МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
(УНУС)
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
Кафедра менеджменту

«Допущено до захисту»
« » 2024 р.

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент
Наталія ВЕРНЮК

КВАЛІФІКАЦІЙНА (ДИПЛОМНА) РОБОТА МАГІСТРА «ФОРМУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" М. КИЇВ»

Виконав: студент ІІ курсу, 21м-з групи спеціальності 073 «Менеджмент» (освітньо-професійна програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»)
КРОШНИЙ Василь Володимирович
Керівник: д.е.н., професор **ВУЙЧЕНКО Марина Анатоліївна**

Умань – 2024

ЗМІСТ

	стр
Вступ	**7**
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	**9**
1.1. Особливості менеджменту експортної діяльності підприємства	**9**
1.2. Засади управління організацією при виході на зовнішні ринки	**15**
1.3. Значення експорту аграрної продукції у забезпеченні економічного розвитку країни	**20**
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ	**28**
2.1 Значення вітчизняного аграрного виробництва у глобальному ринку продовольства	**28**
2.2. Характеристика організаційно-економічної діяльності ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»	**35**
2.3. Аналіз діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" на зовнішніх ринках	**46**
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"	**59**
3.1. Формування стратегії виходу на нові ринки ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"	**59**
3.2. Напрями реалізації потенціалу компанії на зовнішніх ринках	**64**
3.3. Диверсифікація експорту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"	**70**
Висновки та пропозиції	**76**
Список використаних джерел	**78**

Вступ

Сьогодні Україна активно інтегрується у світову економіку. Це вимагає постійного набуття різноманітних знань та навичок у сфері міжнародної економічної діяльності. Уміння виділяти перспективні напрямки та використовувати ефективні форми міжнародної співпраці вимагає постійного вивчення міжнародного економічного середовища та розуміння його впливу на економічний потенціал партнерів.

Важливо зауважити, що у висококонкурентних середовищах традиційні підходи до розробки міжнародних стратегій часто застарілі й не дають очікуваних результатів. Підприємства мають орієнтуватись на інноваційні концепції, оскільки умови швидко змінюються, і стратегії потребують постійного оновлення.

Це викликає питання про те, як досягти більш динамічного підходу до формування міжнародної стратегії підприємства. Воно вимагає негайного вирішення з наукової точки зору. Ефективна розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності дозволить забезпечити прибутковий розвиток конкурентоспроможного бізнесу на світовому ринку шляхом організації та систематизації процесів управління на міжнародному рівні.

Обрано підприємство ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" як об'єкт для дослідження системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Фактична адреса підприємства: 01001, м. Київ, провулок Шевченка Тараса, будинок 3. Основна сфера діяльності включає виробництво та реалізацію сільськогосподарської продукції та розвиток зернотрейдингу.

Мета даної кваліфікаційної дипломної роботи - дослідження особливостей управління експортною діяльністю підприємства та пошук шляхів розширення зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи як приклад конкретне підприємство.

У роботі було визначено наступні завдання:

- Дослідження сутності поняття "експортна діяльність" та аналіз управління нею на підприємстві.
- Визначення факторів, що впливають на процес розширення експортної діяльності.
- Аналіз організаційно-економічної характеристики ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД".
- Детальна характеристика зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
- Визначення рівня ефективності управління експортної діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД".
- Визначення пріоритетних напрямків розширення експортної діяльності.
- Розрахунок економічної доцільності обраних заходів для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД".

Об'єктом дослідження є експортна діяльність підприємства, а предметом - теоретико-методичні аспекти та науково-прикладні рекомендації щодо розширення цієї діяльності для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД".

При написанні роботи використовувались різноманітні методи, включаючи спостереження і порівняння, аналіз і синтез, статистичні та економічні методи, а також факторний аналіз. Інформаційною базою були законодавчі акти, наукова література, статистична звітність та фінансові звіти ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" за 2019-2023 роки.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Особливості менеджменту експортної діяльності підприємства

Поняття "експортна діяльність" не є новим і в широкому використанні в західній економічній науці в останні десятиліття XX століття, що пов'язано зі зростанням міжнародного співробітництва та розвитком управлінських функцій у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів економіки.

В цьому контексті виникла необхідність вдосконалення належного забезпечення міжнародної підприємницької діяльності в умовах зростання конкурентної боротьби на світовому ринку і необхідності виконання багатопланових економічних умов учасників глобального ринку. Таким чином, розвиток теоретичних засад міжнародної співпраці тісно пов'язаний з цивілізаційними соціально-економічними зрушеннями [1].

Саме тому формування, розвиток та удосконалення управління процесом розширення експортної діяльності представлено в працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, серед яких можна вказати Д. Аакера, Т. Амблера, І. Ансоффа, П. Дойля, Т. Левітта, С. Маджаро, Ф. Котлера, Г. Л. Багієва, А.А.Бравермана, І.Н. Герчикової, Є.П. Голубкова, П.С. Зав’ялова, Є.А.Касаткіної, І.К. Моісеєвої, Р.Б. Ноздрьової, Н.С. Перекаліної, О.В.Зозульова, Т. В. Співаковської та інших.

Навіть при наявності значного числа вчених, що досліджують аспекти міжнародних проектів, ця категорія ще не була повністю розглянута. Фактично, міжнародний проект представляє собою складний і багатоплановий вид зовнішньоекономічної діяльності.

Розвиток та еволюція поняття "експортна діяльність" вказують на наявність кількох підходів до його визначення та сутності (див. табл. 1.1) [3].

Таблиця 1.1.

Визначення сутності експортної діяльності підприємства

Експортна діяльність	Комплекс заходів по реалізації товарів
	Система планування, реалізації, контролю та аналізу заходів
	Просування товарів та послуг на міжнародні ринки
	Сфера виробничої і комерційної діяльності підприємств на міжнародних ринках
	Філософія та інструментарій міжнародного підприємництва
	Система заходів по вивченню, формуванню та задоволенню попиту на товари і послуги на зарубіжному ринку

Джерело: сформовано автором

Узагальнюючи вищевказані концепції, можна сформулювати, що експортна діяльність представляє собою концепцію управління міжнародною діяльністю фірми. Ця концепція орієнтована на врахування потреб кінцевих споживачів у різних країнах та врахування їхніх вподобань для досягнення стратегічних цілей оптимізації та розширення бізнесу на глобальному ринку через експорт товарів чи послуг. Експортна діяльність представляє собою макро- та мікроекономічну категорію, яка визначає маркетингові технології для міжнародної діяльності на рівні підприємства [4, с.27].

В більш вузькому розумінні, експортна діяльність може бути визначена як діяльність на світових ринках, з урахуванням державного кордону. Усі зусилля, спрямовані на задоволення інтересів фірми на міжнародному рівні, відносяться до сфери міжнародних проектів [2, с.13].

Експортна діяльність підприємства може бути розглянута як своєрідний міжнародний проект, що відображає глобальні аспекти міжнародної діяльності суб'єкта господарювання. Такий міжнародний проект може мати двосторонню спрямованість, за участю двох країн, які здійснюють взаємні або односторонні операції. Також часто використовуються системи багатобічної дії, де у відносинах міжнародних проектів беруть участь три чи більше країн, що реалізують послідовні операції [4, с.47].

Ураховуючи цей аспект, слід розглянути основних учасників міжнародних відносин:

- Національні компанії, які систематично реалізують масштабний експорт

в численні країни світу і мають вагомий вплив на розвиток глобального ринку.

• Транснаціональні корпорації (Transnational Corporation, Multinational Enterprise, Multinational Corporation) - організації, які об'єднують юридичні особи різних організаційно-правових форм та видів діяльності в двох чи більше країнах. Вони реалізують взаємопов'язану політику та спільну стратегію через один або декілька центрів прийняття рішень, згідно з визначенням ЮНКТАД.

- Багатонаціональні компанії (спільні підприємства).
- Мультинаціональні компанії, які спрямовані на розширення своєї діяльності в різних країнах шляхом адаптації домашньої стратегії до умов іноземних ринків.
- Інтернаціональні компанії, орієнтовані на етноцентричне застосування внутрішніх стратегій на зарубіжних ринках.
- Глобальні компанії, що мають на меті створення єдиної системи діяльності для всіх країн та регіонів/сегментів споживачів, об'єднаних спільними потребами та мотиваціями.

Нова система узгодження економічних інтересів у міжнародному бізнес-середовищі трансформується шляхом синтезу національних і світових прагнень суб'єктів підприємницької діяльності на глобальному світовому ринку завдяки адекватному використанню можливостей міжнародної діяльності загалом та експортної діяльності зокрема (рис.1.1).

Як видно з рис. 1.1, існує низка економічних інтересів, які виникають на національному і міжнародному рівні і реалізуються за допомогою обов'язкових або рекомендованих процедур.

Отже, рисунок 1.1 сприяє розумінню сутності розвитку міжнародних відносин через призму мотивів, які є характерними для підприємств, що виходять на світовий ринок. Е.Г. Вальдорф [6, с. 21] здійснив детальну систематизацію мотивів під час розширення експортної діяльності:

1. Розвиток внутрішнього ринку, де наявність перенасичення товарів та зростання конкурентного тиску вимагають вкладення капіталу за кордоном. Це також пов'язано з ускладненням збереження іміджу фірми та викликами в області соціального законодавства.

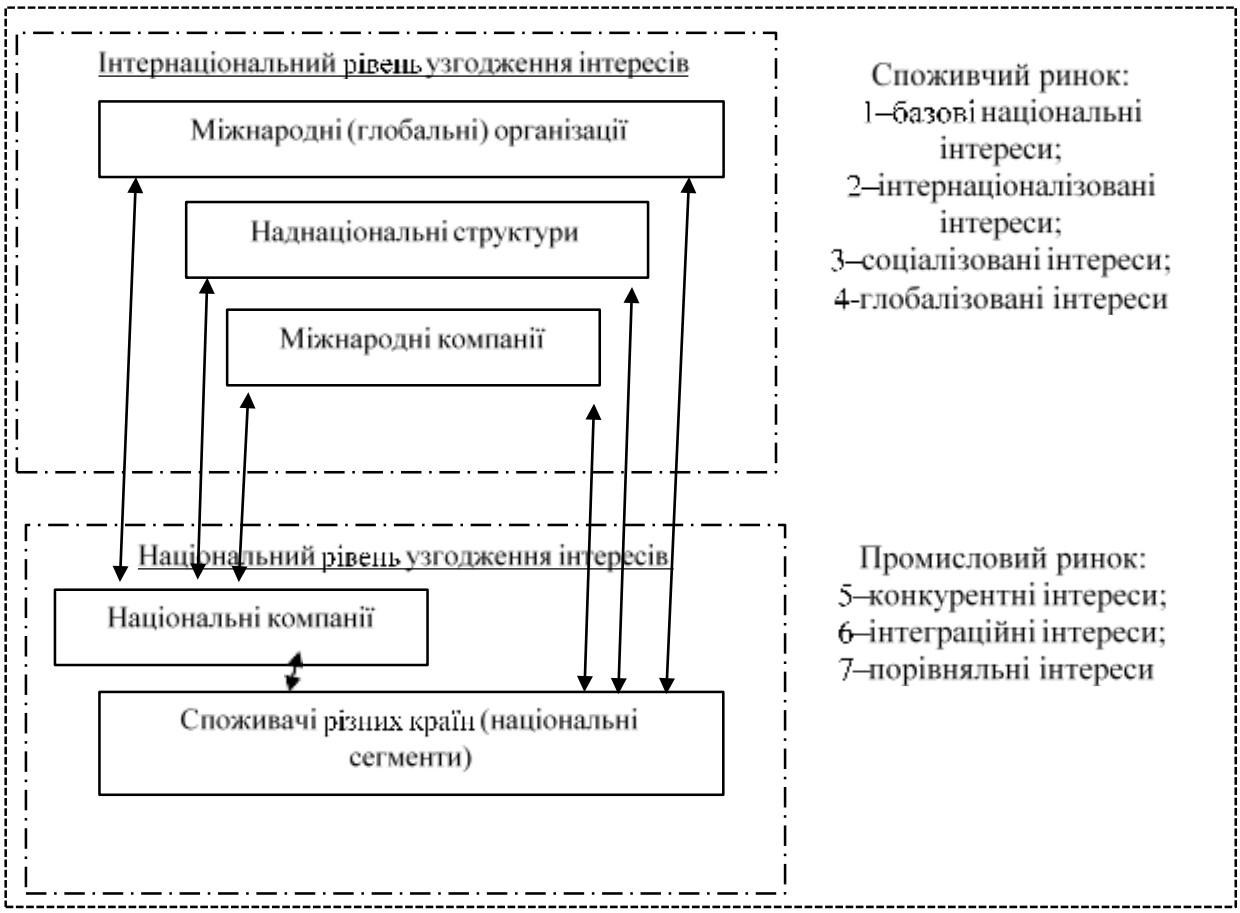


Рис. 1.1. Система економічних інтересів суб'єктів міжнародних відносин

Джерело: сформовано автором на основі [5]

2. Активність зарубіжних конкурентів та їхні успіхи на внутрішньому ринку змушують підприємство шукати свої можливості для участі, щоб підтримати свій імідж на відповідному рівні.

3. Перемога над залежністю від внутрішнього ринку та розподіл ризиків шляхом завоювання іноземних ринків.

4. Розв'язання проблеми залежності від сезонних змін попиту на внутрішньому ринку.

5. Зменшення витрат на зарплату, сировину, транспорт, оподаткування, використовуючи різні форми виробництва за кордоном, включаючи реімпорт з відповідними податковими пільгами для внутрішнього ринку.

6. Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом зміцнення ринкових позицій через створення відділень, філій та дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів.

Зрозуміння функцій розширення експортної діяльності є важливим для

глибшого аналізу різних аспектів зовнішньоекономічної діяльності, визначення управлінських пріоритетів та ефективного використання управлінського потенціалу міжнародних проектів у практиці підприємництва.

Значущість цього питання пояснюється тим, що його широке висвітлення в зарубіжних і вітчизняних публікаціях є несистемним. Оцінки практики застосування інструментів міжнародних відносин не враховують комплексність, узагальнення окремих проявів та причинно-наслідкові зв'язки функціональних залежностей [8].

Проте емпіричний аналіз організаційно-функціональних проявів міжнародних проектів розкриває низку взаємозумовлених та притаманних їм функцій (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Функції експортної діяльності підприємства

Функція	Характеристика
Системоутворювальна	утворення системи узгоджених прийомів маркетингового забезпечення інтернаціоналізованого підприємництва
Інформаційна	формування інформаційного простору інтернаціоналізованого підприємництва
Аналітична	використання формалізованих методів оцінки умов функціонування та результативності бізнесу
Стратегічна	формування системи стратегічних завдань маркетингової діяльності
Конкурентна	формування конкурентних переваг бізнесу в міжнародному середовищі
Інтеграційна	забезпечення органічного входження і реалізацію взаємозв'язків у міжнародному бізнеспросторі
Оперативна	координація інтернаціоналізованої управлінської діяльності у сфері маркетингу

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Отже, визначення та структурування функцій експортної діяльності вказують на можливості цього виду управлінської діяльності для адекватної поведінки суб'єктів у міжнародному економічному просторі. Це охоплює проникнення на зарубіжні ринки, використання стратегій територіального чи галузевого охоплення, розширення операцій та інтенсифікацію присутності.

Також важливо відзначити, що в процесі розширення експортної діяльності слід дотримуватися певних принципів. Серед них – орієнтація на вимоги та побажання споживачів на зарубіжному ринку, довгострокова

спрямованість підприємства на зовнішній результат, комплексний підхід до досягнення цілей, використання стратегій та тактик для активного пристосування до вимог потенційних покупців, а також оперативна реакція на зміни в зовнішньому середовищі [1].

Для кожної фірми процес розширення експортної діяльності має свою мету, яка визначається його конкретними завданнями. Комерційні фірми, націлені на забезпечення максимального прибутку у довгостроковій перспективі, визначають отримання максимального прибутку як головну мету своєї діяльності на зовнішньому ринку. У випадку некомерційних фірм, їхньою головною метою може бути залучення максимальної кількості клієнтів, зацікавлених у задоволенні конкретних потреб. Таблиця 1.3 наводить економічні та психологічні цілі реалізації міжнародних проектів.

Таблиця 1.3

Економічні та психологічні цілі розширення експортної діяльності

Економічні цілі	Психологічні цілі
забезпечення цільової частки ринку (кількісні або вартісні характеристики збуту продукції фірми у відношенні до загальної ємності ринку за певний період часу	підвищення ступеня обізнаності місцевого населення про товари і послуги фірми;
забезпечення виходу на нові ринки;	формування у споживачів позитивного іміджу і прихильності до товарів і послуг фірми;
нарощування об'ємів збуту;	стимулювання рішень про купівлю товарів.
збільшення ступеню участі на вже освоєних ринках	

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Досягнення обраного функціонального завдання міжнародних проектів призводить до підвищення продуктивності виробництва шляхом розширення його обсягів. Такі результати діяльності фірми можуть бути досягнуті через створення сприятливих умов для виробничої та комерційної діяльності.

Отже, експортна діяльність, хоча не нове поняття в економічній літературі, проте стрімко розвивається і не втрачає свого суперечливого характеру. Результати дослідження вказують на те, що експортна діяльність є системою управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, яка включає формування зовнішньоекономічних зв'язків, проведення

взаєморозрахунків, розробку міжнародних стратегій та інші аспекти, спрямовані на продаж товарів та послуг за кордоном.

1.2. Засади управління організацією при виході на зовнішні ринки

Важливо відзначити, що розробка стратегії розширення експортної діяльності для підприємства представляє собою специфічний процес, який включає планування зовнішньоекономічної діяльності та вимагає системної логіки та послідовних етапів при впровадженні заходів на зовнішніх ринках (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Етапи реалізації управлінських заходів під час розширення експортної діяльності підприємства

Назва етапу	Види діяльності	Економічний зміст
1. Планування	Планування загальної стратегії	Визначення економічного портфеля, місії та прагнень підприємства: цілей, напрямів розвитку та довгострокових продуктово-ринкових перспектив на ринку
	Планування стратегій підрозділів за ринками	Забезпечення соціально-правової відповідальності підприємства та практики ведення бізнесу на ринку
	Формування бізнес-стратегій за товарними групами	Управління конкурентними перевагами і реалізація одно- або мульти сегментних цілей на рівні стратегічних господарських підрозділів (управління торговою маркою)
	Формулювання функціональних стратегій	Розвиток підрозділів на основі конкретизації завдань та деталізації методів реалізації довгострокових прагнень підприємства і короткострокових завдань його бізнес-підрозділів
2. Впровадження	Організація бізнесу, в т.ч. міжнародного	Побудова планово-логістичних схем руху інформаційно-установчих документів і звітності
	Формування завдань і рівня відповідальності	Розподіл та делегування повноважень між учасниками планово-організаційного процесу
	Розподіл ресурсів	Пошук та оптимізація ресурсного забезпечення
3. Контроль	Моніторинг результатів	Визначення періодичності та якості різних форм контролю маркетингової діяльності
	Оцінка результатів	Обчислення показників виробничо-комерційної діяльності
	Коригування діяльності	Удосконалення маркетингової діяльності за результатами оцінки ефективності маркетингових заходів.

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Інформація, представлена в таблиці 1.4, підтверджує, що планування, контроль та оцінка результатів експортної діяльності підприємств повинні регулярно і періодично здійснюватися, а їх характер повинен бути циклічним, відповідно до поставлених планово-організаційних завдань. З огляду на фактори невизначеності в зарубіжних ринкових умовах і значну кількість форс-мажорних обставин у сфері міжнародної діяльності, плани зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинні виявляти достатню гнучкість для адаптації до різноманітних сценаріїв та можливостей в будь-який період їх реалізації.

Для того, щоб досконало розглянути процес розширення міжнародної діяльності, варто визначитися із середовищем його функціонування. Адже виходячи на конкретний зовнішній ринок, фірма повинна по можливості враховувати всі фактори, що мають як безпосередній, так і непрямий вплив на ефективність підприємницької діяльності фірми. Тому що дія таких чинників і визначає середовище міжнародних проектів. Маркетингове середовище міжнародної діяльності фірми поділяється на мікросередовище, макросередовище та мезосередовище (рис.1.2).



Рис. 1.2 . Структура середовища зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: сформовано автором на основі [15]

Отже, фактори, які визначають мікросередовище експортної діяльності, є управлінськими та знаходяться під контролем фірми, а також залежать від впливу стратегічних партнерів, таких як постачальники, конкуренти, посередники, клієнти та контактні аудиторії. Ця діяльність включає як внутрішні, так і зовнішні аспекти ринку. Управлінські фактори вважаються контрольованими, оскільки їх можна регулювати керівництвом фірми, але вони також можуть впливати на інші елементи, такі як організація управління фірмою, рівень технічних та технологічних засобів, обсяги виробничих витрат.

