринку. Наявні процентні фінансові зобов'язань. Підприємство піддається ризику коливання процентних ставок за кредитами.

Для експорту сирої та рафінованої олії найбільш потужно розвивається напрямок Європи – 52,2% сира олія (Польща та Румунія) та 29,6% - рафінована (розвинені країни ЄС). Слід відмітити, що Румунія і Польща закупають сиру олію для подальшої її переробки та збагачення, тоді як розвинені країни ЄС закупають здебільшого вже збагачену олію.

Підприємство скоригувало структуру експортної продукції на користь соняшникової рафінованої олії, що призвело до підвищення її частки з 1,4% до 8,4%, тобто в 6 разів.

Основними конкурентами ПрАТ «Вінницький ОЖК» в сегменті експорту продуктів переробки олійних культур є ТОВ Кернел, компанія Сантрейд, а ПрАТ «Вінницький ОЖК» посідає 3-тє місце в групі потужних експортерів.

РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРАТ «ВІННИЦЬКИЙ ОЖК»

3.1. Програма діяльності щодо розвитку системи забезпечення конкурентних переваг при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на ПРАТ «Вінницький ОЖК»

В ринковому суспільстві вже тривалий час обговорюється необхідність формування ефективної ринкової системи впорядкованої реалізації економічної влади та суспільно врівноваженого контролю над економікою. Особливо цей напрямок отримав реалізацію в ЄС.

В переліку політик, які реалізовано через принципи ОЄСР в Європі одним із головних напрямків уваги урядів та корпоративних підприємств зазначено завдання забезпечення продовольчої безпеки через якісне харчування та стійке виробництво [34], розвиток якого реалізується через «зелене зростання».

Головною складовою означеного курсу є забезпечення потреб населення в продуктах харчування належної якості. Практично можна стверджувати, що якість продуктів харчування набула статусу національної ідеї у ЄС: у межах ЄС діє Постанова про економічне землеробство і відповідне маркування сільськогосподарської продукції та продуктів харчування (позначка СЕ), без неї товар не допускається на спільний ринок; прийнято правові норми прямої дії стосовно продуктів харчування (Закон «Про харчові продукти», Постанова Європейського парламенту і Ради ЄС № 178/2002/ЄС). У цілій низці законів містяться вимоги до харчових продуктів (Постанови Європейського парламенту і Ради 178/2002, 852/2004, 853/2004, 854/2004 і 882/2004), що регламентують визнання підприємств, вимоги до харчових продуктів, вимоги до складу окремих категорій продуктів, спеціальні вимоги до харчових добавок і домішок, дозволений рівень забруднення, мікробіологічні вимоги,

матеріали та предмети, що знаходяться у контакті з продуктами харчування, вимоги до чистоти, дезінфекції, засобів боротьби із шкідниками, вимоги до працівників, що виготовляють або обробляють продукти харчування й сировину, вимоги до рівня чистоти води, маркування товару, належний контроль виробником, регламенти ввезення продуктів харчування до ЄС, державний нагляд, вимоги до лабораторій тощо.



Рис. 3.1. Система взаємозв'язку продуктів харчування і здоров'я у ЄС [35,36]

Остання новація у макруванні продуктів харчування свідчить про посилення контролю за відповідністю продукції нормам вживання.

Спільна стратегія ЄС у сфері продуктів харчування (виробництва, забезпечення та споживання) складається з трьох частин: оптимальне харчування, безпека харчових продуктів і продовольча безпека, які

ґрунтуються на принципах політики «Здоров'я ХХІ» та «Програми на ХХІ століття».

Головним трендом у секторі екологізації діяльності корпоративного сектору в розвинутих ринкових країнах вважається «зелена економіка».

В сучасних умовах виснаження навколишнього середовища та зниження конкурентоспроможності української продукції, вітчизняним переробним компаніям надзвичайно важливо використати нішу виробництва органічних та екологічних продуктів.

Спираючись на цей висновок ми вважаємо необхідність визначити основним чинником конкурентної переваги для експорту продукції ПрАТ «Вінницький ОЖК» до країн ЄС саме виробництво органічної екологічної та безпечної олії.

Таблиця 3.1

Оцінка впливу впровадження екологічних заходів у олійно-жировій галузі

Напрями	Олігопольні	Великі	Середні	Малі
Поліпшення репутації компанії	Так	Частково	-	-
Поліпшення взаємодії з постачальниками і споживачами	Так	Частково	-	-
Вдосконалення управління витратами	Так	Так	Частково	-
Скорочення штрафів за порушення законодавчих екологічних норм	Так	Так	-	-
Заощадження сировини, матеріалів, енергії	Так	Так	Частково	-

Джерело [26-29]

На підприємстві дотримуються вимог стандарту ISO26000 та розроблено заходи з екологічного нагляду за виробництвом.

ПрАТ «Вінницький ОЖК» прагне до лідерства у сфері природоохоронної діяльності.

На підприємстві впроваджена та функціонує інтегрована система екологічного менеджменту у відповідності з вимогами міжнародних стандартів ISO 14001:2015, що розповсюджується на приймання та зберігання олійної сировини, виробництво олії соняшникової, соєвої та ріпакової (пресової, екстракційної, або суміші пресової з екстракційною), шроту соняшникового, соєвого, ріпакового (тостованого та гранульованого), фасованої олії, продуктів процесу переробки (лушпиння соняшнику, соєвої оболонки), зберігання та відвантаження готової продукції.

В 2022 підприємство успішно здійснило ресертифікацію інтегрованої системи екологічного менеджменту та менеджменту професійної безпеки та здоров'я.[26]

Переглянули цілі екологічної політики підприємства. Вони спрямовані на забезпечення раціонального використання природних ресурсів (поверхневих та підземних вод, атмосферного повітря, ґрунтів та ін.), підвищення енергозбереження, охорону довкілля, скорочення викидів шкідливих речовин та підвищення корпоративної культури в галузі охорони навколишнього середовища.

З цією метою на підприємстві постійно досліджуються наявні виробничі процеси для оцінки їх впливу на природне середовище. За результатами моніторингу щорічно розробляються плани та заходи щодо поліпшення системи екологічного та соціального управління.

До комплексних заходів в напрямі охорони навколишнього середовища належить:

- застосування сучасних технологій очищення стічних вод та викидів у повітря;
- запровадження повторного використання ресурсів;
- реалізація відходів, як побічних продуктів та на вторинну сировину;
- безпечне поводження з відходами на підприємстві в місцях тимчасового зберігання;
- система роздільного сортування твердих побутових відходів;

- передача відходів на утилізацію спеціалізованим організаціям для їх безпечного видалення;
- проведення дератизації, дезінфекції та дезінсекції поверхонь по підрозділах комбінату;
- сертифікація за схемою сталості біомаси, щодо контролю викидів парникових газів;

Контролюється виконання та фінансування затверджених заходів по підприємству.[26]

Керівництво дбає про збереження життя та здоров'я учасників виробничої діяльності та про недопущення шкідливого впливу на екологію за рахунок бережного відношення до довкілля, раціонального використання ресурсів та оптимізації роботи комбінату, підвищення рівня компетентності персоналу у сфері екології, професійної безпеки та здоров'я, корпоративної культури в галузі охорони навколишнього середовища.