У процесі своєї діяльності фірма повинна систематично визначати та оцінювати ці фактори, плануючи свою зовнішньоекономічну діяльність враховуючи різноманіття та можливі зміни на різних етапах реалізації плану. Навіть у умовах невизначеності зовнішнього середовища та форс-мажорних обставин міжнародної діяльності, план зовнішньоекономічної діяльності фірми повинен бути достатньо гнучким, щоб передбачати різноманітні варіанти та адаптуватися до можливих змін.

Отож, управління розширенням експортної діяльності підприємства складається із ряду послідовних етапів. Ознайомитися з цими етапами варто, розглянувши табл.1.5.

Аналізована поведінка господарюючого суб’єкта в умовах міжнародних ринків або зовнішнього середовища повинна враховувати відмінності в рівнях інтернаціоналізації та інтеграції бізнесу – від експортного до глобального. Ця адаптація, яка фактично розгортається на території різних країн, виявляє різні риси поведінки господарюючого суб’єкта. Спостерігається еволюція від конкретного набору делегованих маркетингових заходів, які адаптовані до умов конкретного зарубіжного ринку, до стандартизованих програм міжнародних проектів [16].

Також важливим аспектом є розгляд процесу ухвалення управлінського рішення щодо розширення експортної діяльності (рис. 1.3), який може включати в себе різноманітні фактори та орієнтири.

Таблиця 1.5

Етапи механізму управління розширенням експортної діяльності підприємства

Етап	Характеристика
I етап інформаційний (оцінка бізнес-ситуації)	Збір інформації: – внутрішньокорпоративний аналіз стану і міжнародних можливостей компанії; – моніторинг світового товарного ринку; – сканування загальногосподарської кон'юнктури інтернаціоналізованого (зарубіжного) ринку; – маркетингові дослідження ринку. Обробка інформації: – прогноз ситуації по ринках та видах діяльності; – аналіз тенденцій розвитку світового товарного ринку; – удосконалення організаційної структури компанії відповідно до мети міжнародного співробітництва.
II етап аналітичний (визначення маркетингових цілей міжнародного співробітництва)	– висування, оцінка і субординація цілей; – обґрунтування вибору та привабливості ринків; – специфікація продуктово-ринкової поведінки – перелік та ієрархія завдань та шляхів їх вирішення; – обґрунтування маркетингових заходів; – фінансове обґрунтування
III етап стратегічного планування:	– обґрунтування стратегій виходу на зарубіжний ринок: етапність, терміни, методи тощо; – визначення основних пріоритетів виробничо-комерційної поведінки фірми: позиціонування торгової марки, брендів, іміджу; – вибір стратегій охоплення ринку (ринкової поведінки): альтернативи стандартизації і адаптації.
IV етап оперативний (реалізація комплексу міжнародних проектів)	– розробка оперативного плану (розподіл завдань та відповідальності); – узгодження та реалізація заходів комплексу маркетингу; – уточнення концепції продукту, оцінка його конкурентоспроможності і позицій; – обчислення впливу суб'єктивних та об'єктивних параметрів ціноутворення; – вирішення проблем логістики та сегментації; – реклама, пропаганда, PR, стимулювання попиту та збуту попиту.
V етап маркетинговий контроль	– формальний контроль: збір і оцінка даних про результати ЗЕД компанії; – неформальний контроль: обрахування ефективності маркетингового забезпечення міжнародної діяльності (функціонування служб і підрозділів).

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Окремо також варто розглянути процес прийняття управлінського рішення щодо розширення експортної діяльності (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Алгоритм формування управлінського рішення розширення експортної діяльності підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [17]

Отже, здійснення зазначених кроків у керівництві міжнародною діяльністю підприємства та процесу ухвалення рішення щодо розширення організації на зарубіжні ринки повинно бути налаштоване на постійний моніторинг внутрішньо-корпоративних цілей компанії та обраного ринкового середовища. Також важливо керувати поетапною реалізацією обраних стратегічних заходів, враховуючи отримані результати, засновані на попередніх етапах.

1.3. Значення експорту аграрної продукції у забезпеченні

економічного розвитку країни

Експорт аграрної продукції є одним із основних стовпів економіки України, оскільки аграрний сектор забезпечує понад 40% валютних надходжень до державного бюджету та формує близько 10% ВВП країни. Із наявністю родючих чорноземів та великих сільськогосподарських угідь, Україна стабільно входить до п’ятірки світових експортерів зернових культур (пшениця, кукурудза, ячмінь) та є найбільшим експортером соняшникової олії. Особливо важливу роль відіграють експортні поставки до країн, які залежать від українського зерна для забезпечення продовольчої безпеки, таких як Єгипет, Китай, Індія та деякі країни ЄС.

Війна в Україні суттєво вплинула на сільське господарство, зокрема через блокаду портів, руйнування інфраструктури та дефіцит робочої сили. Проте аграрний сектор залишається стійким завдяки накопиченим резервам попередніх років і можливості адаптуватися до змін. Після початку війни постала необхідність змінити логістичні маршрути для експорту зерна, оскільки порти на Чорному морі опинилися під постійною загрозою. Це змусило країну шукати альтернативні шляхи, зокрема через залізничні й автомобільні маршрути на західний кордон та підтримувати аграріїв у відновленні виробництва й транспортування продукції.

До російського вторгнення Міністерство економіки України передбачало, що у період з 2022 по 2024 роки економіка країни буде розвиватися шляхом прискорення економічного зростання, зокрема за рахунок збільшення обсягів експорту товарів і послуг. Експорт мав стати ключовим чинником підтримки економічного зростання та інструментом активізації конкурентних переваг національних виробників на світових ринках. Згідно з базовим сценарієм, обсяг експорту мав зрости на 6.5% у 2022 році, на 7.7% у 2023 році та на 7.9% у 2024 році.

Однак пандемія COVID-19 та війна України з Російською Федерацією, які можна вважати найбільшими викликами XXI століття, внесли зміни в економіку нашої країни та реалії життя пересічних українців і всього світу.

Згідно з інформацією Державної служби статистики України, у 2021 році частка агропродукції у загальному обсязі реалізованих товарів та послуг на міжнародному ринку в Україні складала 41%. Продукція сільського, лісового та рибного господарства внесла 10.6% до валового внутрішнього продукту [8].

Кожен п'ятий українець працює в сільському, лісовому та рибному господарстві, яке визначено як один із пріоритетів для розвитку України, згідно з Національною економічною стратегією на період до 2030 року [9]. Стратегічна мета розвитку цього сектора економіки до 2030 року полягає в тому, щоб стати одним із глобальних центрів продовольчої безпеки та здобути лідерські позиції на світовому ринку у постачанні продуктів харчування з високою доданою вартістю і технологічно інтенсивними сервісами для агросектору.

Аграрний сектор відіграє невід'ємну роль у задоволенні життєвих першорядних потреб людини, забезпечуючи його продовольством. Україна володіє найбільшим у світі сільськогосподарським потенціалом, з 42 млн. гектарів сільськогосподарських угідь, що становить 70% від загального фонду країни. Орні землі і багаторічні насадження займають 78,9%, пасовища — 13,0%, а сіножаті — 8,4%. Степові райони (70—80%) і лісостепова зона мають найвищу частку орних земель. Пасовища переважно розташовані в Карпатах, на Поліссі та в південно-східних степових областях, а сіножаті — у долинах рік лісової і лісостепової зон [43].

Україна має високий рівень освоєння земельного фонду, з 60% його площі використано під сільськогосподарські угіддя. Структура сільськогосподарських угідь в Україні характеризується великою питомою вагою розораних земель (80%), зокрема в Кіровоградській, Вінницькій і Тернопільській областях, де цей показник становить приблизно 90%. Інші площі використовуються під багаторічні насадження (1,5%), сінокоси (3,1%) і пасовища (11%). Природні, економічні і соціальні фактори впливають на структуру сільськогосподарських угідь, наприклад, землі лісостепової зони розорані на 85,4%, а землі Полісся — на 68,9%.

З нашої точки зору, аграрний сектор є ключовим для забезпечення

сталого розвитку української економіки. Ця галузь не лише гарантує продовольчу безпеку, а й має великий вплив на соціальний клімат країни. Важливою особливістю економічного забезпечення сталого розвитку аграрного сектору є його соціально-екологічна спрямованість. Таким чином, головною метою ефективної економічної підтримки в цьому секторі є забезпечення єдиної системи мінімальних соціальних стандартів та рівного соціального захисту сільського населення, незалежно від економічних можливостей країни та її окремих регіонів, на основі економічного росту їх потенціалів. При визначенні тактичних і стратегічних цілей економічного забезпечення визначаються пріоритетні напрями розвитку цієї галузі.

Сільське населення, що становить 31% або 14 мільйонів осіб від загальної чисельності населення України, є ключовим джерелом для розвитку сільськогосподарського виробництва. Незважаючи на тенденцію зростання, продуктивність сільського господарства в Україні залишається на відставанні порівняно з іншими країнами.

У сільському господарстві України функціонує 75 660 суб'єктів господарювання, включаючи 46 012 підприємств і 29 648 фізичних осіб-підприємців [15]. Розвиток аграрного сектору є невід'ємною частиною стратегії відродження сільськогосподарських територій.

Навіть при позитивній динаміці макроекономічних показників сільського господарства, на місцевому рівні відбувається ряд негативних явищ, які становлять загрозу сталому розвитку сільських громад. Для подолання цих проблем необхідна трансформація соціально-економічних відносин у державі з метою залучення сільського населення до більш активного участі у розподілі суспільного продукту. У сучасних умовах забезпечення економічного аспекту сталого розвитку аграрної сфери вимагає вирішення таких стратегічних завдань:

- Підвищення конкурентоспроможності регіональної та національної економіки.
- Розвиток мінерально-сировинної бази.
- Збереження та зростання експортного потенціалу аграрного сектору, з

особливим акцентом на продукти переробки та сільськогосподарську продукцію.

- Розвиток обробної промисловості та її експортного потенціалу [11].

Для забезпечення сталого розвитку сучасного аграрного сектору неможливо уникнути здійснення заходів з екологічної безпеки, яка визнається однією з ключових компонент національної безпеки. На нашу думку, для забезпечення стійкої екологічної обстановки у сфері агропромислового виробництва необхідно розробляти, фінансувати та впроваджувати спеціальні цільові програми на рівні держави та регіонів, орієнтовані на розвиток органічного сільського господарства, раціональне використання земельних ресурсів, покращення якості харчових продуктів та охорону навколишнього середовища [12].

Отже, можна виділити два основні типи підтримки: пряму, що включає в себе надання бюджетних дотацій (наприклад, дотації на продукцію, пільгові кредити на перехідний період), та непряму, яка охоплює заходи, спрямовані на допомогу в сертифікації, проведення лабораторних досліджень, інформаційно-консультаційні послуги, страхування. У країнах Європейського Союзу та інших закордонних країнах реалізуються різноманітні заходи державної та регіональної підтримки розвитку органічного сільського господарства, а також важливу роль у цьому відіграють неурядові організації [12]. Визначальною подією у формуванні основ сталого розвитку України, зокрема аграрного сектору, є Указ Президента "Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» від 12 січня 2015 року [13]. Ця стратегія встановлює цілі, показники досягнення та пріоритети розвитку країни, враховуючи вимоги європейських стандартів та гідного положення України в світі. Виконана робота з обґрунтування цілей сталого розвитку до 2030 року, враховуючи 17 глобальних Цілей сталого розвитку, що були прийняті на Саміті ООН. Ці цілі слугують спільною платформою для глобальних трансформацій у всьому світі (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Цілі сталого розвитку

Джерело: [14]

В Україні, Цілі Сталого Розвитку стали керуючими принципами, що визначають реформи у різних сферах суспільного життя. Найбільш важливими для забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки України є такі пріоритетні цілі ООН, як сприяння прогресивному інклюзивному економічному росту, повна і продуктивна зайнятість та справедлива праця для всіх; розвиток стійкої інфраструктури, підтримка всебічної і сталої індустріалізації та інновацій; подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування та підтримка сталого розвитку сільського господарства [14].

На сьогодні розвиток сільських територій розглядається як необхідний елемент регіональної політики, виступаючи не окремою ініціативою, а складовою стратегій розвитку регіонів та країни в цілому у декількох європейських країнах [15]. Крім того, політика розвитку міст розширила своє впливове поле на сільські території. У сільських областях підприємництво включає в себе пошук унікальних комбінацій ресурсів, що підвищує соціальну, екологічну та економічну цінність сільських територій. Основними напрямками такої диверсифікації є туризм, рекреація, традиційні ремесла, спорт, професійна освіта, торгівля, інформаційні та консультаційні послуги, сприяючи розширенню можливостей зайнятості на сільських територіях [15]. Політика

сільського розвитку складається з трьох ключових складових: підтримка фермерів, охорона навколишнього середовища та підтримка складних інфраструктурних проектів у сільських територіях [15].

Другий завдання, визначене в Цілях сталого розвитку, спрямоване на подвоєння ефективності сільського господарства, з фокусом на впровадженні інноваційних технологій. З ініціативою земельної реформи було виконано демонтаж невірних уявлень, пов'язаних з нею. На сьогодні ринок землі функціонує прозоро і відповідає принципам ринкової економіки. Третє завдання, описане в Цілях сталого розвитку, полягає в створенні стійких систем виробництва харчових продуктів, спрямованих на збереження екосистем та поступове покращення якості землі та ґрунтів, переважно за допомогою інноваційних технологій.

Таблиця 1.6 містить показники тенденцій капітальних інвестицій в Україні на охорону природного середовища за різними типами природоохоронних заходів у період з 2006 по 2020 роки.

Зобов'язання дотримання Україною принципів та критеріїв сталого розвитку, які визначені міжнародними організаціями, а також необхідність впровадження Угоди про європейську асоціацію визначають необхідність дотримання цих принципів в аграрному секторі. Це передбачає постійний акцент на розширенні інтеграційних процесів, де вирішальну роль відіграють політики, законодавці, чиновники, органи місцевого самоврядування, науковці та учасники аграрного ринку.

Дії Російської Федерації проти України стали викликом для агросектору, і для подолання цих труднощів та підтримки посівної діяльності в Україні, 15 березня 2022 року Верховна Рада ухвалила зміни до державного бюджету, що скасували обмеження щодо розміру державних гарантій на портфельній основі [16].

В результаті збільшення державних гарантій уряд розширив дію державної програми пільгового кредитування, роблячи її доступною для середніх підприємств із доходом до 50 млн євро на рік (на відміну від попереднього обмеження в 20 млн євро) і великих підприємств з доходом понад 50 мільйонів євро на рік, незалежно від кількості працівників.

Таблиця 1.6

Капітальні інвестиції на охорону навколишнього середовища за видами природоохоронних заходів (2006 – 2020 роки у фактичних цінах), тис. грн

Рік	Всього	У тому числі на					
		охорону атмосферного повітря і проблеми зміни клімату	очищення зворотних вод	поводження з відходами	захист і реабілітація грунту, підземних і поверхневих вод	збережен ня біорізном а ніття і середови ща існування	інші напрям и приро-доохоронної діяльності
2006	17580,2	842,4	3917,0	1807,9	1222,8	40,3	9749,8
2007	27709,3	3021,8	5592,5	782,0	3665,0	5,3	14642,7
2008	46795,5	16954,4	2648,9	4360,9	4094,4	382,3	18354,6
2009	29229,7	17549,5	571,1	1164,9	3297,6	26,9	6619,7
2010	36986,5	22604,2	2313,2	561,1	1958,1	9,6	9540,3
2011	62021,6	36333,3	3078,3	772,7	6434,1	103,2	15300,0
2012	31267,4	178,5	872,6	6150,6	1950,0	260,6	21855,1
2013	29337,6	884,3	3869,1	-	2105,9	3970,8	18507,5
2014	7320,3	648,2	2211,2	3044,9	420,6	-	995,4
2015	40533,0	3497,4	2076,7	2223,6	11,1	-	32724,2
2016	63674,3	413,5	8978,3	2694,9	3,8	-	51583,8
2017	88844,2	321,9	10822,6	4875,4	68,8	-	72755,5
2018	80949,8	7543,7	34521,5	2991,5	4,0	35889,1	-
2019	59826,7	3243,2	50315,4	2949,8	16,8	-	3301,05
2020	182052,9	9731,0	59632,0	101977,2	7428,5	-	3284,2

Складено на основі [8]

Ці зміни дозволяють аграріям отримувати доступні кредити від держави за привабливими ставками: 0% річних протягом періоду воєнного стану та одного місяця після його припинення, а потім 5% річних. Фонд розвитку підприємництва відповідає за реалізацію цієї програми через комерційні банки [16].

Ще до війни обласні адміністрації започаткували програму місцевих субсидій для малих фермерських господарств, яка тепер використовується як засіб підтримки малого агробізнесу [16].

У контексті відкритої економіки належить створити сприятливі умови для суб'єктів внутрішнього ринку, щоб істотно підвищити їх

конкурентоспроможність, оскільки їм тепер і у майбутньому доведеться конкурувати з іноземними фірмами, які виявляються набагато більш просунутими, а не лише між собою [17]. Для захисту вітчизняного аграрного ринку і наближення законодавства до європейських аналогів необхідні ефективні заходи, такі як відновлення біржової торгівлі як основного інструменту об'єктивного визначення ринкових цін, стимулювання розвитку сервісної кооперації та консалтингу, впровадження науково обґрунтованих відносин ринку землі, удосконалення антимонопольного регулювання, посилення захисту власності, впровадження сучасних систем контролю якості продукції та вирішення проблем сільського розвитку та екології [18].

Співпраця між бізнесом та місцевим самоврядуванням може суттєво змінити ситуацію в сільській місцевості, створюючи нові можливості для працевлаштування та розширення перспектив для молоді. Розвиток сільської економіки є процесом, який позитивно впливає на місцеву громаду, сільських мешканців, місцевий бізнес та владу [15]. Досягнення сталого розвитку сільського господарства стає можливим завдяки гармонійній взаємодії всіх елементів економічної системи. Важливою є обґрунтована концепція розвитку сільського господарства, яка відповідає сучасним вимогам і може бути практично реалізована як на рівні окремих елементів, так і в галузі в цілому.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ

2.1. Значення вітчизняного аграрного виробництва у глобальному ринку продовольства

З початку введення воєнного стану на території України з 24 лютого 2022 року внаслідок військового вторгнення Російської Федерації всі сфери життєдіяльності та економіки України зазнали серйозного впливу. Внаслідок цього було зафіксовано значні втрати в експорті всіх видів товарів, включаючи агропродукцію.

У 2021 році Україна відзначилася як провідний світовий постачальник продовольства, що забезпечує достатню кількість харчових продуктів для майже 400 мільйонів осіб, і це без врахування власного населення. Країна успішно експортувала свою аграрну продукцію до 191 країни світу. За підсумками маркетингового року 2021/2022 Україна утримувалася на лідерських позиціях серед експортерів соняшникової олії, соняшникового шроту, ячменю, проса, кукурудзи, ріпаку та пшениці.

Проте, внаслідок військових подій і введення воєнного стану, ця успішна динаміка була обірвана, спричинивши серйозні труднощі в експорті української агропродукції, що є важливою не лише для самої України, але й для світу в цілому, особливо тих країн, які потребують допомоги в харчуванні через економічні та гуманітарні виклики.

У 2022 році величина експорту товарів склала 44,1 мілрд. дол., у 2023 році - 36 млрд. дол, проти 63,5 млрд. дол у 2021 році. Галузь сільського господарства залишається головною складовою українського експорту, охоплюючи рослинництво (основним чином рослинні олії та зерно), тваринництво (м'ясо, птахи, жива худоба) та готові продукти харчування. Упродовж минулого року обсяг експорту агропродукції склав 23,6 мільярда доларів США, що складає 54% загального обсягу експорту країни.

Хоча металургія продовжує займати значну частку в експорті, її обсяги в 2022 та 2023 роках зменшилися втричі порівняно з 2021 роком. Обсяг експорту

продукції хімічної промисловості зменшився вдвічі, а постачання машин (за винятком транспортних засобів) та обладнання скоротилися на 28% (рис. 2.1).

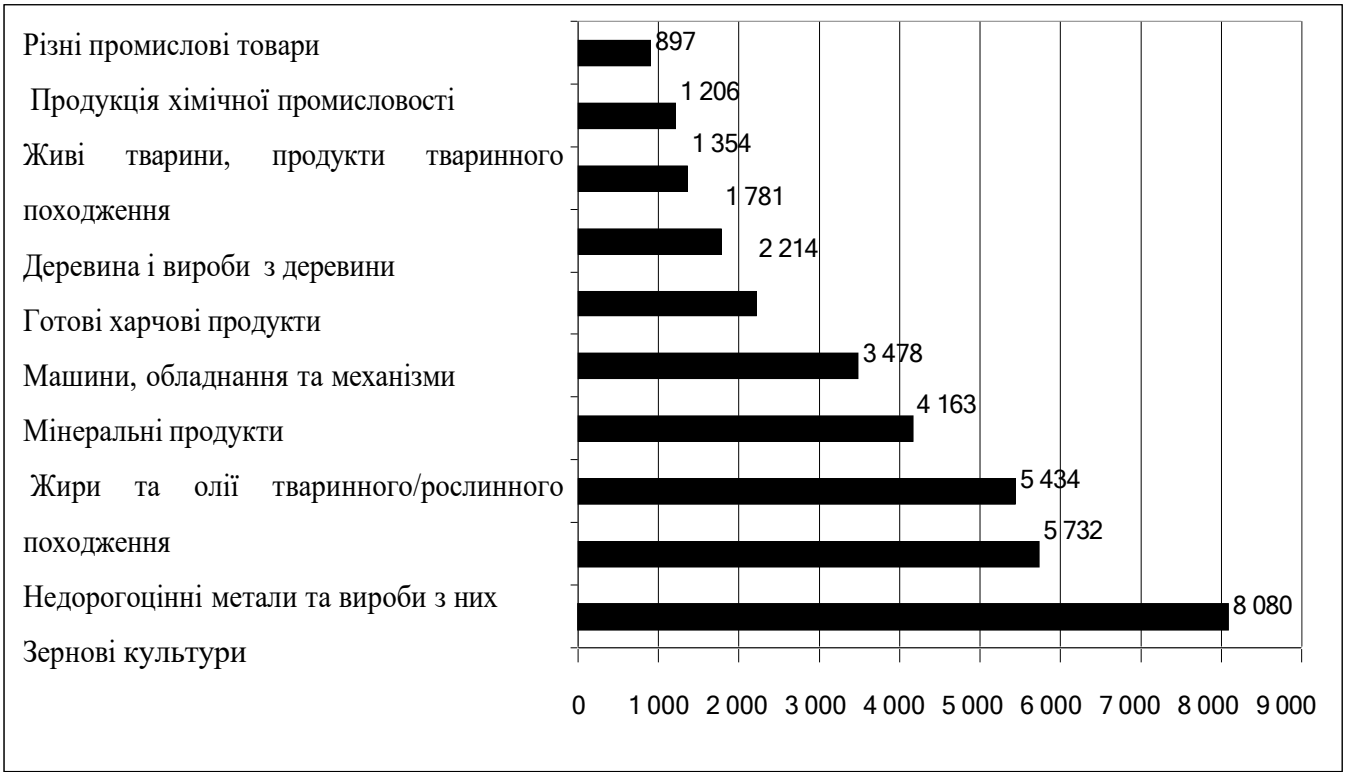


Рис. 2.1. ТОП-10 позицій українського експорту за 11 місяців 2023 року, млн. дол.

Складено на основі [8]

Найбільшу частку в українському експорті продукції агропромислового комплексу (АПК) займає продукція рослинництва. В 2023 році на неї припадало 13,5 млрд. дол. або ж 58% загального експорту продукції АПК. Такого показника вдалося досягти за рахунок торгівлі зерновими культурами.

Наступні у рейтингу експортованих продуктів - олії рослинного, жири та тваринного походження, які призвели до загальної суми в 5,9 мільярда доларів США і представляють 25% від українського експорту продукції сільського господарства в 2023 році. Серед цього сегменту, соняшникова олія була найбільше експортованою. З групи готових продуктів, минулого року було вивезено продукції на 2,5 мільярда доларів США, що складає 11% від українського експорту продукції сільського господарства. Макуха соняшника, використовувана як готовий корм для тварин, складала основну частку експорту (рис. 2.2).

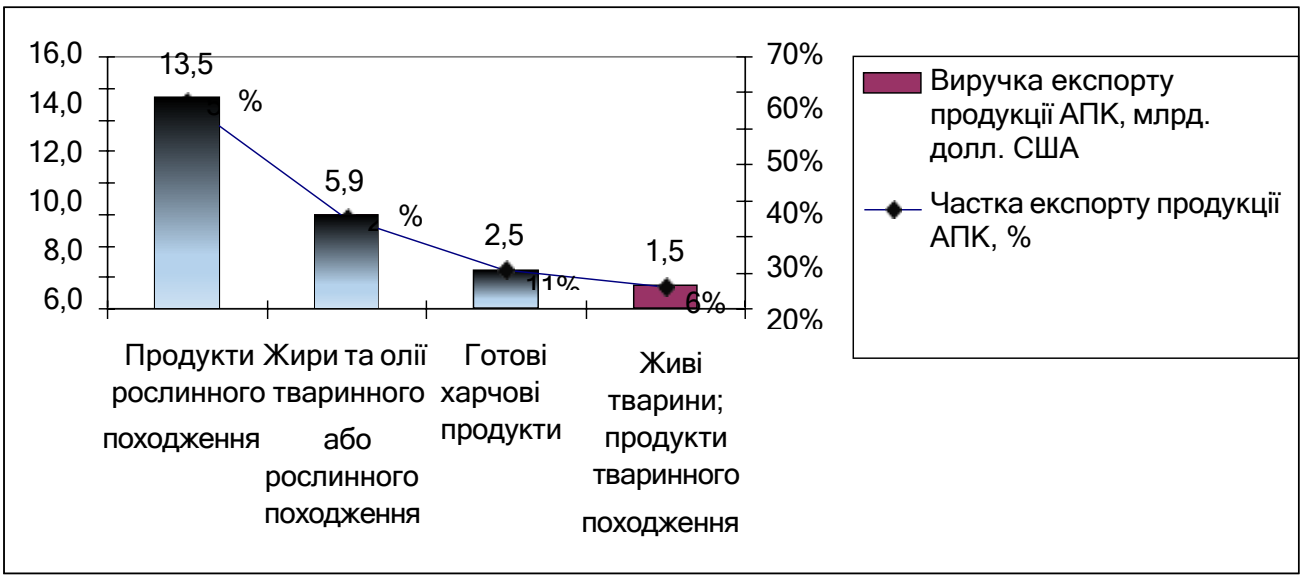


Рис. 2.2. Товарна структура експорту аграрної продукції України в 2023 році (млрд. дол.; %).

Найменші експортні надходження відзначилися у галузі тваринництва. У 2023 році експорт даної продукції склав 1,5 мільярда доларів США, що становить всього 6% від загального експорту продукції сільського господарства. Головною частиною експорту було м'ясо птиці.

З точки зору імпорту сільськогосподарських товарів до України, прибуток від імпорту помітно менший у порівнянні з експортом. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2023 році імпортована продукція становила 6,0 мільярда доларів, що є 11% від усього імпорту України. Відбувалося зниження на 23%, порівняно з показниками сільськогосподарського імпорту попереднього року.

Аналізуючи склад імпортної сільськогосподарської продукції, можна визначити, що найбільший обсяг становить готова продукція. Цієї готової продукції у минулому році імпортували на суму 2,6 мільярда доларів США, що становить 43% від загального обсягу імпортної агропродукції, а основна частина коштів була спрямована на імпорт алкогольних напоїв.

Імпорт тютюнових виробів визначається як важлива галузь, хоча йому не досягає за обсягом імпорту рослинна продукція, яка призвела до доходу в розмірі 1,9 мільярда доларів у 2023 році. Зазначене зменшення на 0,2 мільярда доларів порівняно з попереднім роком. Найбільшою категорією серед рослинних продуктів були фрукти та горіхи. Заслуговує на увагу також обсяг

імпорту тваринницької продукції, який у 2023 році склав 1,2 мільярда доларів, представляючи 20% від загального сільськогосподарського імпорту України. Риба була основним видом тваринницької продукції, імпортованим минулого року. Серед усіх сегментів аграрної промисловості найменший обсяг імпорту виявився у жирів та олій, як тваринного, так і рослинного походження, зменшившись всього на 0,3 мільярда доларів у 2023 році. Найвищий обсяг імпорту в цей період припадав на пальмову олію (див. рис. 2.3) [8].

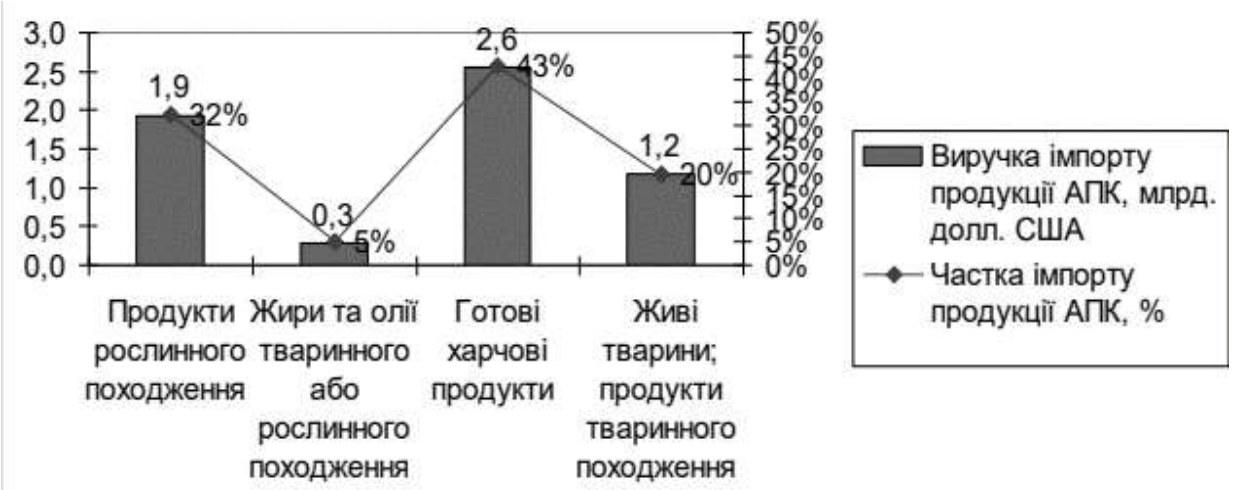


Рис. 2.3. Товарна структура імпорту аграрної продукції України в 2023 році (млрд. дол.; %)

Складено на основі [8]

Структура експорту України у 2023 році продовжує залишатися переважною у напрямках поставок до Європейського Союзу (3,671 млрд. дол.), країн Азії (2,449 млрд. дол.), а також Африки (345 млн. дол.) та СНД (155 млн. дол.). Оглядаючи результати, ці чотири регіони поглиблюють свою участь в обсязі аграрного експорту виробів українського виробництва, що становить 98% [8].

Співпраця України з Європейським Союзом у сфері експорту сільськогосподарської продукції та продуктів харчування призвела до значущих зрушень у рейтингах основних споживачів українських продуктів харчування у світі.

У 2023 році Польща випередила Китай, який утримував лідерство з 2019 року, і стала найбільшим імпортером української агропродукції. У 2021 році

Польща займала 7-е місце за обсягом імпорту вітчизняних сільськогосподарських товарів на суму $1073 млн. У минулому році Україна поставила до Польщі продовольства на суму $2710 млн, що більше ніж в 2,5 рази перевищує показник 2021 року. За даними на 2023 рік, Польща становила 11,5% від загального обсягу внутрішнього експорту сільськогосподарської продукції [8].

У 2021 році Румунія не потрапила до двадцятки найбільших споживачів української сільськогосподарської продукції. Проте вона вибилася на друге місце минулого року, імпортуючи українські сільськогосподарські товари на суму 2,557 млн доларів і випередивши США. Витрати Румунії у 2021 році становили лише 150 мільйонів доларів, що в 17 разів менше, ніж у 2022 році. За даними на 2023 рік, частка Румунії у внутрішньому експорті агропродовольчої продукції України становить 10,8%, відповідно до джерела [8].

У 2021 році закупівлі Туреччини зросли з 1465 млн доларів США до 2212 млн доларів. Внесок США зріс на 51%, і у 2023 році вони вийшли на третє місце в списку найбільш домінуючих імпортерів української агропродукції – 9.4% національного експорту в цій категорії [8].

У 2023 році основними імпортерами вітчизняної агропродукції були Китай ($1888 млн), Іспанія ($1307 млн), Нідерланди ($1196 млн), Італія ($923 млн), Угорщина ($884 млн), Болгарія (US 811 млн дол. США) та Індії (794 млн дол. США) [8].

У 2021 році Угорщина придбала продовольства з України на суму 92 мільйонів доларів, а Болгарія імпортувала агропродовольчої продукції на 85 мільйонів доларів США. Однак у 2023 році США вражаючим чином збільшили свій імпорт української сільськогосподарської продукції майже вдесятеро, увійшовши до першої десятки країн, які найбільше споживають цю продукцію. Десять країн, фактично, здійснювали 65% валютних надходжень для внутрішніх експортерів агропродовольчої продукції минулого року. В такий спосіб, Україна не лише задовольняє свої власні потреби в сільськогосподарських продуктах, але й виступає одним із ключових постачальників цих товарів на світовому ринку.

Україна має значущу роль у світовому виробництві ячменю, кукурудзи та

пшениці, а також у їхньому експорті [10]. За оцінками USDA, у 2022/23 маркетингових роках частка України у світовому врожаї складала: ячменю - 7%, пшениці - 4% і кукурудзи - 3%.

Соняшник визначається як важлива олійна культура, займаючи третє місце у світовому виробництві олійних культур і становлячи майже 10% загального обсягу. У 2022/23 маркетинговому році світове виробництво соняшнику досягло рекордних 57,2 млн тонн. У цьому році Україна встановила історичний рекорд у виробництві соняшнику - 17,5 млн тонн або 31% від загального світового врожаю. Загальна площа під посівами у світі у 2022/23 році становила 28,75 млн га, що на 7% більше, ніж попереднього сезону, що є найбільшим зростанням за останні п'ять років. Україна, з посівною площею в 7,1 млн га, або 25% від загального світового обсягу, очолила цей процес. Щодо врожайності, Україна виявляється однією з найпродуктивніших країн, займаючи друге місце після Угорщини (2,81 т/га) і випереджаючи Францію (2,76 т/га), із вражаючою продуктивністю 2,46 т/га. [31]. За даними USDA, протягом десяти сезонів з 2011/12 по 2021/22 маркетингові роки загальний обсяг торгівлі соняшником збільшився більш ніж у півтора рази (рис. 2.4).

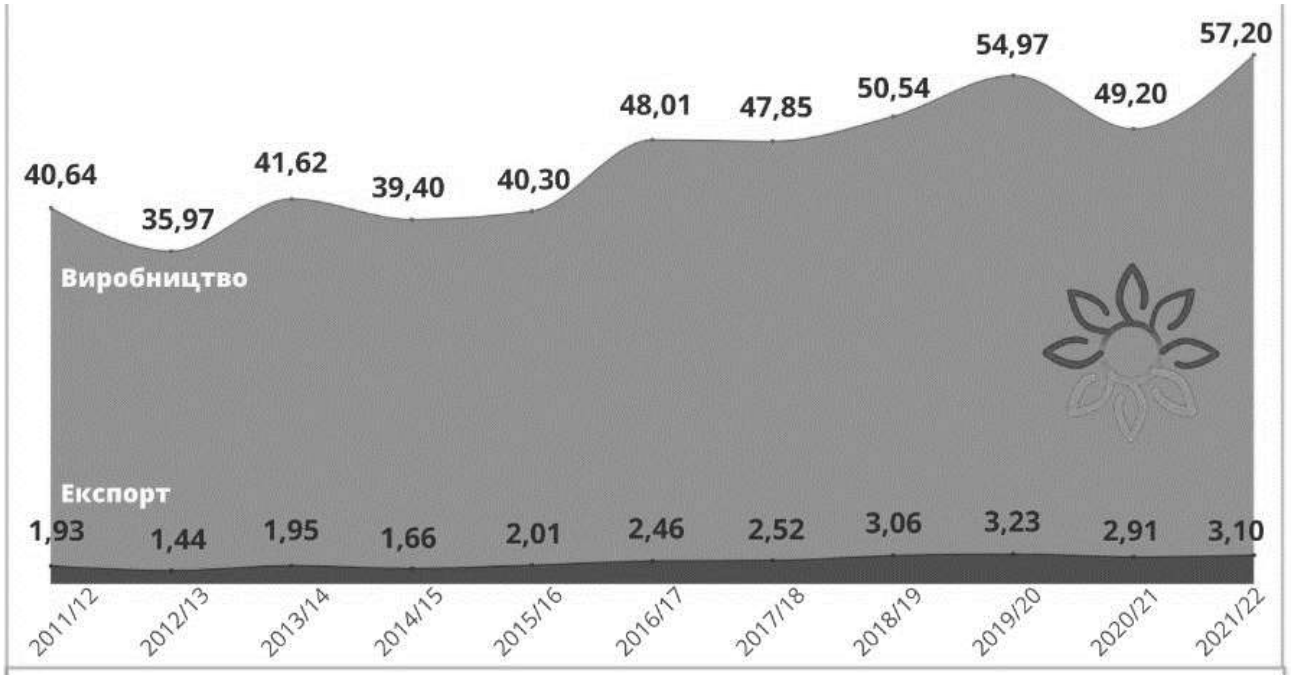


Рис. 2.4. Динаміка світового виробництва та експорту соняшника, млн. т.

Джерело: [32]

Соняшник представляє собою важливу культуру в Україні, займаючи п'яту частину загальної посівної площі. За останнє десятиліття виробництво соняшнику подвоїлося, і наразі Україна виступає домінуючим світовим виробником з 2012 року. Більшість сировини соняшника піддається переробці в межах країни, що робить Україну лідером у виробництві та експорті олії. Вражає той факт, що протягом маркетингового року 2022/23 експортовано 5,7 мільйонів тонн соняшника, що становить 47% від загального світового експорту.

Згідно з дослідженнями, проведеними USDA світове виробництво соняшника сягне приблизно 52 мільйони тонн протягом маркетингового періоду 2022/23. Очікується, що цей показник буде на 9-10% нижчим, ніж видобуток минулого року. На рисунку 2.5 показані основні світові виробники соняшника.

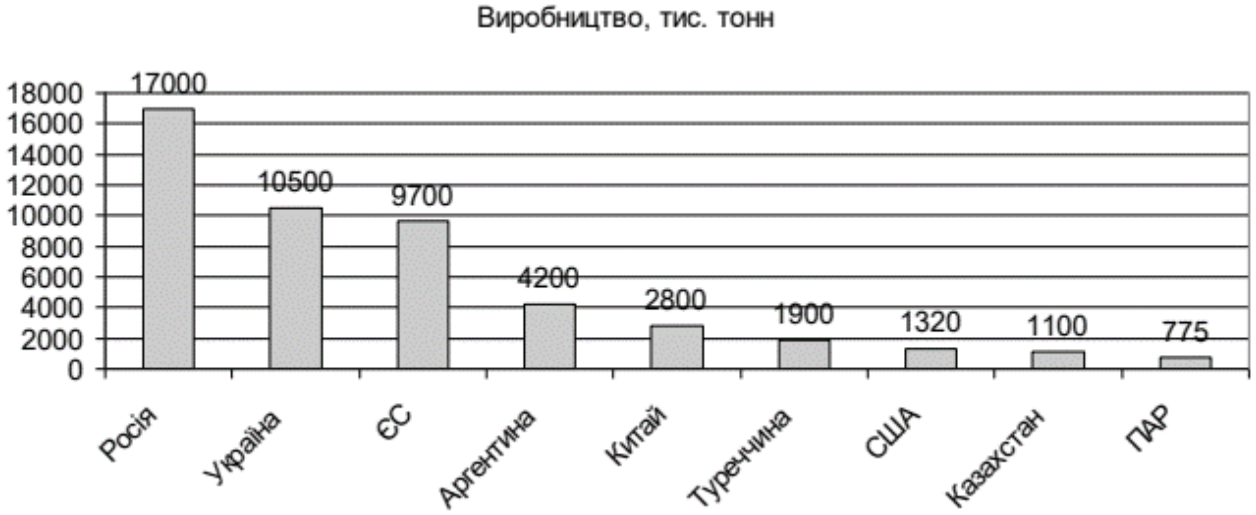


Рис. 2.5. Глобальні лідери виробництва соняшнику у 2022/23 маркетингових роках (експертна оцінка і прогноз)

Джерело: [32]

На сьогодні Україна, росія, Європейський Союз та Аргентина займають провідні позиції у світовій галузі соняшника. Разом ці країни володіють майже 85% світового ринку соняшника.

Розвиток та зростання внутрішнього виробництва соняшника будуть визначатися різноманітними чинниками, включаючи результати збору врожаю, внутрішні ціни на продукцію та взаємовідносини між виробниками та

підприємствами, що займаються переробкою олії. Останні зіткнулися з труднощами як у збуті продукції, так і у закупівлі сировини для наступного сезону через очікуване зменшення обсягів виробництва соняшника.