Проте, всі заходи екологічного напрямку направлено на підвищення внутрішньої ефективності виробництва і не зачіпають забезпечення екологічних переваг зовнішньоекономічної діяльності.

Пропонуємо наступні напрямки екологізації діяльності підприємств олійно-жирової промисловості: екологізація вирощування, екологізація переробки та екологізація логістики.

З огляду на це ми пропонуємо впровадження наскрізної системи забезпечення виробництва органічної олії, спочатку соняшникової, та експорт її під брендом підприємства. І розпочата вона має бути з лану. Для цього мають бути заплановані консультації для тих фермерських господарств, які почнуть вирощувати соняшник без додавання хімічних засобів стимулювання врожаю.

Виробничий ефект від зеленої економіки можливий, наприклад, компанія Віолія допомогла 3-4 роки тому технікою, технологією та консультаціями фермеру, що обробляє 40000 га посівів олійних культур, налагодити «зелене виробництво». Тепер фермер здійснює постачання на партнерських умовах сировини, з якої виробляється органічна олія.



Рис.3.2. Ефекти від екологізації діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Джерело [26,36]

Оскільки вимоги до якості та безпечності продукції зростають, досить важливим для кожної компанії, що приймає готову продукцію є можливість прослідкувати усю ланку виробництва, переробки та дистрибуції таким чином, щоб у випадку необхідності відізвати продукцію з ринку, продавець міг це зробити безпомилково, в повному обсязі та належним чином попередити усі інші компанії. Учасник має прийняти усі належні міри для забезпечення того, що вироблена продукція переробки може бути прослідкована на всіх етапах. Тобто, має бути реєстр з відповідними даними про закупівлю, виробництво та продаж. Утворення дієвої системи контролю повинно базуватися на сертифікації виробника і лише потім, на контролі якості продукції, яку він виробляє.

Здебільшого підприємства використовують маркетингові та іміджеві засоби участі в «зеленій економіці»: проведення семінарів, розповсюдження інформації, надання поворотної допомоги для впровадження зеленої технології (Віолія).

Компанії включають до сфери розвитку енергоефективності: власну економію пального, заміну освітлювальних приборів, відмову від використання авто 1 день на тиждень тощо, а відмову від використання пластикових стаканчиків у кафе – як свідомий вибір у боротьбі із забрудненням навколишнього середовища.

В Україні технологія No-till не нова, але не розповсюджена серед аграріїв. Правильно підібрана сівозміна в контексті технології no-till, за якою працює його підприємство допоможе зменшити собівартість сільгоспробіт і цим самим збільшити прибуток підприємства. Серед українських сільськогосподарських компаній, що співпрацюють із ПрАТ «Вінницький ОЖК» і впроваджують дану технологію: холдинг «Агро-Союз», ТОВ «Шпола-Агро Індустрі», компанія «Агромир», ТОВ «Агрілаб», частково «ВіОлія». [26]

У результаті проведення безкоштовних консультацій з питання екологічних засобів для постачальників, зокрема для фермерських господарств, витрати підприємства за розрахунками економістів становитимуть близько 800 тис. грн.

Таблиця 3.2

**Визначення рівня «зеленого ефекту» від розповсюдження
екологічної ініціативи (2023 / 2024 МР.) на ПрАТ «Вінницький ОЖК»**

Показник	Екологічне консультування	
	Кількість осіб/год	Сума, грн
Агро-Союз	395	268600
Агромир	416	199680
Агрілаб	228	109440
Шпола-Агро Індустрі	219	105120
ВіОЛІЯ (на власних угіддях)	134	64320
Усього	747160	

Укладено автором за даними підприємства

Набутком від такої співпраці для ПрАТ «Вінницький ОЖК» є гарантоване отримання органічного соняшникового насіння для потреб виробництва.

Частка забрудненої пестицидами продукції на світовому ринку становить близько 15 %, а в Україні - до 25%, що говорить про те, що законодавство у сфері поводження із пестицидами недостатньо дієве. Згідно з доповіддю, опублікованою Продовольчою та сільськогосподарською організація ООН (FAO), цей вид кримінального бізнесу знаходиться у ТОП-10 за рівнем рентабельності (FAO). Більше того, всі 1092 зареєстровані пестициди в Україні не контролюються державою, а пестициди, які заборонені до використання у Європейських країнах, активно використовуються українськими підприємствами.

Таблиця 3.3

Перелік пестицидів заборонених до використання в ЄС

Назва	Україна	Для яких олійних культур використовується	ЄС
Ацетохлор	Дозволено	Соняшник	Заборонено
Гліфосат		Соняшник, соя, ріпак	Дозволено
Карбендазім		Соняшник	Заборонено
Металохлор		Соняшник, ріпак	
Ципросульфамід		Соняшник, ріпак	
Фіпроніл		Соняшник, ріпак	
Прометрін		Соняшник	

Джерело [37]

Склад і концентрація забрудненої стічної води на Вінницькому ОЖК наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

**Склад і концентрація забрудненої стічної води на ПрАТ
«Вінницький ОЖК»**

Назва стоку та шкідливих речовин у ньому	Напрямок скиду	Кількість		Характеристика стоків	
		М ³ /год	М ³ /добу	Назва показника	Величина стоку
Стічна вода при скиданні в систему каналізацію	У власну систему каналізації	4,7	100	Зважені речовини	302
				Жири загальні	3,4
				Нафта і нафтопродукти	2,8
				Азот амонійний	18

Джерело [37]

Особливу роль в забезпеченні високої якості виготовленої продукції у контексті Європейської інтеграції та розширенні ринків збуту необхідно надати міжнародній стандартизації. Впровадження системи менеджменту безпеки продукції (далі – СМБП) та отримання сертифікатів міжнародного зразка допомагає ПрАТ «Вінницький ОЖК» покращити свій імідж на світовій арені, збільшити об'єми експортованої продукції. Впровадження процедур, що засновані на принципах НАССР (Система управління безпечністю харчових продуктів, далі - ХАССП) на потужностях підприємств переробної промисловості є надзвичайно важливим методом, оскільки без даних принципів неможливо гарантувати, що продукт вироблений із урахуванням усіх норм для збереження якості і безпеки продукту. Без системи ХАССП на сьогоднішній день не може працювати жодне переробне підприємство. На базі ХАССП створені практично усі сучасні стандарти системи харчової безпеки: ISO 22000, FSSC 22000, BRC, IFS, Global Gap, SQF та інші. [37]

Впровадження міжнародних систем – перший крок до екологізації виробництва, оскільки вони дозволяють нейтралізувати біологічні, фізичні та хімічні ризики, знизити витрати а також підвищити конкурентоспроможність як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Підприємства, які мають сертифікати відповідності стандартам якості та харчової безпеки з міжнародною

акредитацією, отримують багато конкурентних переваг. Головною умовою Єврокомісії для відновлення імпорту української олії було впровадження на всіх підприємствах України системи безпеки харчових продуктів.

ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» також віддає перевагу сертифікації своєї продукції для розширення ринків збуту та гарантії якості своєї продукції. На ПрАТ «Вінницький ОЖК» функціонує інтегрована система управління (ІСУ) якістю та безпечністю харчових продуктів та кормових продуктів (шроту), яка відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001:2009 та ДСТУ ISO 22000:2007. Комбінат сертифікований за системою екологічної сталості (ISCC) та GMP+. На підприємстві також впроваджена та успішно функціонує система НАССР. Отже, екологізація переробки надасть наступні вигоди підприємствам олійно-жирової промисловості: підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції, зменшення відходів та забруднення стічних вод, підвищення авторитету на міжнародному рівні та вихід на нові ринки збуту. Останній напрямок екологізації олійно-жирової промисловості – екологізація логістики, що включає в себе запровадження нових логістичних концепцій та сертифікацію автотранспорту.

Весь процес діяльності з екологізації виробництва олійно-жирової продукції може контролюватись відповідним до структури екологічним менеджментом підприємства. [37]

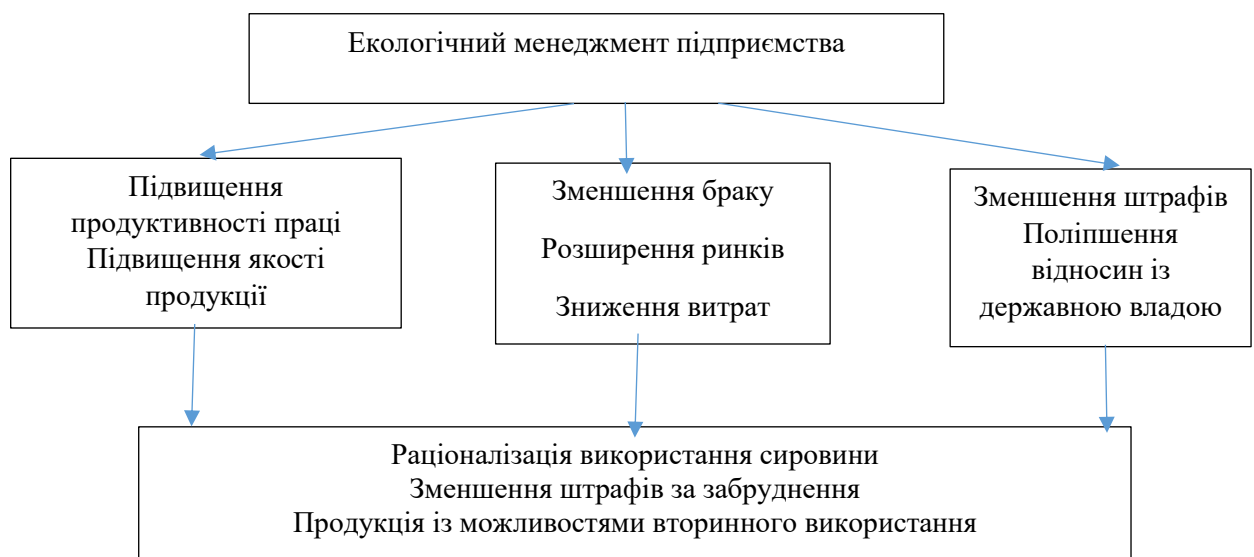


Рис. 3.3. Переваги впровадження екологічного менеджменту на ПрАТ «Вінницький ОЖК» Джерело: побудовано автором на основі [37].

Також на нашу думку, підприємству варто робити акцент на вирощуванні та переробці органічних культур з подальшою реалізацією фасованої продукції.

3.2. Обґрунтування доцільності впровадження заходу на ПрАТ «Вінницький ОЖК»

За рахунок виробництва на підприємстві органічної фасованої олії з насіння соняшника вдасться збільшити додану вартість готового продукту. Більше того, не варто забувати про нішеві культури, з яких буде вироблятися високоолеїнова, льняна, канабісова, гарбузова, арахісова та інші види олій. Проте все-рівно рівень вирощування звичайного соняшнику набагато вищий, хоча рентабельність вирощування високоолеїнового – набагато вища.

Таблиця 3.5

Оцінка можливості виведення на ринок ЄС органічної фасованої олії

Стратегія розвитку товару	Чи зможе компанія успішно розширити асортимент товарів на поточному ринку?		
	Оцінка параметра		
	Можлива	Ймовірна	Неможлива
Опис поточного ринку та нового товару	Поточний ринок: роздрібна торгівля оліє-жировою продукцією. Новий товар: органічна соняшникова олія		
Темпи зростання поточного ринку	Високий	Сповільнюється, але зростаючий	Стагнація або зниження обсягу ринку
Розмір поточного ринку	Великий	Середній	Малий
Поточний продукт (олія пресова) має недоліки або знаходиться на останній стадії життєвого циклу товару	Так	Намічаються тенденції до зниження попиту на поточний товар	Ні
Внутрішньогалузева конкуренція	Висока	Тенденції до посилення	Низький рівень
Загроза входу нових гравців	Так	X	Ні
Успіх в галузі залежить від інноваційності	Так	X	Ні
Рівень оновлення асортименту і появи новинок у ключових конкурентів	Високий	X	Низький

Екологізація вирощування, екологізація переробки та екологізація логістики відображатимуться в певних економічних, екологічних та соціальних ефектах.

Для виготовлення органічної фасованої соняшникової олії потрібно розглянути поточний рівень завантаженості існуючих потужностей ПрАТ «Вінницький ОЖК» (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Рівень завантаженості потужностей на ПрАТ «Вінницький ОЖК» для виробництва фасованої соняшникової олії в 2022 р, %

Місяці	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Лінія виробництва фасованої олії	76	74	52	52	51	73	23	28	77	75	74	71

Джерело: розроблено автором

Неритмічна робота виробничого устаткування пов'язана із вираженою сезонністю виробництва та переробки насіння. Проте саме в цей період з березня по серпень включно можна використовувати обладнання без перешкод для переробки давальницького продукту.