Отже, провівши аналіз можна стверджувати, що Україна відіграє визначальну роль на світовому ринку сільськогосподарської продукції, забезпечуючи значний обсяг товарів та виступаючи одним із ключових постачальників. Зокрема, у 2023 році український експорт сягнув 36 мільярдів доларів США, що складає 64,9% від 2021 року. Основною складовою структури експорту є продукція сільського господарства, що включає рослинні олії, зерно, м'ясо, птахів, живу худобу та готові продукти харчування.

Незважаючи на важкі виклики, такі як введення воєнного стану та вторгнення росії, Україна продовжує виступати як ключовий гравець на світовому аграрному ринку. Перспективи вітчизняного агропродовольчого експорту залишаються сприятливими, а висока продуктивність та різноманіття вирощуваних культур підтримують значущий внесок України у глобальне сільське господарство.

2.2. Характеристика організаційно-економічної діяльності ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»

Компанія у ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» працює на агропромисловому ринку України починаючи з 1994 року, встигла вийти на високий рівень продукції та довіри споживачів. За даними Державної служби статистики України компанія стабільно входить в топ 10 українських компаній за розміром доходу та прибутку. Та навіть враховуючи труднощі, що були викликані спочатку пандемією, а потім й повномасштабним вторгненням, компанія продовжує функціонувати та покращувати власні позиції [22].

З листопада 2007 року акції ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» торгуються на Варшавській фондовій біржі (WSE). В 2015 році компанія ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» увійшла в ТОП-10 найбільш технологічно розвинутих агрохолдингів

світу.

Історичну довідку компанії можна представити так:

1995 – Початок торгівлі українською сільськогосподарською продукцією з трейдерами з інших країн світу. Придбання перших елеваторів, які стають найважливішими активами для логістики зерна.

2002 – Компанія "Кернел Трейд" придбала свій перший олійний завод в Україні, розширює свою діяльність. Активно купує фермерські господарства, що призводить до довгострокового збільшення площ орендованих земельних угідь.

2004 – Отримання прав на торговельний знак соняшникової олії під брендом "Щедрий Дар" (фасована олія з соняшника) та придбання олійноекстракційного заводу на сході України.

2006 – Придбання виробничих можливостей компанії "Євротек", що сприятиме розширенню обсягів виробництва олії та досягненню провідних позицій в аграрному секторі України.

2007 – Акції компанії торгуються на Варшавській фондовій біржі (WSE). Компанія "Чумак" уклала ліцензійний договір з правом виробництва та реалізації соняшникової олії під торговими марками "Чумак Голд" та "Чумак Домашня".

2008 – Куплено другий за розміром портовий термінал у Чорноморському порту, що призвело до збільшення обсягів експорту вирощеного в Україні зерна. Площа орендованих земель зросла до 80 тис. гектарів.

2009 – ТОВ "Кернел Трейд" розширює свої виробничі можливості для виготовлення олії в Чорноморському регіоні шляхом укладення угоди на щорічну переробку 230 тис. тонн соняшникового насіння на обладнанні з виробництва олії, розташованому в Чорноморському порту поруч із власним портовим терміналом.

2010 – ТОВ "Кернел Трейд" придбало активи конкуруючої компанії "Allseeds" та ввело в експлуатацію новий завод з багатонасіннєвою переробкою на півночі України. Обсяг переробки соняшникового насіння зросла до 2 млн тонн щороку. Разом із заводом "Allseeds" в склад компанії увійшли портові

термінали для експорту соняшникової олії та шроту.

2011 – Розширення площі землі до 230 тис. га, завдяки новим придбаним заводам у Центральній та Західній Україні, а також придбанню заводу з переробки насіння соняшнику "Українська Чорноморська Індустрія".

2013 – Обсяг реалізації соняшникової олії досягає 1 млн тонн, і доля компанії в міжнародній торгівлі цією олією становить 16%. Експорт зерна збільшується до 3 млн тонн. ТОВ "Кернел Трейд" придбало високотехнологічну компанію на аграрному ринку України - "Дружба-Нова". Земельний банк цієї компанії охоплює майже 100 тисяч гектарів, розташованих на півдні Чернігівської та Сумської областей і на півночі Полтавської області. Ємність елеваторів підприємства складає 100 тис. тонн. На завершення 2013 року використана площа досягла 400 тис. га.

2016 – Придбання заводу з обробки соняшникового насіння у Кіровоградській області, реалізація двох заводів з виробництва олії в Росії (країна, де відбуваються терористичні акції), та обробка 200 тис. тонн соняшникового насіння щорічно. Крім того, реалізація маслозаводу в Миколаєві.

2017 – Розширення сфери впливу шляхом придбання активів холдингу "Українські аграрні інвестиції" та компанії "Агро Інвест Україна". Територія, на яку розповсюджується діяльність ТОВ "Кернел Трейд", налічує понад 600 тисяч гектарів. Міжнародне рейтингове агентство Fitch присвоїло рейтинг цінних паперів компанії "B+", а агентство S&P - "B+".

2018 по теперішній час. У 2018-2019 роках "Кернел" вперше експортував 6,1 млн тонн зерна, що є абсолютним рекордом як для компанії, так і для України. Купівля зерновозів, які розширять наші логістичні можливості і забезпечать доставку зерна. Отримання 5,85% акцій ViOil (компанії у сфері нафтопереробного бізнесу). Придбання підприємства з переробки олійних культур ТОВ "Олієекстракційний завод "Еллада"".

Отже нині, ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» є визнаним світовим лідером та експортером соняшникової олії, найбільшим виробником зернових та олійних культур в Україні. За результатами фінансового року 2022 компанія поставила

понад 10 мільйонів тонн української сільськогосподарської продукції, яка була розповсюджена та реалізована по всьому світу [21]. Продукція КЕРНЕЛ доступна під різними торговими марками, серед яких можна відзначити "Premi", "Blanc", "Olio", "Чумак", "Стожар", "Marinado" та "Щедрий дар" [21].

Головна компанія холдингу, яка має назву ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", є зареєстрованою в Україні. Важлива інформація про цю компанію, включаючи види діяльності та місцезнаходження юридичної основи, представлена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна інформація про компанію

Назва підприємства	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"
Організаційно-правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
Код ЄДРПОУ	31454383
Юридична адреса	Україна, 01001, місто Київ, ПРОВУЛОК ШЕВЧЕНКА ТАРАСА, будинок 3
Види економічної діяльності заКВЕД	46.21 Оптова торгівля зерном, необробленимтютюном, насінням і кормами для тварин 10.41 Виробництво олії та тваринних жирів 20.20 Виробництво пестицидів та іншої агрохімічної продукції 46.23 Оптова торгівля живими тваринами 46.31 Оптова торгівля фруктами й овочами 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами,яйцями, харчовими оліями та жирами 77.31 Надання в оренду сільськогосподарськихмашин і устаткування
Уповноважена особа	МІРОШНИЧЕНКО МИКОЛА ВОЛОДИМИРОВИЧ
Розмір статутного капіталу	9 358 911 540,91 грн

Якщо аналізувати фінансовий стан компанії, слід відзначити, що її власна прибутковість практично кожен рік зростає, із винятком лише 2021-2022 роки. Детальніші основні фінансові показники за досліджувані роки розглянемо нижче (табл. 2.2).

Керівництво компанії спрямовує свої увагу на більш локальні цілі та розподіляє їх на три основні напрямки:

1. Соціальна мета: Реалізація потенціалу працівників, захист їхнього здоров'я та безпеки на робочому місці, сприяння професійному зростанню та самореалізації, а також допомога у розвитку громад, де відбувається діяльність компанії.

Таблиця 2.2

Основні фінансово-економічні результати ТОВ "КЕРНЕЛ ТРЕЙД", 2018-2023 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	51 482 928	67 395 769	85 791 541	67 925 986	70643025
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), млн. грн	45 932 765	58 114 495	81 969 080	51 610 825	53 675 258
Валовий прибуток, тис. грн	5 550 163	9 281 274	3 822 461	16 315 161	16 967 767
Інші операційні доходи, тис. грн	777 043	1 666 006	691 741	2 399 576	2 495 559
Адміністративні витрати, тис. грн.	775 000	931 906	1 515 993	1 019 676	1 060 463
Витрати на збут, тис. грн	3 725 160	3 834 778	3 094 727	4 161 293	4 327 744
Інші операційні витрати, тис. грн	1 455 892	578 396	1 083 595	1 232 757	1 282 067
Фінансовий результат від операційної діяльності тис. грн	371 154	5 602 200	1 180 113	12 301 011	12 793 051
Фінансові витрати, тис. грн	1 288 539	1 627 252	1 315 770	2 116 216	2 200 864
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, тис. грн	608 977	2 022 738	-2 107 593	6 539 799	6 801 390
Чистий фінансовий результат, тис. грн	355 787	1 648 945	-1 719 296	5 138 344	5 343 877

2. Економічна мета: Максимізація прибутковості через ефективне використання ресурсів, застосування новітніх технологій, постійне вдосконалення процесів, а також відкриті та прозорі корпоративні практики. Компанія активно впроваджує інновації, ретельно ставиться до земель та виробляє високоякісну продукцію, що відповідає корпоративним принципам, світовим стандартам якості та вимогам клієнтів.

3. Екологічна мета: Підвищення енергоефективності, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, зниження викидів парникових

газів, максимальна переробка відходів, скорочення кількості відходів та охорона ґрунтів з метою їх відновлення.

Компанія вважає роботу з персоналом головною чинником ефективної та плідної співпраці, велику увагу приділяє саме власному інтелектуальному фонду. Організаційна структура товариства представлена на рисунку 2.7.

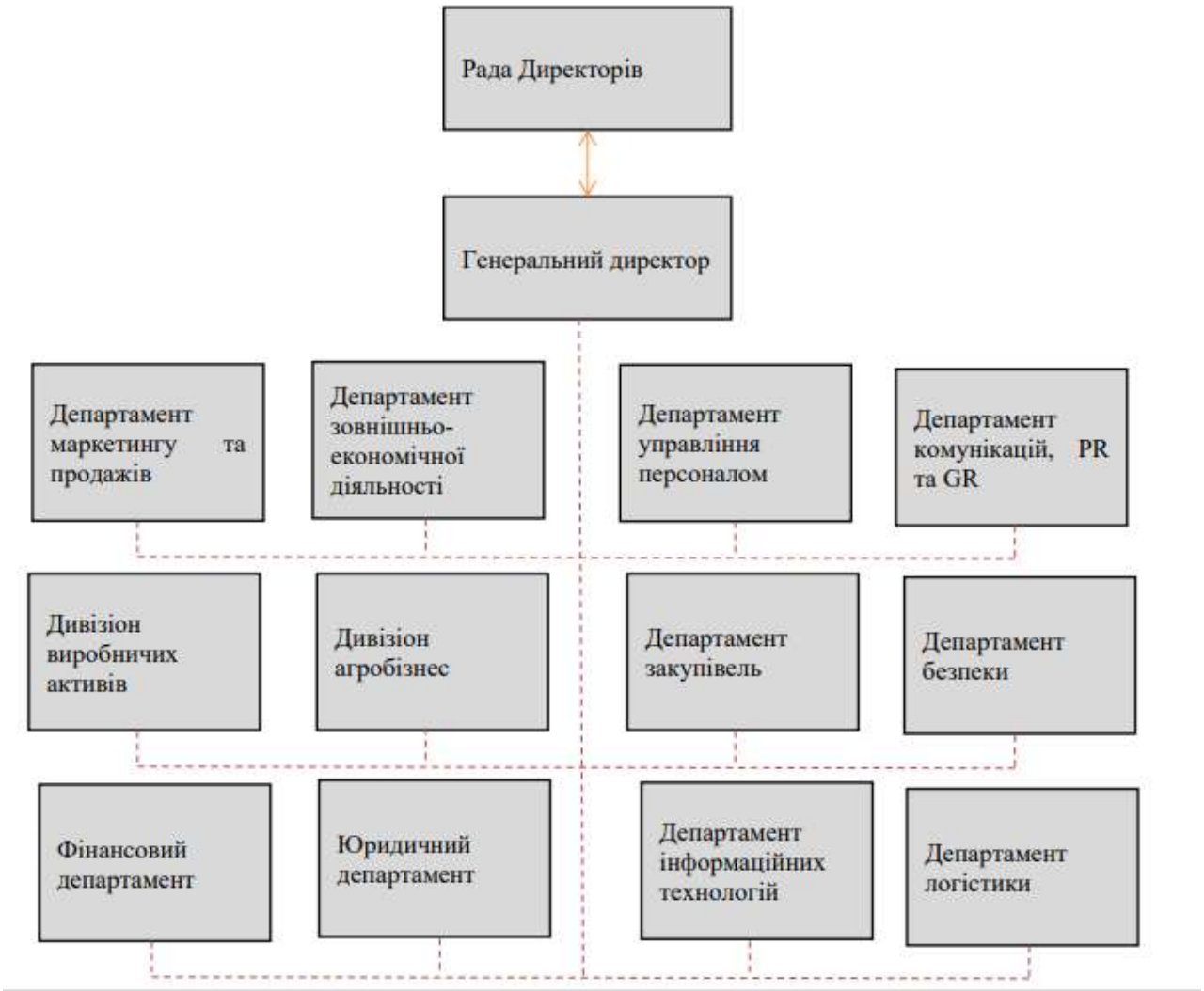


Рис. 2.7. Організаційна структура ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД»

Джерело: складено на основі [24-26]

Отже, нині компанія використовує лінійно-функціональну (дивізійну) організаційну структуру управління, де кожен департамент має свою власну ієрархію та відповідального керівника, що здійснює пряму взаємодію з генеральним директором.

Попри відсутність конкретних зв'язків між департаментами, для досягнення високих результатів та розвитку інтелектуального капіталу

проводяться щорічні заходи, які об'єднують всі департаменти та створюють атмосферу залученості в діяльність підприємства.

Для отримання більш повної картини, логічним буде провести аналіз кадрового потенціалу компанії та його зміни впродовж останніх років, після впровадження інноваційних рішень. Порівняльні показники кадрових ресурсів представлені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка людських ресурсів ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» 2018-2022 рр.

Показник	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2019 у % до 2023**
Всього працівників	13397	11928	11256	10 223	9200	68,67
За знаходженням						
Україна	15066	13355	11208	10 180	9118	60,52
Інші країни	42	46	48	43	82	195,23
За рівнем:						
Менеджер	885	908	936	870	820	92,65
Спеціаліст	3665	3452	3354	3020	2850	77,76
Працівник	8847	7568	6966	6333	5530	62,50
За сегментом						
Переробка олії	2258	2203	2253	2291	2233	98,89
Інфраструктура та трейд	2990	2718	2592	2679	2405	80,43
Фермерство	7405	6232	5609	4366	3802	51,34
Інші	744	775	802	887	760	102,15

За останні 5 років кількість працівників, що працює в компанії зменшилась на 31%, що являє собою вагому частину інтелектуального капіталу компанії. Безумовно, саме війна та цифровізація вплинула на подібну різницю, так в сегменті фермерства відбулися найбільші зміни, що сягають 48%.

Розглянемо площу землі, що використовувала компанія ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» за досліджуваний період на рисунку 2.8.

У 2019 році банк землі володів площею 596 тисяч гектарів, і з кожним наступним роком ця площа зменшувалася. У 2020 році цей показник становив 529 тисяч гектарів, що відповідає зменшенню на 16,3%. В той же період обсяг отриманих культур збільшився на 32%. Департамент агробізнесу вказує, що ця різниця стала можливою завдяки впровадженню системи управління та аналізу

ґрунту, яка враховує різноманітні виробничі чинники, що, в кінцевому підсумку, вказують на те, наскільки обґрунтованим є використання окремих ділянок землі [28].

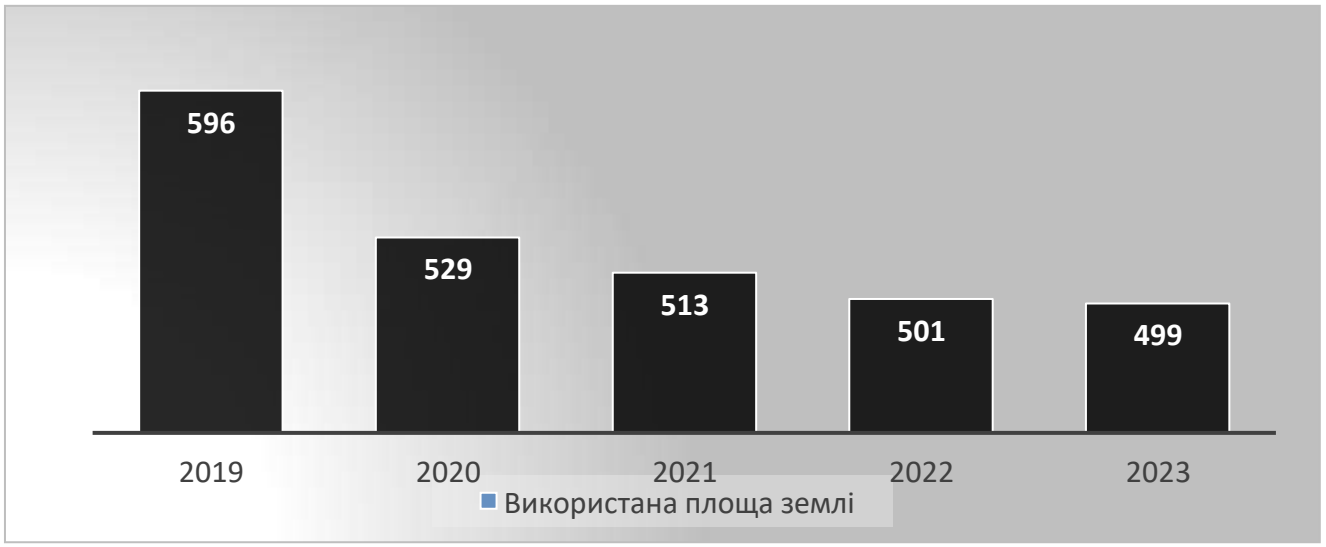


Рис. 2.8. Посівна площа ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" 2019-2023 рік

Джерело: складено автором на основі [28]

У результаті компанія розпочала використовувати більш родючі ділянки землі, а ті, які були визначені як неефективні, припинила залучати в роботу, пропонуючи їх на продаж або використання для інших цілей.

Сьогодні діяльність підприємства формується на основі восьми основних сегментів: власний агробізнес, взаємодія зі сторонніми компаніями, закупівля зернових і олійних культур, елеватори, заводи з переробки олійних культур, експорт зернових, експорт олії та використання портових терміналів.

Агробізнес. Компанія має понад 500 тисяч гектарів землі, з різними культурами, такими як пшениця, соняшник і кукурудза. За останні роки кукурудза стала основною культурою та у 2023 році обсяг врожаю склав 2360 тис. т, що становить 73% загального виробничого обсягу (див. рис. 2.9).

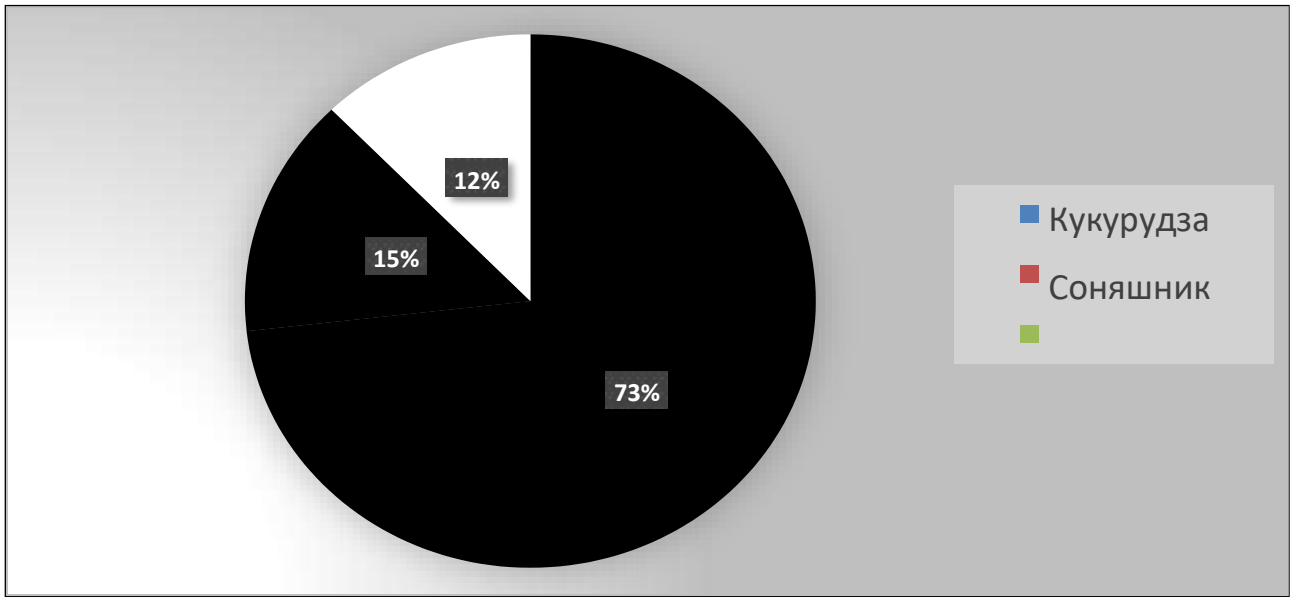


Рис. 2.9. Співвідношення виробництва ключових культур ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Залучення сторонніх підприємств та закупівля культур. Навіть маючи свій власний агросектор, компанія використовує інші джерела сировини, залучаючи значну кількість сторонніх підприємств та маючи одну з найбільш ефективних систем закупівель, співпрацюючи з понад п'ятьма тисячами різних виробників сільськогосподарської продукції. Товариство визнає стратегічні партнерства як важливий етап у власній бізнес-моделі, тому воно привертає таку велику кількість різних постачальників та створює індивідуальні умови для кожного з них.

ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД» намагається, щоб заводи з переробки олійних культур були не лише ефективними з точки зору виробництва, але й конкурентоспроможними та відповідали високим стандартам якості на світовому рівні. Навіть порівнюючи їх із глобальним ринком, заводи товариства відповідають європейським стандартам, мають передове обладнання та високий рівень цифрової технологізації. На початку 2023року компанія утримувала 18% від загальних виробничих потужностей, що становить - 3744 тисячі тонн. Розподіл потужностей на ринку представлено на рисунку 2.10. [27-28].



Рис. 2.10. Переробні потужності станом на 2023 фінансовий рік

Джерело: складено автором на основі [28]

Експорт зернових: Навіть при тому, що для економіки країни було б більш вигідно перейти до експорту готової продукції, Україна залишається однією з провідних країн у світі щодо експорту сировини. Компанія відіграє ключову роль у цьому сегменті, діючи як зв'язуюче ланцюгове засоби між виробниками зернових культур та світовими ринками. Згідно з результатами фінансового року 2023, компанія вивезла понад 10 мільйонів тонн сільськогосподарської продукції з України по всьому світу, навіть при урахуванні викликів та проблем на міжнародних ринках [28].

Експорт олії: Компанія КЕРНЕЛ безперечно є одним з лідерів у виробництві та експорті соняшникової олії світового масштабу, а в Україні щорічно посідає перше місце, виробляючи та реалізуючи олію під численними відомими торговими марками, які ми розглядали раніше. Аналізуя на світовий ринок споживання олії, можна зауважити, що Україна становить 39% від загального обсягу проданої продукції, а решта використовується в інших країнах, що належать до ринку експорту соняшникової олії в бутлях. Структуру використання та розподілу олії ми розглянемо детальніше на рисунку 2.11.

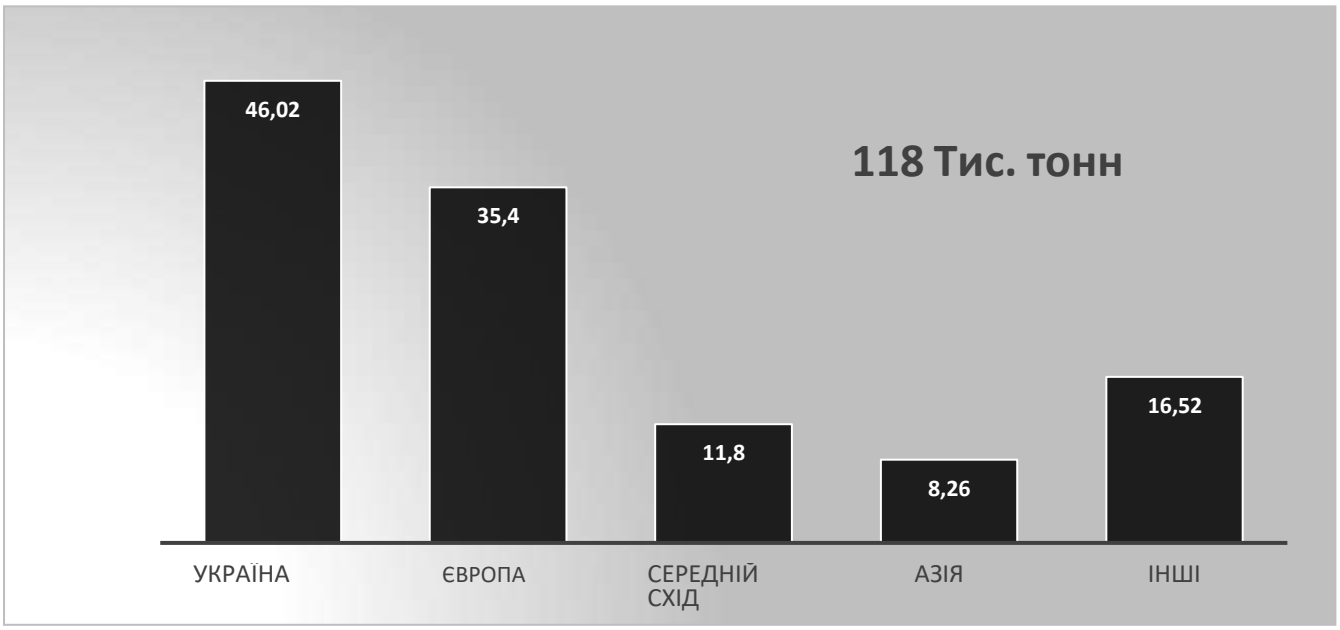


Рис. 2.11. Напрямки бутильованої соняшникової олії у 2023 фінансовому році

Джерело: складено автором на основі [28]

Товариство виробляє близько 5% всього світового обсягу соняшникової олії та здійснює експорт понад 8% світового обсягу. Завдяки сучасним та цифровизованим заводам, компанія може переробляти 3.5 мільйони тонн насіння соняшнику. Зокрема, компанія поєднує цю діяльність із виробництвом відновлювальної енергії за допомогою біомаси [28].

Портові термінали є важливим елементом логістики зернових та олійних культур у ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД». Варто відзначити, що сама компанія здійснює логістичні операції, використовуючи власні елеватори та портові термінали на березі Чорного моря. Ці портові термінали відіграють ключову роль у перевезенні товарів від полів до вантажних суден, забезпечуючи оперативність та якість експортної логістики. Річна потужність перевалки зернових культур та шроту в портах складає 6,5 млн тонн. Сучасні технології прийому та відвантаження, сучасні елеваторні системи та глибоководні причали дозволяють завантажувати судна типу Panamax з водотоннажністю до 80 тис. т [21].

Таким чином, аналізуючи діяльність ТОВ «КЕРНЕЛ ТРЕЙД», слід відмітити, що підприємство є провідних аграрним холдингом на території України та провадить ефективну зовнішньоекономічну діяльність. Основними напрямами діяльності підприємства є вирощування та експорт соняшникової

олії, надання послуг зернотрейдингу та логістики, а також ведення інших напрямів діяльності у сфері агробізнесу. Всі напрями діяльності підприємства є результативними та демонструють стратегію розвитку. Варто також зазначити, що підприємство володіє значною матеріально-технічною базою, що дозволяє підприємству займати лідируючі позиції на вітчизняному ринку та бути лідером й на міжнародній арені. З огляду на це варто проаналізувати ефективність провадження міжнародних проектів досліджуваним підприємством.

2.3. Аналіз діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" на зовнішніх ринках

Проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається кількома важливими потребами та завданнями, що виникають в умовах сучасного глобалізованого бізнес-середовища:

– Конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Аналіз дозволяє оцінити конкурентоспроможність підприємства в порівнянні з іншими гравцями на міжнародних ринках. Визначення сильних та слабких сторін дозволяє розробити стратегії для підвищення конкурентоспроможності.

– Ідентифікацією нових ринків та можливостей. Аналіз зовнішньоекономічної ситуації дозволяє визначити потенційні ринки для розширення діяльності, а також виявити можливості для вивчення нових сегментів та впровадження нових продуктів чи послуг.

– Управління ризиками. Зовнішньоекономічний аналіз визначає економічні, політичні, соціокультурні та інші ризики, пов'язані з міжнародною діяльністю. Вироблення стратегій для управління цими ризиками є важливою задачею.

– Оптимізація логістичних процесів. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності сприяє вдосконаленню логістичних ланцюгів, що є ключовим для ефективної поставки продукції та конкурентоспроможності.

– Створення стратегій експортної та імпортної політики. Аналіз зовнішньоекономічного середовища дозволяє розробляти стратегії для

ефективного вивчення нових ринків збуту або забезпечення потреб в імпортованих ресурсах.

– Визначення ефективності міжнародних проектів: Характеристика зовнішньоекономічної діяльності є важливою для оцінки результативності міжнародних проектів підприємства та виправлення стратегій у майбутньому.

Таким чином, проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" відобразить актуальність у забезпеченні стійкого та успішного функціонування підприємства в глобальному економічному середовищі.

Для більш детального аналізу міжнародних проектів та їх ефективності розглянемо дані та показники звітності підприємства за останні роки, а саме динаміку виробництва (рис. 2.12).

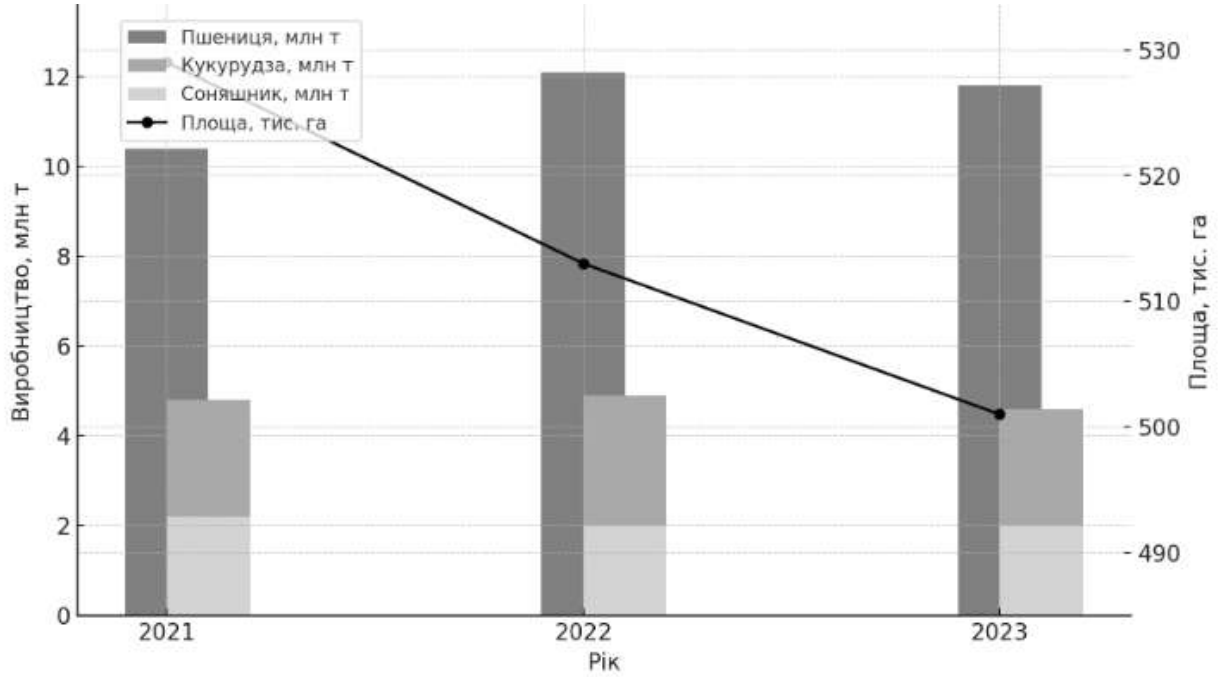


Рис. 2.12. Динаміка площ та обсягів виробництва продукції ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", 2019-2021 рр.

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Згідно з даними на рис. 2.12, можна відзначити помітне зменшення загальної площі в обробітку, що призвело до скорочення з 529 тис. га до 501 тис. га, тобто на 5,29%. Важливо відзначити, що, незважаючи на це зменшення, виробництво зернових культур на підприємстві відзначилося різноманітністю:

- Виробництво пшениці ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" зросло на 13,46%, а саме з 10,4 млн. тонн до 11,8 млн. тонн, що свідчить про підвищену продуктивність гектара, засіяного пшеницею.
- В той час як виробництво кукурудзи скоротилося на 9,09%, тобто з 2,2 млн. тонн до 2,0 млн. тонн. У 2023 році підприємство вирішило менше використовувати сільськогосподарські землі під кукурудзу.
- Виробництво соняшнику також зазнало скорочення на 4,16%, а саме з 4,8 млн. тонн до 4,6 млн. тонн.

Отже, від'ємні тенденції у виробництві основних зернових культур на підприємстві є результатом зниження врожайності кожної з культур (рис. 2.13).

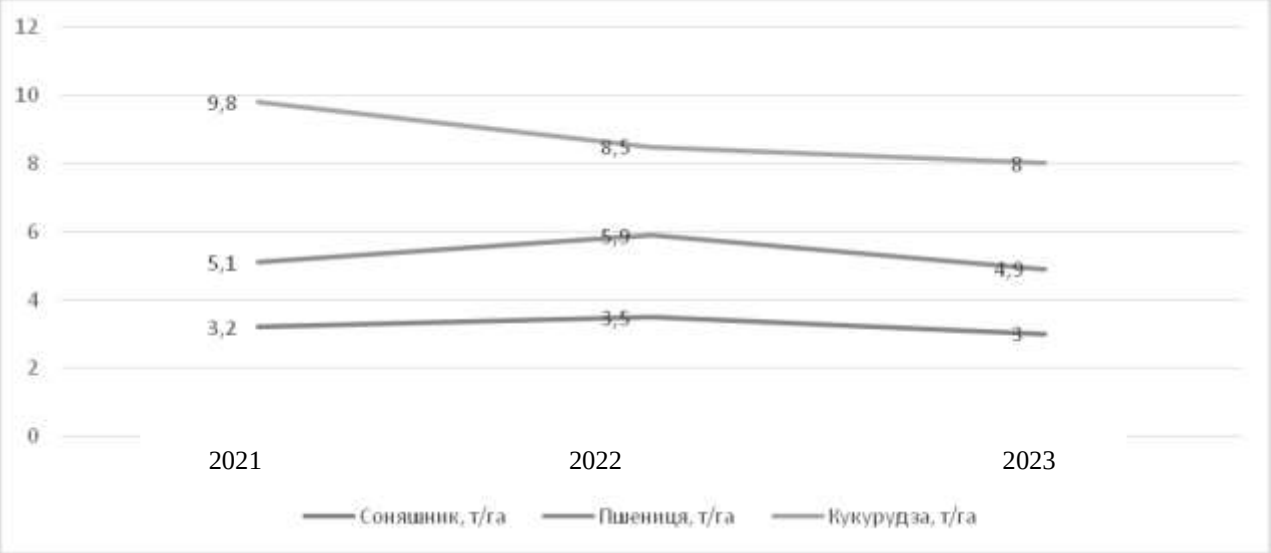


Рис. 2.13. Динаміка урожайності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", т/га

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Як видно із рис. 2.13, урожайність підприємства зменьшилася за усіма напрямами діяльності. Наступним етапом дослідження варто здійснити оцінку міжнародних проектів підприємства у розрізі його основних напрямів діяльності. Спершу слід проаналізувати динаміку експорту та продажу на внутрішній ринок соняшниковоїолії (рис. 2.14).

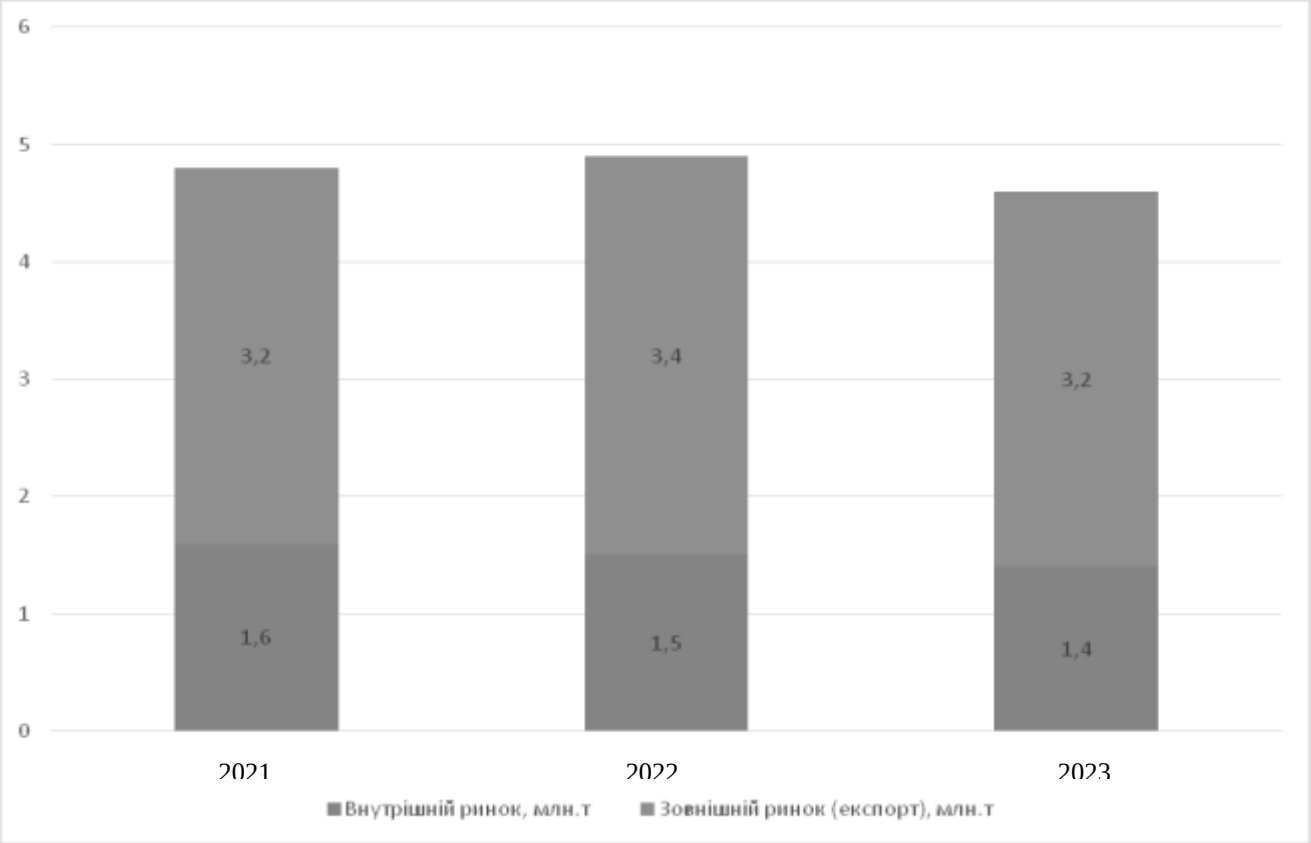


Рис. 2.14. Динаміка збуту соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", млн. т

Згідно з рисунка 2.14 видно, що більша частина виробленої соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" експортується на міжнародні ринки. Доля експорту становить 69,5%, в той час як 30,43% продукції продається на внутрішньому ринку.

Важливо відзначити, що в динаміці за роки дослідження відбуваються структурні зміни:

- Обсяг реалізації соняшникової олії на внутрішньому ринку зменшився на 12,5%, а саме з 1,6 млн. тонн до 1,4 млн. тонн. Зменшення реалізації на внутрішні ринки може бути обумовлене зниженням попиту на цей товар та підвищенням споживчих цін.
- Навпаки, експортна діяльність залишалася стабільною у 2023 році в порівнянні з 2021 роком. Але варто відзначити різкий стрибок експорту на початку 2021 року, коли обсяг експорту соняшникової олії збільшився на 0,2 млн. тонн.

Розгляд цін на соняшникову олію на зовнішніх ринках став причиною часткового зниження реалізації цього товару у 2023 році на внутрішньому ринку (рис. 2.15).

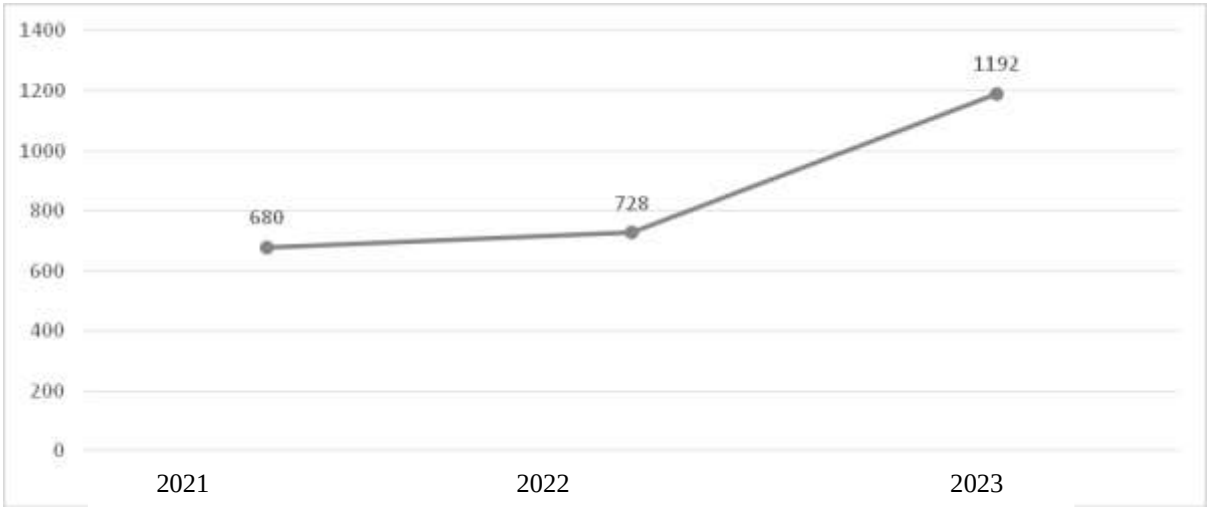
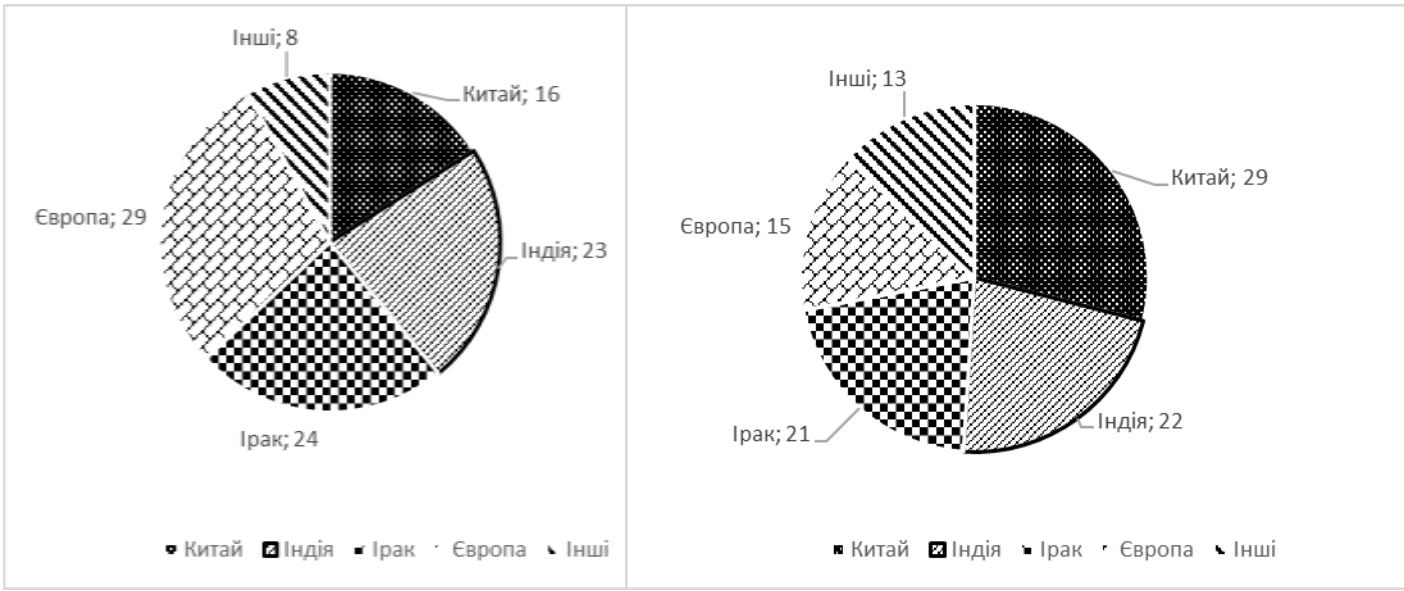


Рис. 2.15. Ціна соняшникової нерафінованої олії, проданої наливом, дол. за т

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Так, висунута гіпотеза підтверджується: компанія експортувала значну частину свого продукту через підвищення цін на міжнародних ринках. Важливо розглянути країни, куди експортується соняшникова олія ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" (рис. 2.16).



2020 **2023**

Рис. 2.16. Структура експорту соняшникової олії, %

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

З рис. 2.16 видно, що експорт соняшникової олії за структурою за країнами-експортерами в 2020 та 2023 роках виявився різнорідним. У 2020 році найбільше кількості соняшникової олії було експортовано до Європи – 29%, тоді як у 2023 році експорт до Європи зменшився на 14%, що становить загалом 15%.

Експорт соняшникової олії також скоротився до Іраку, з 24% у 2020 році до 21% у 2023 році. Відсоток експорту соняшникової олії до Індії залишався стабільним між 2019 та 2020 роками.

Варто відзначити значний зріст експорту соняшникової олії до Китаю, з 16% у 2020 році до 29% у 2023 році. Також відзначається розширення експортних відносин із іншими країнами, що виразилось у зростанні від 8% до 13% у 2023 р.

Як вже визначено, крім соняшникової олії, ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" також експортує зернові культури, такі як пшениця та кукурудза. Тепер розглянемо динаміку збуту зернових культур ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" (рис. 2.17).

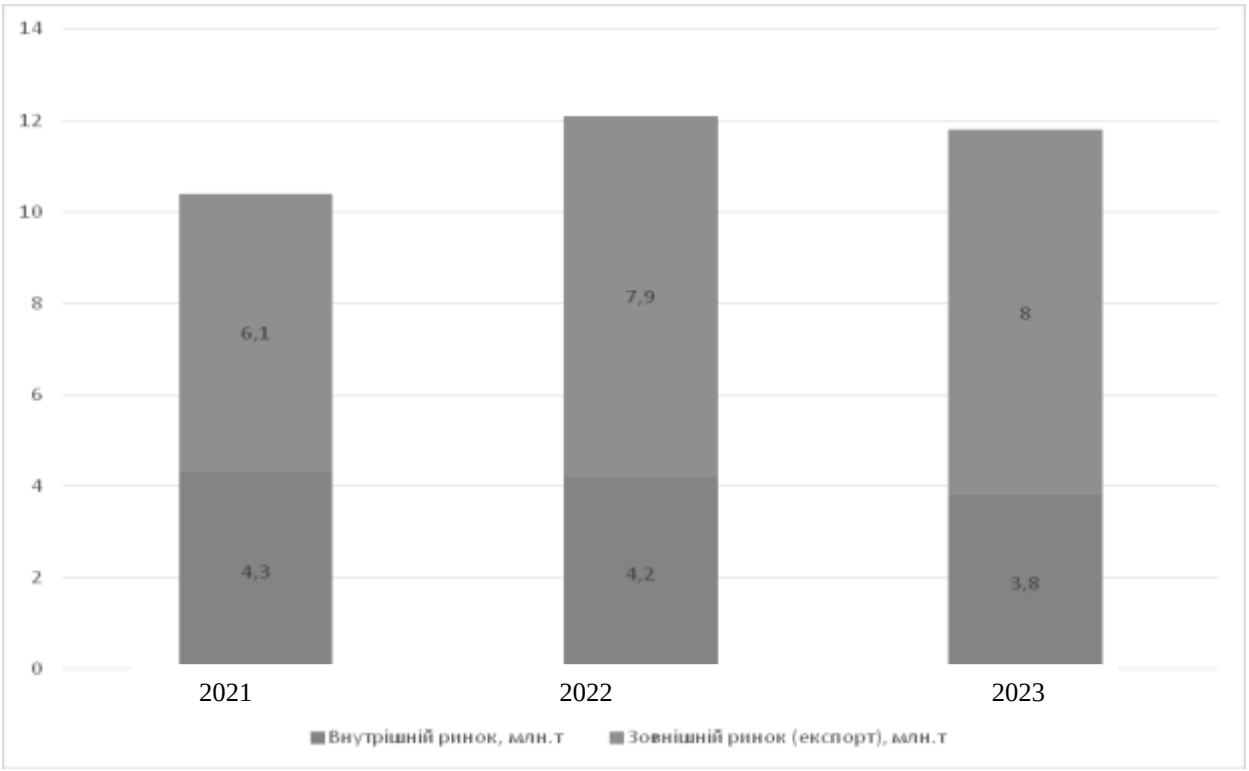


Рисунок 2.17 – Динаміка збуту зернових ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", млн. т

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

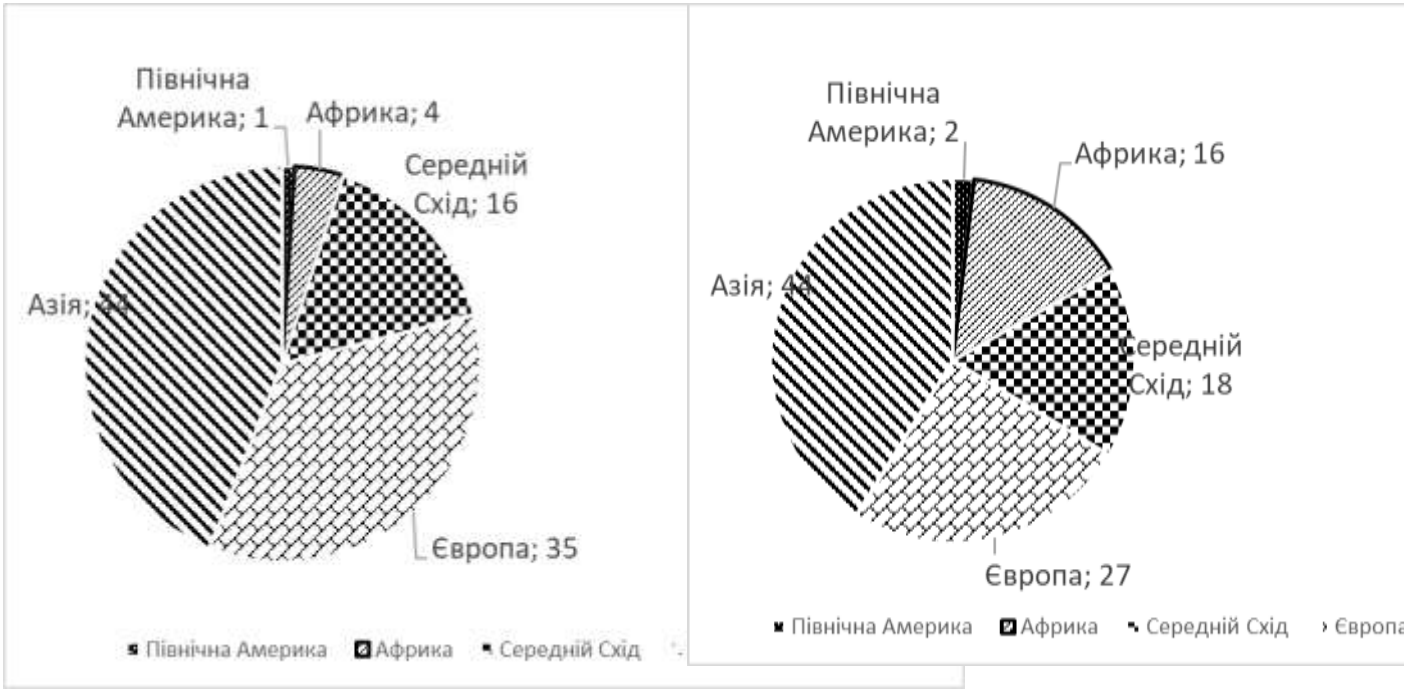
Як бачимо із рис. 2.17, ТОВ «Кернел» більшу частину зернових також експортує на зовнішні ринки. Частка експорту становить – 67,8%. Решта

продукції – 32,2% - реалізується на внутрішньому ринку.

Варто відмітити, що у динаміці років спостерігаються такі структурні зрушення:

- За 2021-2023 роки на внутрішній ринок реалізація зернових скоротилася на 11,62%, тобто із 4,3 млн. т до 3,8 млн.т.
- Натомість експортна діяльність у 2023 р., порівняно із 2021 р. помітно зросла на 31,14%. Тобто збільшення відбулося із 6,1 млн. т у 2021 році до 8,0 млн.т у 2023 році.

За даними рисунка 2.18 розглянемо країни, до яких експортувалася продукція зернового напрямку виробництва.



2020 **2023**

Рис. 2.18. Структура експорту зернових ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", %

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Інформація, представлена на рис. 2.18, дозволяє визначити, що структура експорту зернових культур в 2020 та 2023 роках була різною.

У 2020 році 44% зернових культур експортувалося до Азії, а вже у 2023 році цей показник зменшився на 7%, складаючи 37% від загального обсягу експорту.

Обсяг експорту зернових до Європи також скоротився на 8%, з 35% у 2020 році до 27% у 2023 році. Протилежний тренд відзначається у відношенні експорту до Африки, де спостерігається збільшення на 12%, з 4% у 2021 році до 16% у 2023 році. Нами у таблиці 2.4 проаналізовано компанії-лідери по експорту зернових культур в Україні у 2022 р.

Таблиця 2.4

ТОП-10 компаній-експортерів основних зернових культур в Україні у 2023 році

Пшениця		**Ячмінь**		**Кукурудза**	
Компанія	**%**	**Компанія**	**%**	**Компанія**	**%**
«Нібулон»	8,4	«Гранум Інвест»	12,0	«Кернел»	7,9
«Кернел»	7,2	«Нібулон»	10,6	«Нібулон»	7,8
«Каргілл»	5,6	ДПЗКУ	7,6	ADM	4,7
ДПЗКУ	4,8	«Кернел»	6,5	ДПЗКУ	4,2
«Луї Дрейфус УкраїнаЛТД»	3,6	ADM	5,7	UKRLANDFARMING PLC	4,2
«Бунге Україна»	3,1	«Бунге Україна»	2,4	«Нобл Ресорсиз Україна»	3,5
ADM	2,9	«Нобл Ресорсиз Україна»	2,0	«Каргілл»	2,3
«Агропрсперіс»	1,7	ППК «Агроресурс»	1,9	«Гленкор Інтернешнл»	1,8
«Гленкор Інтернешнл»	1,4	«Луї Дрейфус Україна ЛТД»	1,8	«Луї Дрейфус Україна ЛТД»	1,7
«Амбар Експорт»	1,3	«БТГ Пактуал Комодітіс» (Україна)	1,8	«Бунге Україна»	1,6
Інші	60,1	Інші	47,7	Інші	60,2
Всього	**100**	**Всього**	**100**	**Всього**	**100**

Джерело: сформовано автором за даними [24]

За даними наведеними у таблиці 2.4 видно, що в експорті пшениці з України на міжнародні ринки лідером є компанія "Нібулон", яка експортувала 8,4% від загального обсягу світового експорту пшениці у 2023 році. На другому місці розташувалася компанія "Кернел", яка, хоч і зазнала невеликого відставання від "Нібулону", все ж вивезла 7,2% пшениці від загального внутрішнього експорту в 2022 році.

Щодо експорту ячменю, тут лідером є компанія "Гранум Інвест", яка експортувала 12,0% від загального обсягу експортованого ячменю у 2023 році. На другому місці вказана компанія "Нібулон" з часткою експорту в 10,6%. У 2023 році ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" вивезло на міжнародні ринки 6,5% ячменю

від загальної кількості внутрішнього експорту.

У сегменті експорту кукурудзи видаються лідерами серед вітчизняних експортерів ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" (7,9% від загального обсягу експорту) та компанія "Нібулон" (7,8% в 2021 році від загального обсягу експорту кукурудзи).

Отже, згідно з проведеним аналізом, можна зазначити, що ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" утримує лідируючі позиції на ринку експорту сільськогосподарської продукції. Проте, важливо відзначити, що конкуренція в експортній діяльності сільськогосподарського сектору досить велика.

Нижче наведено методику для оцінки конкурентних позицій ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" у сфері експорту. Таким чином, буде побудована порівняльна таблиця конкурентних переваг для обраних підприємств, що представлено у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика конкурентоздатності провідних експортерів

№	Показник	ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"	ПАТ «Нібулон»	ПАТ «МХП»	УКРЛЕНДФАРМІНГ
Фактори, що характеризують компанію					
1.	Репутація (імідж) компанії	компанія досить відома	відома компанія	відома компанія	відома компанія
2.	Кваліфікація менеджеріввищої ланки	висока	середня	середня	висока
3.	Кваліфікація менеджерів середньої ланки	висока	висока	висока	висока
4.	Плинність кадрів	низька	середня	середня	низька
Фактори, що характеризують виробництво і надання послуг					
1.	Рівень собівартості	середній	низький	середній	середній
2.	Розширення асортименту	значне	незначне	значне	значне
3.	Якість товарів	висока	висока	висока	висока
4.	Контроль якості продуктів	постійний	постійний	постійний	постійний
Фактори, що характеризують структуру споживачів					
1.	Довгострокові міжнародні експортні контракти	відсутні	наявні	наявні	відсутні

2.	Виконання зобов'язань перед міжнародними покупцями	Виконуються у повному обсязі	Виконуються у повному обсязі	Виконуютьсяу повному обсязі	Виконуються у повному обсязі

Джерело: сформовано автором за даними [24]

Таким чином, за даними табл. 2.5 виявлено, що за досліджуваними ознаками компанія ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" серед вітчизняних конкурентів на міжнародній арені відповідають загальним тенденціям, але є певні прогалини порівняно із лідерами: відомість бренду на ринку та наявність довгострокових міжнародних експортних контрактів.

Але так само ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" має й переваги: унікальний асортимент, низька плинність кадрів, якість товарів.

Конкурентні позиції ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" по відношенню до конкурентів варто проаналізувати також за наступними факторами: конкурентоспроможність продукції, збутова діяльність та ефективність управління діяльністю (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Конкурентоздатність провідних лідерів експортної діяльності сільськогосподарської продукції та ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»

Назва компанії	Конкуренто-спроможність продукції	Збутова діяльність	Управління виробництвом	Всього	Ранг
Вектор пріоритетів	0,548	0,262	0,190	1,000	-
ПАТ «МХП»	0,111	0,055	0,034	0,121	9
ПАТ «Нібулон»	0,151	0,072	0,052	0,275	3
ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»	0,256	0,122	0,089	0,467	1
УКРЛЕНДФАРМІНГ	0,130	0,062	0,045	0,237	5

Джерело: сформовано автором

За даними представленими у таблиці 2.6, можна сформувати висновок, що серед обстежених підприємств найвищий рівень конкурентоспроможності виявився у ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД". Це досягнуто завдяки гнучкій ціновій політиці, добре організованій системі експорту та високому рівню кваліфікації персоналу. На другому місці розташувалося ПАТ "Нібулон", а на третьому - УКРЛЕНДФАРМІНГ.

Варто проаналізувати графік експорту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" у розрізі

останніх двох років (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Графік експорту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" у 2022-2023 роках

Назва акції	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
2022												
Експорт пшениці				+								
Експорт соняшникової олії	+											
Експорт кукурудзи	+											
2023												
Експорт пшениці					+							
Експорт соняшникової олії									+			
Експорт кукурудзи												

Джерело: сформовано автором за даними підприємства

Згідно з інформацією в табл. 2.7, ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" не виявляє сталої регулярності в експортних операціях. Компанія починає експортувати свою продукцію в двох випадках: або коли на ринку формується вигідна ціна, або коли виникає значний попит на ринку. Ця стратегія виявилася дієвою та результативною. Проте доречним буде провести аналіз рівня прибутковості експортної діяльності товариства (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Оцінка ефективності експорту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"

Показник	Значення, тис.грн			Відхилення	
	2021	2022	2023	тис. грн	%
Темп приросту витрат на експорт	22,83	18,99	22,14	-0,69	-3,04
Частка витрат на експорт узагальних витратах	45,11	47,36	47,09	1,98	4,39
Коефіцієнт приросту зростання обсягу експорту від приросту витрат на експорт	1,24	1,29	1,21	-0,02	-1,92
Коефіцієнт рентабельності експорту	0,23	0,53	0,64	0,42	184,54

Джерело: сформовано автором

За результатами обчислень у таблиці 2.8 виявлено, що частка витрат на експорт (зокрема, логістика, митні платежі і т.д.) у ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" складає приблизно 45%. Іншими словами, менший відсоток загальних витрат підприємства спрямований на організацію експортних операцій. Однак завдяки коефіцієнту приросту обсягу експорту в порівнянні із витратами на експорт можна зазначити, що ця діяльність є ефективною та приносить позитивний фінансовий результат.