Таблиця 3.7

Розрахунок планової собівартості виробництва фасованої рафінованої олії органічної на експорт для ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Стаття собівартості	Частка у загальній вартості, %	Вартість (тис.грн/т)
Сировина	83,3	47155
Енергоресурси (тепло, електроенергія)	3,6	2038
Заробітна плата з нарахуваннями	1,84	1042
Загальновиробничі витрати	2,03	1149
В т.ч.амортизація	0,97	549
Всього виробнича собівартість органічної олії	90,8	51401
Пакувальні матеріали	2,6	1472
Загалом сировина і матеріали		502307
Транспортно заготівельні витрати	5,0	2830
Адміністративні витрати (частка холдингу ViOil)	2,6	1472
Повна собівартість	100	56609,16
рентабельність	10	
прибуток		5661,0
Відпускна ціна		62270,16
Ціна у дол.США EXW		1672

Тепер можна розрахувати відпускну ціну на умовах EXW, FOB Україна та FOB Китай.

Таблиця 3.8

Визначення відпускної ціни продажу фасованої соняшникової олії органічної

Показник	Вартість		
	Партія 1000 т	Партія 1 т	1 пляшка 2 л
Ціна EXW	74724200	74724,2	149,5
Ціна в \$	2453000	2453	4,9

Розраховано автором

Курс 1\$ за даними НБУ приймаємо 36, 46 грн. [38]

Тепер розглянемо як виробництво органічної фасованої соняшникової олії вплине на показники діяльності підприємства.

Таблиця 3.9

Прогноз впливу виробництва органічної соняшникової олії на експорт та на показники діяльності ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Показник	Од.виміру	Роки		Відхилення	
		базовий	Прогноз	Абс +/-	%
Виготовлено продукції	тон	507 841	508 241	+400	0,08
Чистий дохід	Тис.грн	3 405 001	3 467 271	62270	1,8
собівартість реалізованої продукції	Тис.грн	2 527 695	2 584 304	56609	2,2
Адміністративні витрати	Тис.грн	47 264	47 264	-	-
Витрати на збут	Тис.грн	283 071	285 871	2800	1,0
Інші операційні витрати	Тис.грн	358 134	358 134	-	-
Амортизація	Тис.грн	166 720	166 720	-	-
Чистий прибуток	Тис.грн	105 893	111554	5661	5,3

Розраховано автором

Таким чином, ми бачимо, що захід є ефективним і підприємство отримає прибуток.

Проте ми повинні визначити чи зміниться наша конкурентна позиція на європейському ринку. Для цього виконаємо порівняння із існуючими постачальниками органічної олії на європейський ринок.

Таблиця 3.10

Зміни конкурентної позиції ПрАТ «Вінницький ОЖК» на ринку ЄС

Ключові фактори успіху	Оцінка фактора	Сантрейд		ТОВ «Кернел»		ПрАТ «ВОЖК»		ПрАТ «ВОЖК» Зміни після впровадження заходу	
		рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка	рейтинг	заг. оцінка
Якість продукції	0,35	4,6	1,61	4,1	1,435	4,4	1,54	4,8	1,64
Технологія	0,25	4,3	1,075	4,6	1,15	4,2	1,05	4,2	1,05
Частка ринку	0,15	3,5	0,525	3,8	0,57	3,3	0,495	3,4	0,5
Фінансові можливості	0,1	3,8	0,38	4,5	0,45	3,5	0,35	3,5	0,35
Інвестиційна привабливість	0,15	4,4	0,66	4,4	0,66	3,8	0,57	3,85	0,6
Всього:	1		4,25		4,265		4,005		4,14

Розраховано автором

Таким чином, за рахунок виведення на ринок ЄС органічної олії соняшникової ПрАТ «Вінницький ОЖК» може значно покращити свої конкурентні позиції.

Для просування продукції підприємства в ЄС слід порадити ПрАТ «Вінницький ОЖК» звернути увагу на створення бренду органічної олії.

3.3. Управлінсько-організаційне рішення щодо забезпечення реалізації запропонованого заходу на ПрАТ «Вінницький ОЖК»

Розширення асортименту продукції підприємства потребує певних менеджерських рішень та економічного обґрунтування.

Спочатку розглянемо процедуру та тривалість впровадження органічної олії на підприємстві. (див. таблиця 3.11)

Складання регламенту проведення робіт для впровадження виробництва фасованої органічної олії на ПрАТ «Вінницький ОЖК» потребує проведення 15 покрокових дій. Тепер можемо побудувати мережевий графік у графічному вигляді. (див. рис 3.4)

Таблиця 3.11

**Оцінка тривалості проекту впровадження виробництва органічної
олії на ПрАТ «Вінницький ОЖК»**

№ п/п	Назва операції	Код операції	Шифр операції	Тривалість операції, днів
1.	Дослідження ринку та тенденцій споживання органічної олії на ринку ЄС	A	-	20
2.	Розробка та опис нового продукту	B	A	5
3.	Визначення фінансових та виробничих можливостей підприємства	C	B	10
4.	Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження виробництва органічної олії	D	C	3
5.	Розроблення календарних планів, бюджету та кошторису процедури виробництва органічної соняшникової олії	E	D	10
6.	Розробка рецептури органічної соняшникової олії	F	E	20
7.	Розробка упаковки фасованої органічної соняшникової олії	G	E	5
8.	Проведення дегустацій серед незалежних Експертів та співробітників Асоціації Укролія	H	F, G	2
9.	Розробка технологічного процесу	I	H	3
10.	Укладання контрактів з постачальниками сировини, що вирощують органічне насіння соняшнику	J	I	5
11.	Виробництво пробної партії нового продукту	K	J	30
12.	Складання плану продажів та просування Органічної фасованої соняшникової олії	L	J	25
13.	Аналіз фінансових результатів та задоволеності споживачів	M	K, L	10
14.	Підготовка звітної документації	N	M	5
15.	Оцінка результатів впровадження виробництва фасованої органічної соняшникової олії	O	N	2

Джерело: розроблено автором

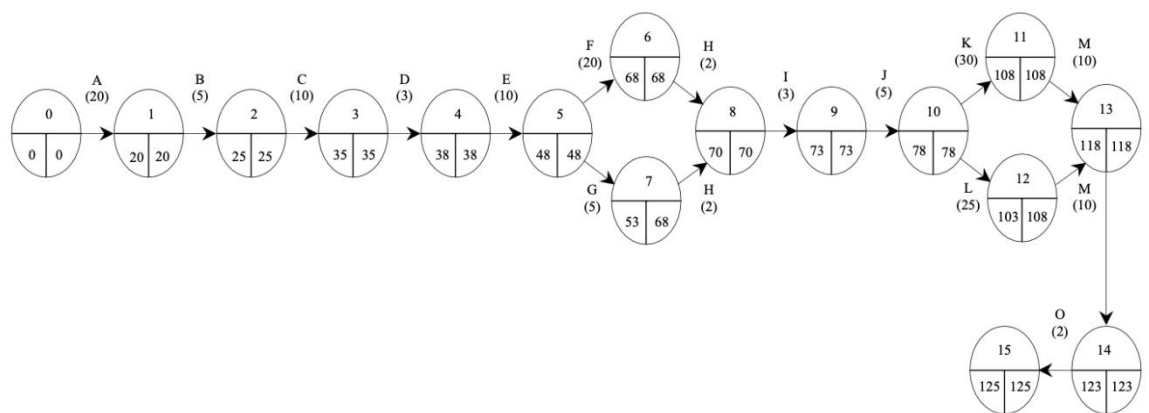


**Рис. 3.4. Сітковий графік виробництва органічної соняшникової олії
на ПрАТ «Вінницький ОЖК»**

Таким чином, критичний шлях дорівнює:

$$20 + 5 + 10 + 3 + 10 + 20 + 2 + 3 + 5 + 30 + 10 + 5 + 2 = 125 \text{ днів.}$$

Наступним кроком має бути складання календарного плану впровадження виробництва фасованої органічної соняшникової олії на експорт.