Загальний коефіцієнт рентабельності експорту свідчить про високу ефективність зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", оскільки його показник збільшився на 184,54%. Іншими словами, дослідження ринку та розвиток партнерських зв'язків із споживачами призводять до позитивного фінансового впливу для підприємства. Важливо також детально розглянути підприємницьку діяльність компанії на зовнішніх ринках (див. табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності у розрізі просування ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"

Показник	Значення, тис.грн			Відхилення	
	2021	2022	2023	тис. грн	%
Коефіцієнт рентабельності заходів просування	-4,88	-1,64	-1,45	3,43	-70,35
Темп приросту витрат на просування	22,83	18,99	2,13	-20,70	-90,67
Частка витрат на просування у загальних витратах	11,62	12,20	12,13	0,51	4,39
Коефіцієнт приросту зростання обсягу реалізації від приросту витрат на просування	1,24	1,29	12,59	11,36	919,28

Джерело: сформовано автором

Ефективна діяльність просування ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" на зовнішніх ринках також підтверджується позитивним ростом рентабельності заходів просування. Цей показник зріс на 3,43%, що свідчить про дієвість міжнародних проектів підприємства.

Варто також оцінити рівень рентабельності продажів та продукції підприємства під час здійснення експортних операцій (рис. 2.19).

Отже, результативними показниками в основній сфері діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" є рентабельність продукції та рентабельність міжнародних

проектів. Спостерігається стабільне зростання цих показників протягом досліджуваних років, що свідчить про високий рівень ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

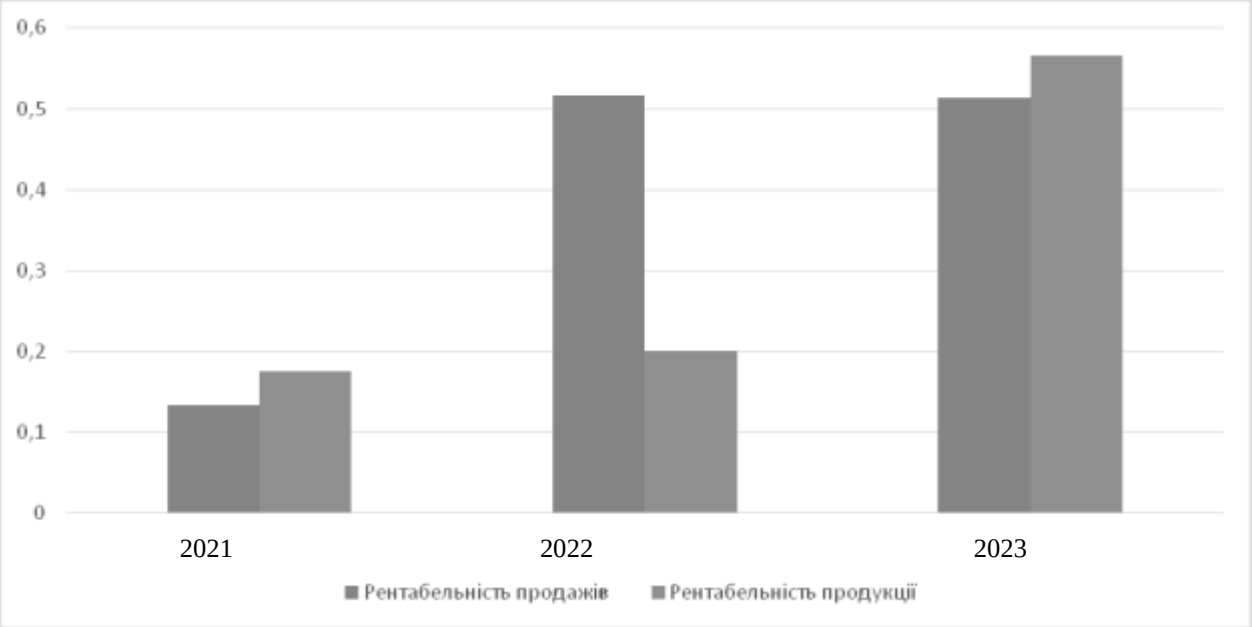


Рис. 2.19. Динаміка рентабельності продажів та продукції ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" під час здійснення експортних операцій у 2021-2023 рр.

Джерело: сформовано автором

Одним із факторів впливу на такі структурні зрушення може стати висока обізнаність зовнішньоекономічного ринку, його потреби та висококваліфікований персонал, що займається процесом аналізу.

Отже, при аналізі організаційно-економічної характеристики ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" та його конкурентів було визначено, що це провідний аграрний холдинг в Україні, який успішно реалізує продукцію на зовнішніх ринках. Основними напрямами його діяльності є вирощування та експорт соняшникової олії, надання послуг у сфері зернотрейдингу та логістики, а також розвиток інших напрямі агробізнесу. Аналіз результатів його діяльності вказує на високий рівень ефективності та застосування стратегії розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМІВ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"

3.1. Формування стратегії виходу на нові ринки ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"

Розвиток сучасного підприємства напряму пов'язане із використанням ефективних методів та механізмів управління, що враховують взаємозв'язки між різними функціональними областями. Головною метою такого управління є підвищення ефективності діяльності товариства та адаптація до швидкості та інтенсивності змін у турбулентному середовищі.

Механізми управління економічним розвитком призначені для діагностики та систематизації показників за ключовими аспектами діяльності. Ці механізми також спрямовані на комплексну оцінку можливих сценаріїв розвитку для подолання економічної нестабільності в умовах функціонування владного середовища.

Розробка зовнішньоекономічної стратегії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" на основі комплексного підходу дозволить забезпечити оптимальний вплив на ключові напрями розвитку підприємства. Початковим етапом вивчення такої системи є визначення її мети. Основною метою управління зовнішньоекономічним розвитком компанії є її орієнтація на стійке економічне зростання частки зовнішнього ринку та оптимізація бізнес-процесів для забезпечення стабільної роботи та ефективного розвитку компанії в майбутньому.

Серед головних напрямів управління економічним розвитком ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" можна виділити:

– ефективне використання матеріальних ресурсів за допомогою технологічних інновацій;

– оптимізація бізнес-процесів та розподілу коштів між елементами системи для забезпечення оптимального економічного розвитку важливих функціональних сфер компанії;

– зниження собівартості продукції та підвищення рентабельності

підприємства, вивільнення коштів для інноваційного розвитку за рахунок зменшення витрат підприємства на екологічні штрафи та переробку відходів виробництва;

– оптимальний економічний розвиток за рахунок надходжень від збільшення частки зовнішнього ринку.

Важливим моментом ефективного управління економічним розвитком аграрного підприємства є підтримання відносної оптимальності розвитку в умовах турбулентного середовища та підвищення економічної нестабільності зовнішнього середовища. Для забезпечення оптимального економічного розвитку ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" сформуємо та обґрунтуємо ефективні напрями зовнішньоекономічної стратегії (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Напрями зовнішньоекономічної стратегії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" *

**сформовано автором*

Першим напрямом зовнішньоекономічної стратегії є максимізація потенціалу компанії, що перевищує її попередній рівень розвитку, особливо в умовах економічної нестабільності. Здійснення цієї умови залежить від ефективності функціонування ключових компонентів внутрішнього середовища підприємства, а також від розуміння стану його зовнішнього середовища. Внутрішнє середовище визначатиметься ефективною роботою ключових компонентів його діяльності. Здатність отримання інформації про природу

зовнішнього середовища залежить від рівня проведення маркетингових досліджень у компанії.

Наступною вимогою є оптимізація бізнес-процесів, яка є особливо актуальною в умовах турбулентності. Нашою пропозицією є переглянути структуру посівних площ і скоротити їх під кукурудзою, а натомість збільшити площі під соняшником, Вважаємо, що доцільно обирати високо олійні сорти, з розрахунку майбутнього виробництва високоякісної олії. Вказане виробництво дозволить знизити собівартість продукції та охопити більший сегмент споживачів. Таким чином наші пропозиції допоможуть:

− забезпечити компенсацію збитків, спричинених війною в Україні, зокрема втрати двох олійноекстраційних заводів;

− збільшити загальний обсяг експорту соняшникової олії;

− провести ефективну та точну сівозміну, що дозволить утримувати фінансову стабільність підприємства;

− звільнитися від залежності використання чорноморських портів для реалізації продукції.

Отже, відповідно до запропонованої нами зовнішньоекономічної стратегії пропонуємо ввести в експлуатацію найбільший в Україні завод з переробки олійних культур у західній частині країни - Староконстянтинівський олійноекстракційний завод. Це підприємство спеціалізується на обробці соняшнику, сої та ріпаку. Прогнозується, що за рік тут буде перероблено 1 млн тонн насіння соняшнику, роблячи завод найбільшим підприємством з переробки олійних культур в Україні.

Завдяки введенням потужностей нового заводу, можна забезпечити повний цикл переробки сировини - від насіння до готового продукту для відправлення споживачеві. Підприємство вже використовує високотехнологічне обладнання та дотримується європейських стандартів у сферах якості, охорони праці та екології, що гарантує відповідність виробництва і продукції світовим стандартам.

Інноваційним рішенням є будівництво власної ТЕЦ потужністю 23 МВт. Це не лише забезпечить підприємство електроенергією, але й дозволить

вирішити проблему відходів виробництва, оскільки ТЕЦ буде працювати на лушпинні соняшнику.

Інвестуючи 180 мільйонів доларів США в модернізацію та завершивши роботи до 2025 року, можна додати 1 мільйон тонн річної переробної потужності. Це збільшить загальну щорічну переробку з 3,2 млн тонн у 2023 році до 4 млн тонн у 2024 році, що сприятиме подальшому зростанню обсягів експорту до Європи.

Введення в експлуатацію Староконстянтинівського олійноекстракційного заводу дозволить компанії збільшити об'єми переробки високоолеїнового соняшнику. Високоолеїновий соняшник представляє собою соняшник, вміст олеїнової кислоти Омега-9 (мононенасичена жирна кислота) в якому становить понад 82%, і при цьому вміст лінолевої кислоти Омега-6 (поліненасичена жирна кислота) низький [8]. Цей вид соняшнику був виведений традиційними методами селекції, і його генетичний потенціал для вмісту олеїнової кислоти становить найвищий серед усіх олійних культур – до 95%. Олія, отримана з такого соняшнику, має численні корисні властивості і навіть може конкурувати з оливковою олією.

Високоолеїнова соняшникова олія відзначається найвищим вмістом вітаміну Е (альфа-токоферолу) — 45 мг/100 г. Отже, ця олія виступає природнім антиоксидантом, який зміцнює імунітет людини, знижує ризик виникнення ракових захворювань і хвороб серцево-судинної системи, що на сьогодні є основною причиною смертності серед населення [5].

Лушпиння даного виду соняшника також володіє високою цінністю. Його можна використовувати як паливо для теплових електростанцій (ТЕЦ), розташованих на території відновленого виробництва (рис. 3.2). Це забезпечить безвідходне виробництво та зменшення витрат на електроенергію. З 1000 кг високоолеїнового соняшника можна отримати 190 кг лушпиння.



Рис. 3.2. Механізм використання соняшникового лушпиння*

**сформовано автором*

В даний момент українське виробництво високоолеїнового соняшнику становить лише невеликий відсоток (близько 4%) [2]. Однак світові тенденції вказують на потенційно широкі можливості розвитку цього напрямку в Україні. Для компанії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" вирощування високоолеїнового соняшнику може стати унікальною можливістю здобути додатковий прибуток з кожного гектара без додаткових витрат, оскільки технологія вирощування високоолеїнового соняшнику не відрізняється від звичайного методу.

Експерти інтернет-видання Latifundist прогнозують підвищений світовий попит на цю олію - більше ніж на 2,5 мільйона тонн щорічно, зокрема близько 800 000 тонн на ринку Європейського союзу [5]. Вже зараз ця олія коштує на 13% дорожче, ніж звичайна соняшникова [6]. Окрім цього товариство вкладає кошти в нову синергетичну діяльність з виробництва зеленої енергії з біомаси. Запропоновані пропозиції у зовнішньоекономічній стратегії для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" відповідають цілям сталого розвитку та є рушійною силою європейських аграрних компаній.

3.2. Напрями реалізації потенціалу компанії на зовнішніх ринках

Україно-російська війна викликала значні турбуленції в економіці та сільському господарстві країни, що створює необхідність обґрунтування актуальності логістики соняшникової олії замість кукурудзи на зерно. Ось кілька аргументів, що можуть підтримати вказану пропозицію:

1. Споживчий попит і експортні можливості**:** Ситуація на світовому ринку, зумовлена воєнним конфліктом, вплинула на зміну попиту та можливостей експорту для різних продуктів. Розглядаючи логістику соняшникової олії проти кукурудзи, можна визначити, що перша буде мати більшу конкурентоспроможність та дешевшу логістику в нових умовах.

2. Управління ризиками: В умовах війни ризики можуть зростати, і логістика стає ключовим елементом управління цими ризиками. Оптимальне планування та організація логістичних процесів дозволяють підприємствам ефективно реагувати на зміни у виробництві та експорті.

3. Логістичні витрати**:** Перевезення та зберігання сільськогосподарської продукції може впливати на логістичні витрати. Якщо логістика соняшникової олії виявляється менш витратною чи більш надійною у порівнянні з кукурудзою, це впливає на зміну існуючої стратегії підприємства.

4. Зміни у ринкових умовах: Воєнний конфлікт спричинив зміни у ринкових умовах, таких як коливання цін на ресурси та зміни валютних курсів. Тому логістика товариства повинна адаптуватися до таких змін, максимізуючи ефективність та знижуючи ризики.

5. Пошук нових ринків: У військових умовах з'являються нові ринки або закриваються старі. Тому, важливо, щоб логістична стратегія підприємства дозволяла ефективно проникати на нові ринки та адаптуватися до змін у вимогах споживачів.

Враховуючи ці фактори, досліджуване товариство повинно оцінити логістику соняшникової олії та кукурудзи на зерно та внести зміни у стратегію, спрямовані на оптимізацію логістичних процесів у нових умовах військового конфлікту.

ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" до війни займав позицію лідера на ринку сільськогосподарської продукції та визначався як один із найбільших експортерів в Україні. Нині підприємство також активно розвиває свою зовнішньоекономічну діяльність. Отже, стратегічним напрямком розширення міжнародної присутності компанії може стати розвиток експорту соняшникової олії в країни, з якими підприємство ще не мала співпраці.

Соняшникова олія представляє собою рослинний продукт, отриманий шляхом пресування чи екстрагування з олійних сортів соняшнику. Під час експортних операцій важливо, щоб соняшникова олія відповідала вимогам державного стандарту ДСТУ 4492:2005 "Олія соняшникова. Технічні умови". Оскільки якщо хоча б один з показників не відповідає зазначеним умовам, такий продукт не може бути визнаний придатним для безпосереднього вживання в їжу. Проведемо аналіз структури експорту соняшникової олії до різних країн світу, зокрема з метою визначення потенційних країн-імпортерів (табл. 3.1).

На сучасний момент актуальні напрями експорту олії соняшникової з України включають, але не обмежуються, такими країнами, як Європейський Союз (зокрема, країни ЄС), Азійські країни (такі як Китай та Індія), а також інші країни світу, які виявляють попит на цей продукт. Активний експорт також може спрямовуватися до країн Близького Сходу та Африки.

Зважаючи на динаміку попиту та кон'юнктуру ринків, конкретні напрями можуть змінюватися з часом. Періодичний аналіз ринків дозволяє визначити оптимальні напрями для експорту олії соняшникової з України.

Як видно із табл. 3.1, основними країнами-споживачами олії соняшникової виробленої в Україні є Індія, Китай, Нідерланди, Іспанія, Ірак, Італія, Сполучене королівство Великої Британії, Франція, Саудівська Аравія та Єгипет.

Серед вищеподаного списку найбільшими споживачами є Індія, до якої експортовано 38% соняшникової олії у 2021 році, Китай – 18%, Нідерланди – 13% та Іспанія – 9%. Проте для потенціалу розвитку експорту соняшникової олії слід обрати нові ринки – країни, до яких експорт олії соняшникової

нерозвиненою або є малорозвиненим. До уваги слід прийняти такі країни: Румунія, Туніс, Болгарія, Кіпр, Чехія, Молдова, Угорщина, Німеччина та ін.

Таблиця 3.1

Експорту української олії соняшникової у 2021 році

Країни	Одиниця виміру	Експорт	
		Кількість, тис т	Вартість, тис.дол.
ВСЬОГО	тис т	4593,9	5602242,2
ІНДІЯ	тис т	1566,7	1904738,9
КИТАЙ	тис т	773,6	900084,0
НІДЕРЛАНДИ	тис т	518,7	635772,5
ІСПАНІЯ	тис т	377,6	469321,0
ІРАК	тис т	262,4	313656,0
ІТАЛІЯ	тис т	248,8	321821,5
СПОЛУЧЕНЕ КОРОЛІВСТВО ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ТА ПІВНІЧНОЇ ІРЛАНДІЇ	тис т	129,4	165917,5
ФРАНЦІЯ	тис т	124,5	150588,5
САУДІВСЬКА АРАВІЯ	тис т	81,5	102933,9
ЄГИПЕТ	тис т	67,1	80582,3
ТУРЕЧЧИНА	тис т	62,1	78673,9
ІРАН (ІСЛАМСЬКА РЕСПУБЛІКА)	тис т	60,0	77990,7
МАЛАЙЗІЯ	тис т	45,8	57393,9
СУДАН	тис т	41,1	54793,3
ОБ'ЄДНАНІ АРАБСЬКІ ЕМІРАТИ	тис т	38,9	45086,9
ЛІВАН	тис т	37,1	43161,4
ПОЛЬЩА	тис т	26,7	34492,5
ПОРТУГАЛІЯ	тис т	25,5	29890,5
ТАЙВАНЬ, ПРОВІНЦІЯ КИТАЮ	тис т	14,9	19427,6
ДЖИБУТІ	тис т	11,6	14771,7
ОМАН	тис т	9,5	10468,0
США	тис т	8,9	11077,0
ГРЕЦІЯ	тис т	6,2	8615,8
ТУНІС	тис т	6,0	7492,6
ЛИТВА	тис т	5,4	6858,3
АВСТРАЛІЯ	тис т	5,1	6644,3
РЕЮНЬЙОН	тис т	4,1	5342,8
АВСТРІЯ	тис т	3,7	5603,1
ЯПОНІЯ	тис т	3,5	4798,6
КЕНІЯ	тис т	3,1	4169,6

Цілком обґрунтовано вивчити обрані країни з точки зору їх розміру та потенціалу на обраному ринку. Результати цього аналізу подано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Потенціал експорту олії соняшникової із України до інших країн

Показник	ВВП на душу населення	Кількість населення, млн.	Обсяг експорту соняшникової олії у 2023 році, тис. дол.	Відхилення обсягу експорту соняшникової олії у 2023році, порівняно із 2022, %	Обсяг споживання олії соняшникової на душу населення, тис. дол. на душу населення
Румунія	14861,91	19,12	0	-100	0
Туніс	3924,34	11,94	7492,59	-0,99	1,59
Болгарія	11634,97	6,89	2378,14	447,80	2,90
Кіпр	30798,48	1,22	507,40	775,76	2,40
Чехія	26378,50	10,70	220,10	3024,96	48,61
Молдова	5314,53	2,57	16,10	25123,99	159,63
Угорщина	18772,67	9,71	0	0	0
Німеччина	50801,79	83,13	2002,79	1232,09	41,51
Франція	43518,54	67,50	150588,55	-37,94	0,45

Джерело: сформовано автором

За результатами табл. 3.2 побудовано рис. 3.3, на якому відображено динаміку експорту олії соняшникової до країн світу у 2023 порівняно із 2022.