Таблиця 3.12

Календарний план проєкту

Код операції	Операція	Тривалість, дні	Дата початку	Дата кінця	Резерв, дні
A	Дослідження ринку та тенденцій споживання органічної олії на ринку ЄС	20	01.01.23	28.01.23	
B	Генерування та вибір ідей	5	29.01.23	04.02.23	
C	Визначення фінансових та виробничих можливостей підприємства	10	05.02.23	18.02.23	
D	Техніко-економічне обґрунтування доцільності впровадження виробництва органічної олії	3	19.02.23	21.02.23	
E	Розроблення календарних планів, бюджету та кошторису процедури виробництва органічної соняшникової олії	10	24.02.23	05.03.23	
F	Розробка рецептур виробництва органічної олії	20	08.03.23	02.04.23	
G	Розробка упаковки органічної соняшникової олії	5	08.04.23	12.04.23	15
H	Проведення дегустацій серед незалежних експертів та працівників Асоціації Укролія	2	05.05.23	07.05.23	
I	Розробка технологічного процесу	3	08.05.23	13.05.23	
J	Укладання контрактів з постачальниками сировини, що вирощують органічне насіння соняшнику	5	14.05.23	21.05.23	
K	Виробництво пробної партії нового продукту	30	22.05.23	03.06.23	
L	Складання плану продажів та просування Органічної фасованої соняшникової олії	25	22.05.23	27.06.23	5
M	Аналіз фінансових результатів та задоволеності споживачів	10	04.07.22	18.07.23	
N	Підготовка звітної документації	5	21.07.23	28.07.23	
O	Оцінка результатів впровадження виробництва фасованої органічної соняшникової олії	2	29.07.23	31.07.23	

Джерело: складено автором

В умовах глобалізаційних процесів економічного простору важливість та актуальність підвищення конкурентоспроможності підприємства та адекватної сучасним реаліям її оцінка залишається основною запорукою його життєдіяльності. Тому вчасне коригування діяльності та впровадження актуальних менеджерських рішень є необхідною умовою успішності підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках

Висновок до Розділу 3

Головною умовою Єврокомісії для відновлення імпорту української олії було впровадження на всіх підприємствах України системи безпеки харчових продуктів.

ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» також віддає перевагу сертифікації своєї продукції для розширення ринків збуту та гарантії якості своєї продукції.

За рахунок виробництва на підприємстві органічної фасованої олії з насіння соняшника вдасться збільшити додану вартість готового продукту. Більше того, не варто забувати про нішеві культури, з яких буде вироблятися високоолеїнова, льняна, канабісова, гарбузова, арахісова та інші види олій. Проте все-рівно рівень вирощування звичайного соняшнику набагато вищий, хоча рентабельність вирощування високоолеїнового – набагато вища.

Запропоновано виробництво 400 т органічної соняшникової олії для європейського ринку. Розширення асортименту потрібно робити в ніші, яка ще на зайнята основними конкурентами ПрАТ «Вінницький ОЖК».

Впровадження органічного продукту посилить конкурентну позиції підприємства, максимально наблизивши його до основного конкурента.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Конкурентна перевага є основою виживання та розвитку підприємства особливо на зовнішньому ринку.

В процесі дослідження ми з'ясували, що головні правила, якими керується компанія, що досягає успіху зведено до наступних трьох чинників:

Краще важливіше, ніж дешевше. потрібно надати більше цінності своєму продукту, а не знижувати ціну.

Прибутки раніше, ніж витрати: збільшувати прибутки, а не як скорочувати витрати.

Проведене дослідження дає змогу зробити висновок, що конкурентні переваги слід характеризувати як здатність компанії зміцнювати власну конкурентну позицію на ринку, пристосовувати види господарської діяльності до обраної стратегії, обирати ефективну політику економічних відносин із конкурентами, швидко реагувати на зміни у конкурентном

Конкурентні переваги втілюються у продукцію, що випускає підприємство та подальшій реалізації її на світових ринках. Реалізація продукції, яка має конкурентну перевагу по відношенню до інших суб'єктів господарювання, отримує ефект. Вагомість конкурентних переваг в господарській діяльності будь-якого підприємства створює необхідність визначення їх величини за допомогою використання різних методик. В практичній діяльності виділяють застосування різних методів проведення аналізу конкурентних переваг, але найбільш розповсюдженими є ті методи, які характеризують ринкові позиції підприємства (продукції). у середовищі тощо.

Враховуючи багатогранність та важливе значення для господарської діяльності підприємства такої складної категорії, як конкурентні переваги, вчасна та достовірна оцінка дасть змогу виявити основні проблеми в практичній діяльності та утримати і зміцнити свої конкурентні позиції на ринку. Як показує, досвід функціонування підприємств різних сфер галузей,

говорить про забезпечення конкурентоспроможності здобуття конкурентної переваги недостатньо. Адже стає зростання забезпечує стійка перевага, тобто процес досягнення та утримання конкурентних переваг повинен бути постійним.

В роботі розглянуто оцінку конкурентних переваг підприємства за методом «п'яти сил Портера», що дає можливість визначити всебічний вплив зовнішніх сил на конкуренцію.

Завдяки комфортним природним умовам і багатим земельним ресурсам сільське господарство та харчова промисловість є одним з провідних виробництв в економіці України. Воно не лише може забезпечувати населення нашої держави якісними продуктами, а й становить значну частку в зовнішній торгівлі України.

Соняшник займає близько 22 % усіх посівних площ в Україні. Країна посідає 1-ше місце в світовому рейтингу, забезпечуючи понад 28 % світового виробництва соняшнику.

Визначальною умовою подальшого розвитку ринкових відносин та реалізації євроінтеграційних процесів в Україні є підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробничих підприємств. В сучасних умовах конкурентоспроможність підприємства розглядається як можливість боротися за ринки збуту, здатність випереджати конкурентів, використовуючи сучасні технології, вміння максимально ефективно розподіляти ресурси з метою випуску високоякісної продукції.

Оскільки олійно-жирова галузь України є однією з найбільш успішних та прибуткових, важливою проблемою забезпечення її конкурентоспроможності є формування ефективних систем управління, спрямованих на забезпечення функціонування підприємств в умовах конкурентного середовища на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Органічна високоолеїнова соняшникова олія – це продукція, що виробляється на сертифікованому виробництві, з дотриманням вимог якості та екологічних стандартів на всіх етапах її виготовлення – від вирощування

насіння соняшнику до виробництва олії та продуктів її переробки, їх зберігання та продажу. Країни ЄС виробляють 50% соняшнику високоолеїнових сортів (переважно у Франції, Іспанії, Угорщині та Румунії). При цьому в Україні у 2019 р. лише 2,5-3% виробництва соняшника припадає на високоолеїнові сорти. Експерти ринку олійно-жирових культур прогнозують щорічне зростання споживання високоолеїнових олій на світовому ринку на рівні 6,5 відсотків.

Виробництво органічної високоолеїнової соняшникової олії стає все більш популярним в світі, що пов'язано з усвідомленням корисності її споживання для здоров'я людей та позитивного впливу на навколишнє середовище. Крім того, переваги органічного виробництва перед традиційним мають ряд економічних, екологічних та соціальних аспектів: економічні пов'язані з перспективою збільшення прибутковості виробництва органічної продукції та її конкурентоспроможності; екологічні полягають в збереженні навколишнього середовища в процесі виробництва; соціальні у насичені споживчого ринку якісною продукцією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Підручник/ Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко , Т. М. Чечетова-Терашвілі. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 320 с.
2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 50-53.
3. Балабанова Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія. Донецьк : Дон-ДУЕТ, 2006.– 294 с.
4. Конкурентоспроможність національної економіки / За ред. д-ра екон. Наук Б. Є. Кваснюка.– К. : Фенікс, 2005.– 582 с.
5. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. Посіб. К. : КНЕУ, 1998.– 152 с.
6. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємств К. : МАУП, 2000.– 128 с.
7. Тищенко А. Н. Стратегия управления развитием предприятия . Х.: ЭДЭНА, 2003.– 198 с.
8. Шевченко Л. С. Конкурентное управление. Учеб. пособ.– Харьков : Эспада, 2004.– 520 с.
9. Шегда А. В. Основы менеджмента Учеб. пособ. К. : «Знання» КОО, 1998.– 512 с.
10. Портер М. Конкурентна перевага. К., 2019, 312 с.
11. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О. Визначення конкурентної переваги підприємства на засадах забезпечення розвитку його економічного потенціалу. *Ефективна економіка*, 2014. №7 . URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3174>
12. Лупак Р.Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства *.Бізнес Інформ*. 2013. №4. С. 320–325.
13. Яценко О.М. ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ЗА РАХУНОК СТВОРЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ (НА ПРИКЛАДІ

МЕДУ НАТУРАЛЬНОГО). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017, №15, ч.2. С.170-180

14. Бондаренко С.М. , Лісовський М.Ю. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – УНІКАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017, №15, ч.1. С.42-45

15. Касич А.О. Управління конкурентними перевагами підприємства . *Економічний аналіз*. 2016. № 2, Том 25. С. 79-85.

16. Мельник Л.Г. Экологическая экономика, Екологічна економіка: підручник. 3-тє вид., випр. і доповн. Суми : Університетська книга. 367 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/45309/1/Melnyk_Ekolohichna_e_konomika.pdf

17. Діденко Є.О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства . Електронне наукове фахове видання «*Ефективна економіка*». Дніпропетровськ: ДДАЕУ, 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>

18. Волоснікова Н., Климова С., Губанова Н., Косич М., Яцина В. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ. FINANCIAL AND CREDIT ACTIVITY: PROBLEMS OF THEORY AND PRACTICE Volume 4 (45), 2022. URL: file:///C:/Users/Yevgeniya%20Kopystyans/Downloads/3784_365-373.pdf

19. Vasylieva, O. I., & Rybka, A. O. (2021). Analiz suchasnykh problem formuvannia ta rozvytku liudskoho kapitalu v Ukraini [Analysis of modern problems of formation and development of human capital in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid - Investments: practice and experience*, 4, 93-97. Retrieved from http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2021/17.pdf DOI: 10.32702/2306 6814.2021.4.93 [in Ukrainian].

20. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія . Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

21. Михайлик Г.В. Конкурентні переваги та шляхи їх формування на машинобудівних підприємствах України . *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 11 . С. 130-136.
22. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник . Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
23. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Одеса : Атлант, 2018. 470 с.
24. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2012-2013. Klaus Schwab, World Economic Forum. – Geneva, Switzerland, 2012 URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf
25. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ВІННИЦЬКИЙ ОЛІЙНОЖИРОВИЙ КОМБІНАТ" - #00373758 - Clarity Project / Beta URL: clarity-project.info
26. Звіт про фінансові результати ПрАТ Вінницький ОЖК. URL: <http://vmzhk.vioil.com/reports.html>
27. АПК-інформ. 2023.№11. С.13-28
28. Асоціація Укролія. ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
29. Пономарчук В.Є., Мормітко В.Г. Реалії втілення та розвитку стратегії переробки олійних культур промисловою групою «Віойл». *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету*. №1 (89) 2015. Том 2.. С.117-125
30. Очікуване виробництво сільськогосподарської продукції в Україні у 2023 році: методика і розрахунки (серпень 2023 року). К.: ННЦ «ІАЕ», 2023.– 64 с.
31. Агро+ . **www.agroperspectiva.com**
32. Про чергові загальні збори учасників асоціації «Укроліяпром», 15 жовтня 2019 року, URL: <https://ukroilprom.org.ua/news/pro-chergovizagalnizbory-uchasnykiv-asotsiatsiy-ukroliyaprom-177/>

33. Бескупська О.В. Глобальні виклики для олійно-жирової промисловості України у 2020 році. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»* 2021. №1 (45). Т. 1.С.51-56
34. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ І АДМІНІСТРУВАННЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА / за ред. Драган О.І. та Скопенко Н.С. К., Кафедра, 2020. 404 с.
35. Європейський зелений курс: можливості та загрози для України. 2023. Київ, 74 с.
36. Світ органічного сільського господарства. Статистика та нові тенденції 2020. Дослідний інститут органічного сільського господарства (FiBL), м.Фрік, Швейцарія та Міжнародна федерація органічних сільськогосподарських рухів – Органікс Інтернешнл (IFOAM – Organics International), м. Бонн, Німеччина. 2020. 160 с.
37. Бескупська О.В. Впровадження еколого-орієнтованих методів виробництва на підприємствах переробної промисловості. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 2. С. 15-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2017_2_
38. Сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerates>
39. Стратегія розроблена робочою групою при Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України за підтримки проекту «Німецько-український агрополітичний діалог (АПД)» реалізується за підтримки Федерального Міністерства продовольства та сільського господарства (BMEL).
40. Види забруднюючих речовин. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ns/vzrpgz_2019.html?fbclid=IwAR0GL8uhHKq6rl512ju805CGMSNyhWWD6Y7xrH0ihxPPULnKDMfEwPd1uPs
41. Кравчук В., Ангел Є. Яка промислова політика потрібна Україні для переходу до Індустрії 4.0? *Дзеркало тижня*, №13, 6-12 квітня 2019 року URL:

https://dt.ua/macrolevel/yaka-promislova-politika-potribna-ukrayini-dlya-perehodu-do-industriyi-4-0-307765_.html/

42. Пилипенко А.В., Артеменко Л.П. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ. IV Міжнародна науково-практична конференція "БІЗНЕС, ІННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ". 2023. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/279694>

43. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 2. С. 60-66.

44. У нас є: у інших немає. Що таке конкурентна перевага. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/u-nas-est-u-drugih-net-chto-takoe-konkurentnoe-preimushchestvo-08042021-420825>

45. Шаповалова І.В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів *Економіка і суспільство*. 2017. №10. – С.427-432

46. Ткачук О.М. Харкова Ю.П. Конкурентні переваги підприємства / Перспективні напрямки наукової думки [текст]: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 18 квітня 2018 року у м. Тернопіль: зб. наук. праць «ΛΟΓΟΣ» / відп. за випуск Голденблат М.А. // ГО «Європейська наукова платформа». – Обухів: Друкарня «Друкарик» (ФОП Гуляєва В.М.), 2018. – Т.3. – С.66-70.

47. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств [Текст] *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. –С. 5–8.

48. Кирич Н. Конкурентні переваги як основа успішної стратегії розвитку організації *Соціально- економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). — С. 334-344. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21knbsro.pdf>

49. Селезньова Г.С. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА: ДЖЕРЕЛА ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип.15. С.131-141

50. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів: монографія. К.: КНЕУ, 2013. 454 с.

51. Закон України «Про внесення змін до нормативно-правових актів та визнання такими, що втратили чинність, деяких наказів з питань ліцензування

зовнішньоекономічної

діяльності»

URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1368-11#Text>

52. Довідник процедур для експортера. Міністерство економіки України.

URL:

file:///C:/Users/Yevgeniya%20Kopystyans/Downloads/%D0%94%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_final.pdf

53. Інтернет сайт АПКінформ URL: <http://www.apkinform.com>

54. Огляд українського ринку соняшнику та соняшникової олії - 2022/23.

Режим доступу: <http://shareuapotential.com/ru/BE/ukrainian-podsolnechnik-maslo-2023.html>

ДОДАТКИ

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку I "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство **Приватне акціонерне товариство "Вінницький олійножировий комбінат"** Дата (рік, місяць, день) **2023, грудень, 31**

Територія **ВІННИЦЬКА** за КМД ГТГ **1** КОДИ **U/A05020030010063857**

Організаційно-правова форма господарювання **Акціонерне товариство** за КОПФГ **230**

Вид економічної діяльності **Виробництво олій та тваринних жирів** за КВЕД **10.41**

Середня кількість працівників **2 673**

Адреса, телефон **вулиця Немирівське шосе, буд. 26, м. ВІННИЦЯ, ВІННИЦЬКА обл., 21034** **655400**

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку ☐

за міжнародними стандартами фінансової звітності ☒

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на **31 грудня 2022** р.

Форма №1 Код за ДКУД **1801001**

А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	242	111
первісна вартість	1001	410	410
накопичена амортизація	1002	168	299
Незавершені капітальні інвестиції	1005	12 938	11 742
Основні засоби	1010	3 322 890	3 049 357
первісна вартість	1011	4 181 520	4 237 598
знос	1012	858 630	1 188 241
Інвестиційна нерухомість	1015	51 846	47 013
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	51 846	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	2	2
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відстрочені податкові активи	1045	-	-
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	3 387 918	3 108 225
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	336 581	151 831
виробничі запаси	1101	199 954	84 091
незавершене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	124 241	62 662
товари	1104	12 386	5 078
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрахування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	29 613	649 465
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	142 285	69 100
з бюджетом	1135	44 544	112 622
у тому числі з податку на прибуток	1136	9 530	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	77 905	2 400
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	30 266	142 028
готівка	1166	11	6
рахунки в банках	1167	30 255	142 022
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	10 670	8 785
Усього за розділом II	1195	671 864	1 136 231
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	94	-
Баланс	1300	4 059 876	4 244 456

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	78 099	78 099
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	2 726 476	2 589 113
Додатковий капітал	1410	1	1
емісійний дохід	1411	-	-
накопичені курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	432	5 727
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(992 218)	(889 329)
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	1 812 790	1 783 611
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	464 807	418 188
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	1 143	1 064
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
благодійна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату джек-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	465 950	419 252
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	725 263	1 001 986
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	67	79
товари, роботи, послуги	1615	147 726	414 379
розрахунками з бюджетом	1620	1 798	25 101
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	22 154
розрахунками зі страхування	1625	1 298	1 918
розрахунками з оплати праці	1630	5 201	7 348
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	497 626	422 427
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	-	-
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	10 318	13 676
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	391 839	154 679
Усього за розділом III	1695	1 781 136	2 041 593
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	4 059 876	4 244 456

Керівник

Головний бухгалтер

Белінський
Ярослав
Петрович
Ірина
Олександрівна

Белінський Ярослав Петрович

Зоря Ірина Олександрівна

¹ Кодифікатор адміністративно-територіальних одиниць та територій територіальних громад.

² Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство **Приватне акціонерне товариство "Вінницький олійножировий комбінат"** Дата (рік, місяць, число) **2023 01 01**
 КОДИ
 2023 01 01
 00373758
 (найменування)
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
 за **Рік 2022** р.
 Форма № 2 Код за ДКУД **1801003**

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 405 001	1 859 223
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
премії підписані, валова сума	2011	-	-
премії, передані у перестрахування	2012	-	-
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2 527 695)	(1 901 664)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий:			
прибуток	2090	877 306	-
збиток	2095	(-)	(42 441)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-
Інші операційні доходи	2120	308 716	135 984
у тому числі:	2121	-	-
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-
Адміністративні витрати	2130	(47 264)	(38 063)
Витрати на збут	2150	(283 071)	(48 323)
Інші операційні витрати	2180	(358 134)	(149 935)
у тому числі:	2181	-	-
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю			
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	497 553	-
збиток	2195	(-)	(142 778)
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	11 800	11 026
Інші доходи	2240	-	-
у тому числі:	2241	-	-
дохід від благодійної допомоги			
Фінансові витрати	2250	(388 307)	(44 499)
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	-	-

Продовження додатка 2

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	121 046	-
збиток	2295	(-)	(176 251)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(15 153)	16 121
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	105 893	-
збиток	2355	(-)	(160 130)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	(165 163)	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(165 163)	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(30 091)	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(135 072)	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	(29 179)	(160 130)

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1 796 978	1 526 799
Витрати на оплату праці	2505	128 620	97 546
Відрахування на соціальні заходи	2510	27 926	21 392
Амортизація	2515	166 720	159 469
Інші операційні витрати	2520	610 311	210 961
Разом	2550	2 730 555	2 016 167

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	312394000	312394000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,33897	(0,51259)
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-



Керівник

Головний бухгалтер

Ярослав
Белінський
Ірина
Олександрівна

Белінський Ярослав Петрович

Зоря Ірина Олександрівна

Підприємство **Приватне акціонерне товариство "Вінницький олійножировий комбінат"**
(найменування)

Дата (рік, місяць, число) 2023 01 01
за ЄДРПОУ 00373758

КОДИ		
2023	01	01
00373758		

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)
за **Рік 2022** р.

Форма №3 Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	2 937 465	1 792 666
Повернення податків і зборів	3005	18 709	218 470
у тому числі податку на додану вартість	3006	18 709	168 470
Цільового фінансування	3010	193	-
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	-	-
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	290 718	432 091
Надходження від повернення авансів	3020	9 205	57 336
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	590	412
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	-	-
Надходження від операційної оренди	3040	13 316	5 881
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	-	-
Надходження від страхових премій	3050	-	-
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	-	-
Інші надходження	3095	182 646	74 528
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(2 311 217)	(2 197 960)
Праці	3105	(102 848)	(85 927)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(27 587)	(22 372)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(31 553)	(26 990)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(-)	(45)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(-)	(900)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(31 553)	(26 045)
Витрачання на оплату авансів	3135	(45 019)	(56 754)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(141 503)	(757 739)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(234 336)	(68 319)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(-)	(-)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(-)	(-)
Інші витрачання	3190	(154 128)	(13 363)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	404 651	-648 040
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації:			
фінансових інвестицій	3200	-	-
необоротних активів	3205	147	-
Надходження від отриманих:			
відсотків	3215	-	-
дивідендів	3220	-	-
Надходження від деривативів	3225	-	-
Надходження від погашення позик	3230	127 169	52 294
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	-	-
Інші надходження	3250	-	-

Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(-)	(-)
необоротних активів	3260	(40 322)	(10 745)
Виплати за деривативами	3270	(-)	(-)
Витрачання на надання позик	3275	(51 276)	(106 810)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(-)	(-)
Інші платежі	3290	(-)	(-)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	35 718	-65 261
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від:			
Власного капіталу	3300	-	-
Отримання позик	3305	1 261 433	1 845 490
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	-	-
Інші надходження	3340	-	-
Витрачання на:			
Викуп власних акцій	3345	(-)	(-)
Погашення позик	3350	1 531 555	1 118 898
Сплату дивідендів	3355	(-)	(-)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(74 941)	(35 050)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(-)	(-)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(-)	(-)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(-)	(-)
Інші платежі	3390	(-)	(-)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-345 063	691 542
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	95 306	-21 759
Залишок коштів на початок року	3405	30 266	7 315
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	16 456	44 710
Залишок коштів на кінець року	3415	142 028	30 266

Керівник

Головний бухгалтер



Ярослав
Петрович
ЕП Зоря
Ірина
Олександрівна

Белінський Ярослав Петрович

Зоря Ірина Олександрівна

Підприємство **Приватне акціонерне товариство "Вінницький олійножировий комбінат"** за ЄДРПОУ
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)

КОДИ		
2023	01	01
00373758		

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Звіт про власний капітал
за **Рік 2022** р.

Форма №4

Код за ДКУД

1801005

Стаття	Код рядка	Зареєстрований (пайовий) капітал	Капітал у дооцінках	Додатковий капітал	Резервний капітал	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	Неоплачений капітал	Вилучений капітал	Всього
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Залишок на початок року	4000	78 099	2 726 476	1	432	(992 218)	-	-	1 812 790
Коригування:									
Зміна облікової політики	4005	-	-	-	-	-	-	-	-
Виправлення помилок	4010	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни	4090	-	-	-	-	-	-	-	-
Скоригований залишок на початок року	4095	78 099	2 726 476	1	432	(992 218)	-	-	1 812 790
Чистий прибуток (збиток) за звітний період	4100	-	-	-	-	105 893	-	-	105 893
Інший сукупний дохід за звітний період	4110	-	(135 072)	-	-	2 291	-	-	(132 781)
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	4111	-	(165 163)	-	-	2 291	-	-	(162 872)
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	4112	-	-	-	-	-	-	-	-
Накопичені курсові різниці	4113	-	-	-	-	-	-	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих і спільних підприємств	4114	-	-	-	-	-	-	-	-
Інший сукупний дохід	4116	-	30 091	-	-	-	-	-	30 091
Розподіл прибутку:									
Виплати власникам (дивіденди)	4200	-	-	-	-	-	-	-	-
Спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу	4205	-	-	-	-	-	-	-	-
Відрахування до резервного капіталу	4210	-	-	-	5 295	(5 295)	-	-	-
Сума чистого прибутку, належна до бюджету відповідно до законодавства	4215	-	-	-	-	-	-	-	-
Сума чистого прибутку на створення спеціальних (цільових) фондів	4220	-	-	-	-	-	-	-	-



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Сума чистого прибутку на матеріальне заохочення	4225	-	-	-	-	-	-	-	-
Внески учасників:									
Внески до капіталу	4240	-	-	-	-	-	-	-	-
Погашення заборгованості з капіталу	4245	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення капіталу:									
Викуп акцій (часток)	4260	-	-	-	-	-	-	-	-
Перепродаж викуплених акцій (часток)	4265	-	-	-	-	-	-	-	-
Анулювання викуплених акцій (часток)	4270	-	-	-	-	-	-	-	-
Вилучення частки в капіталі	4275	-	-	-	-	-	-	-	-
Зменшення номінальної вартості акцій	4280	-	-	-	-	-	-	-	-
Інші зміни в капіталі	4290	-	(2 291)	-	-	-	-	-	(2 291)
Придбання (продаж) неконтрольованої частки в дочірньому підприємстві	4291	-	-	-	-	-	-	-	-
Разом змін у капіталі	4295	-	(137 363)	-	5 295	102 889	-	-	(29 179)
Залишок на кінець року	4300	78 099	2 589 113	1	5 727	(889 329)	-	-	1 783 611

Керівник

Головний бухгалтер



Ярослав
Белінський
Ірина
Олександрівна

Белінський Ярослав Петрович

Зоря Ірина Олександрівна