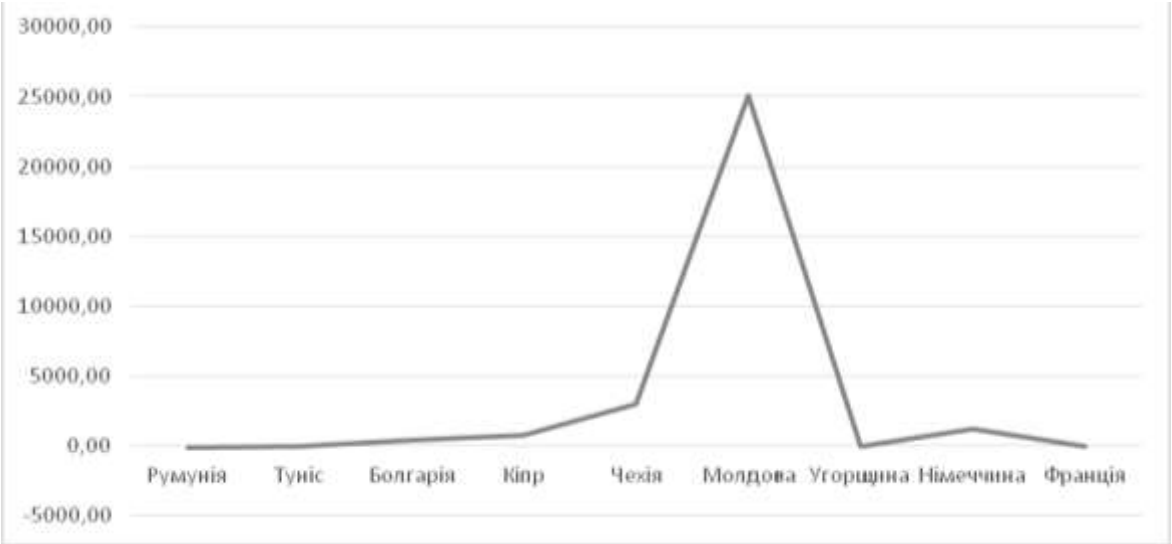


Рис. 3.3. Відхилення експорту олії соняшникової у 2023 р. порівняно із 2022 р., %

Джерело: сформовано автором

За результатами аналізу можна визначити, що протягом 2022-2023 років спостерігалося збільшення обсягів експорту олії соняшникової тільки до Чехії,

Молдови, Кіпру та Німеччини. Загалом експорт до Румунії та Угорщини припинився. Отже, на наступному етапі важливим є оцінка потенційних країн для розширення експорту, враховуючи основні критерії.

Найвигідніше географічне положення має Франція, Болгарія, Туніс та Румунія. Ці країни мають сполучення із іншими країнами водним сполученням, транспортним сполученням та повітряним сполученням.

Визначення країни для потенційного експорту соняшникової олії за основними критеріями представлено у табл. 3.3 та на рис. 3.4.

Таблиця 3.3

Матриця конкурентного профілю країн потенційних експортерів соняшникової олії

Критерії	Значення коефіцієнту, У	Румунія		Туніс		Болгарія		Кіпр		Чехія		Молдова		Угорщина		Німеччина		Франція	
		Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ	Х	ХУ
Барєри вихуду на ринок	0,2	9	1,8	9	1,8	9	1,8	7	1,4	6	1,2	9	1,8	7	1,4	5	1	5	1
Обсяг споживання соняшникової олії	0,25	1	0,25	3	0,75	4	1	4	1	8	2	10	2,5	1	0,25	7	1,75	2	0,5
Вимоги до якості соняшникової олії	0,15	7	1,05	6	0,9	9	1,35	5	0,75	7	1,05	9	1,35	8	1,2	4	0,6	4	0,6
Способи доставки, логістичні переваги	0,1	9	0,9	6	0,6	9	0,9	6	0,6	8	0,8	9	0,9	9	0,9	5	0,5	7	0,7
Демографічний фактор	0,15	7	1,05	6	0,9	5	0,75	1	0,15	3	0,45	2	0,3	2	0,3	9	1,35	9	1,35
Рівень конкуренції	0,15	2	0,3	8	1,2	8	1,2	2	0,3	3	0,45	4	0,6	5	0,75	3	0,45	3	0,45
Всього	1	35	5,35	38	6,15	44	7	25	4,2	35	5,95	43	7,45	32	4,8	33	5,65	30	4,6

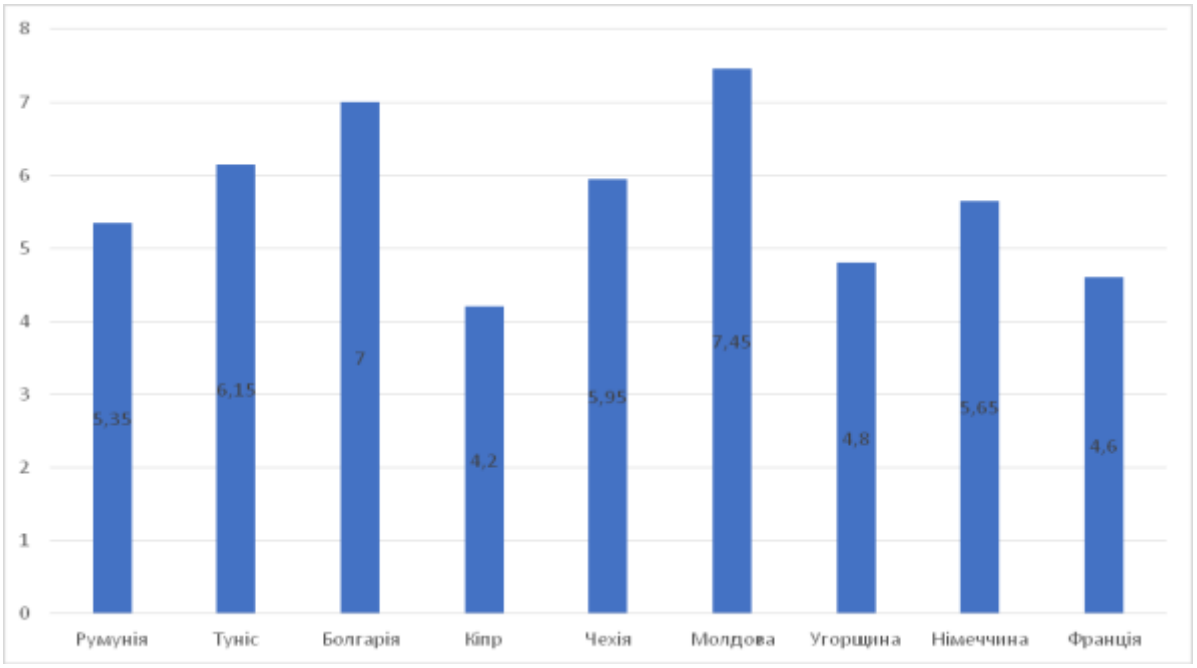


Рис. 3.4. Показник рівня ефективності експорту олії соняшникової із України до країн світу

Джерело: сформовано автором

Отже, ідея розвитку експорту у проекті ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" передбачає використання соняшникової олії як ключового напрямку. Ураховуючи те, що Україна є країною з високим потенціалом у сільському господарстві, особливо у вирощуванні соняшнику та виробництві соняшникової олії, це надає проекту значний переваги.

Для оцінки переваг було взято до уваги ряд факторів, таких як бар'єри для виходу на ринок, обсяг споживання соняшникової олії, вимоги до якості продукту, методи доставки, логістичні переваги, демографічні показники та рівень конкуренції. За результатами аналізу цих факторів виокремлені країни, які мають найбільш вигідні умови для розвитку проекту - Молдова, Болгарія та Туніс. Однак для подальшого розгортання планується зосередитися на Болгарії. Ця країна вирізняється низькими бар'єрами для входу на ринок і вигідним географічним положенням, що дозволяє транспортувати товар як автомобільним, так і водним шляхом. Болгарія має середню кількість населення і в 2023 році відзначилася зростанням обсягів експорту соняшникової олії в порівнянні з 2022 роком.

3.3. Диверсифікація експорту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"

Розвиток нових зовнішніх ринків є стратегічно важливою ініціативою для підприємства і може відкрити нові можливості для росту та розширення бізнесу, диверсифікації ризиків та забезпечити стабільний ріст. Однак вона вимагає ретельного планування, аналізу та врахування специфіки кожного ринку.

Отже за результатами дослідження у попередньому розділі нами було визначено, що напрямом розвитку міжнародних проектів ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" має стати експорт соняшникової олії у Болгарію.

Під час підготовки до експорту важливим аспектом є правильне упакування експортного товару. В першу чергу, на кожну транспортну одиницю, що містить олію соняшникову, необхідно наносити маркування, яке включає наступну інформацію:

- Назву олії, її вид та ґатунок;
- Назву країни-виробника;
- Назву підприємства-виробника, його юридичну адресу та торговий знак;
- Масу нетто для нефасованої олії або кількість одиниць тари в одиниці транспортної упаковки для фасованої олії;
- Дату наливу для фляг та бочок, або дату розливу для одиниць споживацької тари;
- Дату виготовлення і термін придатності до споживання;
- Умови зберігання;
- Позначення цього стандарту;
- Штрих-код;
- Інформацію щодо сертифікації для всіх видів олії.

Нині найбільш сучасним та зручним способом транспортування олії соняшникової є використання флексітанків.

Флексітанк - це герметична гнучка контейнерна система, яка використовується для транспортування та зберігання рідких продуктів, зазвичай харчових олій, хімічних речовин або інших рідких товарів. Основна ідея полягає в тому, що цей контейнер виготовлений із спеціальних міцних та герметичних матеріалів, які можуть деформуватися, пристосовуючись до об'єму

та форми транспортного засобу чи контейнера під час перевезення.

Основні характеристики флексітанків включають:

1. Матеріали: Зазвичай флексітанки виготовляються з поліетилену високого тиску (ПВТ) чи полівінілхлориду (ПВХ), які є герметичними та стійкими до різних рідин.

2. Об'єм: Флексітанки можуть мати різний об'єм, зазвичай від 16 000 до 24 000 літрів, але можуть бути адаптовані до конкретних потреб замовника.

3. Завантаження та розвантаження: Флексітанк зазвичай розміщується всередині стандартного контейнера, що спрощує процес завантаження та розвантаження.

4. Економія місця: Одна з переваг флексітанків полягає у їхній ефективності використання простору, оскільки вони можуть бути встановлені там, де не можна використовувати більш тверді контейнери чи бочки.

5. Одноразове використання: Багато флексітанків використовуються лише один раз, що зменшує ризик забруднення та дозволяє підприємствам уникати витрат на повторне чи очищене використання.

Використання флексітанків буде вигідним для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" при здійсненні експорту олії, оскільки це дозволяє забезпечити безпечний та ефективний транспорт, зберігання та доставку рідин.

Після доставки олії соняшникової до пункту призначення у Болгарії, її потрібно буде розлити по необхідній тарі.

Розглянемо аналіз умов угоди щодо експорту соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" за даними таблиці 3.4.

Країною, куди планується експорт соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", є Болгарія. Першою партією планується експортувати 557,000 пляшок соняшникової олії об'ємом 0,5 л. Транспортування соняшникової олії здійснюється у флексітанках, з можливістю подальшого розливу у пляшки.

Таблиця 3.4

Умови експортних контрактів соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" у 2023 році

Умови контракту ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД"	
Країна-експортер	Болгарія
Найменування товару	Соняшникова олія
Код УКТ ЗЕД	1512
Кількість товару, (нат. одиниць) пляшок 0,5л.	557000
Кількість товару, літрів	278500
Контрактна ціна товару (за одиницю), євро	0,9
Базисні умови поставки	CIP Одеса
Термін поставки	5 днів
Валюта ціни	євро
Валюта платежу	євро
Курс НБУ на дату платежу	37,24
Курс на МБВР на дату платежу	37,38
Форма міжнародних розрахунків	Банк. переказ
Умови (графік) розрахунків	100% аванс
Комісія за виставлення акредитиву, гарантії	0
Витрати на фінансування ЗЕО (% по кредиту)	
Штрафні санкції	

Джерело: сформовано автором

Базовою умовою поставки є CIP Одеса (Carriage and Insurance Paid to), що передбачає, що продавець забезпечує поставку товару через перевізника. Додатково, продавець зобов'язаний оплатити всі витрати, пов'язані із транспортуванням товару до вказаного пункту призначення. Відповідальність продавця припиняється після передачі товару перевізнику, визначеному покупцем. У випадку, якщо є кілька перевізників, відповідальність завершується після передачі товару першому перевізникові.

Покупець несе всі ризики та додаткові витрати, що виникають після доставки товару. Продавець повинен забезпечити страхування лише з мінімальним покриттям. Додаткове страхування лежить у сфері відповідальності покупця або обговорюється з продавцем. Також, згідно з умовами CIP, митні процедури з експорту товару покладаються на продавця.

Розрахунок по експортних операцій передбачає повну передплату продавцеві. Протягом 60 днів після отримання оплати, продавець зобов'язаний здійснити поставку до місця призначення. Угода передбачає використання євро як валюти ціни та платежів, і курс валюти Національного банку України та

Міжнародного банку реконструкції і розвитку використовується на дату оплати. Банківський переказ виступає формою міжнародних розрахунків.

Для подальшого аналізу експортної діяльності підприємства важливо розглянути витрати, пов'язані з проведенням таких операцій. Структура витрат, що виникають при експорті соняшникової олії, подана у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Структура експортних витрат ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" по контракту

Види витрат	%	євро	грн
1	2	3	4
Фактурна вартість товару, євро			
Виробничі витрати на виготовлення одиниці товару (собівартість), євро	50	0,45	13,608
Ціна придбання одиниці товару для експорту (для торгових посередників)	100	0,9	27,216
Витрати на здійснення експорту одиниці продукції			
Пакування	4	0,018	0,544
Витрати навантаження на першого перевізника	4	0,018	0,544
Доставка до основного перевізника	17	0,077	2,313
Оплата основного перевізника	15	0,068	2,041
Страхування	10	0,045	1,361
Комісійні, брокерські витрати	2	0,009	0,272
Ліцензійні витрати	10	0,045	1,361
Митні платежі			
Ставка мита (вивізне мито)	не передбачено		

Продовження табл. 3.5

1	2	3	4
Ставка акцизного збору	не передбачено		
Ставка митного збору	не передбачено		
ПДВ	0		
Інші витрати			
Витрати на отримання ліцензії	Скасовано		
Витрати на отримання інш. Дозвільних документів	Скасовано		
Витрати на оформлення ЗЕД документації	4	0,018	0,544
Юридичні витрати	5	0,023	0,680
Маркетинг, реклама	5	0,023	0,680
Представницькі витрати	3	0,014	0,408
Відрядження	3	0,014	0,408
Ставка податку на прибуток	18	0,081	2,449

Джерело: сформовано автором

Таблиця, що відображає структуру експортних витрат однієї пляшки соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", згідно з умовами контракту, яка наведена в табл. 3.4, вказує на те, що найбільший вплив на собівартість експортованого товару мають витрати на транспортування та оплата основного перевізника - відповідно 17% і 15%. Наступною категорією є страхування (10%) та ліцензування експортної діяльності (10%). Усі ці витрати входять в кінцеву собівартість експортних товарів та автоматично враховуються у їхній вартості.

Важливо відзначити, що відповідно до законодавства України, не передбачено сплату митних ставок та зборів при експорті соняшникової олії, а також акцизного збору. Ставка ПДВ на експортні операції з соняшникової олії складає 0%. Значущою складовою витрат експорту соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" є інші витрати, які в цілому становлять 38%. З них сплата податку на прибуток становить 18%. Інші витрати експортної діяльності включають витрати на оформлення ЗЕД документації, юридичні витрати, маркетинг, рекламу, представницькі витрати та відрядження.

На підставі даних табл. 3.5 визначимо розрахунок економічної ефективності експортної операції ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Розрахунок економічної ефективності експорту соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" до Болгарії

	євро	грн.
Валютна виручка (загальна сума ЗЕД-контракту)	250650	9800415
Фактурна вартість товару		
Виробничі витрати (витрати на виготовлення партії товару (собівартість))	125325	4900207,5
Витрати на придбання партії товару для експорту (для торгових посередників)	250650	9800415
Витрати на здійснення ЗЕО	77980	3049018
Пакування	5013	196008,3
Витрати навантаження	5013	196008,3
Доставка до основного перевізника	21445	838499,5
Оплата основного перевізника	18938	740475,8
Страхування	12533	490040,3
Комісійні, брокерські витрати	2507	98023,7
Ліцензійні витрати	12533	490040,3
Митна вартість товару		
Митні платежі	0	0
Мито	0	0
Акцизний збір	0	0
Митний збір	0	0
ПДВ	0	0
Інші витрати для виконання ЗЕО	21305	822468,5
Витрати на отримання ліцензії		
Витрати на отримання інших дозвільних документів		
Витрати на оформлення ЗЕД документації	5013	196008,3
Юридичні витрати	6266	245000,6
Маркетинг, реклама	6266	245000,6
Представницькі витрати	3760	147016
Відрядження		
Загальні витрати по ЗЕО	224610	8782251
Прибуток до оподаткування по ЗЕО	26040	1018164
Податок на прибуток	4687	183261,7
Чистий прибуток	21353	834902,3
Продаж товару на внутрішньому ринку		
Виручка від реалізації на внутрішньому ринку	7579656	
Витрати на реалізацію на внутрішньому ринку	3789828	
Загальні витрати продажу на внутрішньому ринку	6792214	
Прибуток до оподаткування на внутрішньому ринку	787442	
Показники економічної ефективності ЗЕО		
Рентабельність ЗЕО за прибутком до оподатк.	**10,39%**	
Рентабельність ЗЕО за чистим прибутком	**8,52%**	
Базовий коефіцієнт ефективності ЗЕО	**1,116**	
Альтернативний коефіцієнт ефективності ЗЕО	**0,033**	

Джерело: сформовано автором

За результатами проведеного дослідження можна сформувати висновок, що експорт соняшникової олії до Болгарії від ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" буде ефективним та прибутковим. Незважаючи на те, що товариство несе всі витрати на здійснення експорту, воно отримує чистий прибуток у розмірі 21353 євро. При цьому рентабельність за операційним прибутком і чистим прибутком буде позитивною та становитиме відповідно 10,39% та 8,52%. Коефіцієнт ефективності ЗЕО складатиме 1,116, тобто дана операція буде прибутковою. Альтернативний коефіцієнт ефективності ЗЕО становить 0,033, і вказує на те, що дана експортна операція не відрізняється від аналогічних на внутрішньому ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У процесі написання кваліфікаційної дипломної роботи було досягнуто поставленої мети - досліджено особливості управління експортною діяльністю підприємства та здійснено пошук шляхів розширення його зовнішньоекономічної діяльності.

У першому розділі було досліджено теоретичні основи та особливості управління експортною діяльністю підприємства, а також вплив чинників при виході його на зовнішні ринки.

Другий розділ кваліфікаційної роботи було присвячено аналізу та оцінці ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Базою дослідження було обрано підприємство товариство з обмеженою відповідльністю «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД», що знаходиться за адресою 01001, м.Київ, провулок Шевченка Тараса, будинок 3. Код ЄДРПОУ – 31454383.

Аналізуючи організаційно-економічну характеристику діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД", слід відмітити, що підприємство є провідних аграрним холдингом на території України та провадить ефективну зовнішньоекономічну діяльність. Основними напрямами діяльності товариства є вирощування та експорт соняшникової олії, продаж зерна та логістика, а також ведення інших напрямів діяльності у сфері агробізнесу. Підприємство володіє значною матеріально-технічною базою, що дозволяє йому займати лідируючі позиції на вітчизняному ринку.

Нами було проведено аналіз його зовнішньоекономічної діяльності варто відмітити, що більшість виробленої продукції щорічно експортується. Підприємство підтримує зовнішньоекономічні зв’язки із країнами Азії, Сходу, Америки та Європи. Було визначено рівень ефективності експортної діяльності ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" та встановлено певні ризики.

У третьому розділі нами було розроблено та обґрунтовано напрями зовнішньоекономічної стратегії для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" - розвиток експорту соняшникової олії до країни, із якою підприємство ще не співпрацювало. Для розвитку експорту соняшникової олії ТОВ "КЕРНЕЛ-

ТРЕЙД" планується взяти до уваги таку країну як Болгарія, оскільки дана країна має низькі бар’єри для входу на ринок, вигідне географічне розташування, а також є можливість транспортування продукції різними видами транспорту тощо.

Окрім цього товариству рекомендовано вкласти кошти у реновацію заводу з виробництва соняшникової олії, що дозволить збільшити експортні потужності, а також синергетично розвивати виробництво зеленої енергії з біомаси (лушпиння). Запропоновані пропозиції у зовнішньоекономічній стратегії для ТОВ "КЕРНЕЛ-ТРЕЙД" відповідають цілям сталого розвитку та є рушійною силою європейських аграрних компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бояринова К.О., Омельченко А.І. Особливості соціально-економічного розвитку підприємств на основі еко-інновацій. *Журнал «Економіка та держава»*. 2015. Вип.2.

2. Калетнік Г.М., Попович П.С., Тихонов О.М. Можливості розширення експорту агропромислової продукції України на міжнародні ринки. *Економіка АПК*. 2018. № 5. – С. 35–42.

3. Зарицька О.М. Економічна ефективність експорту зернових культур в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2019. № 11. – С. 27–32.

4. Яремчук М.В. Перспективи розвитку експорту української агропродукції в країни Європейського Союзу. *Бізнес Інформ*. 2020. № 8. – С. 67–72.

5. Пугачов М.І. Експорт аграрної продукції України: динаміка та перспективи на європейському ринку. *Агроекономіка*. 2021. № 2. – С. 15–22.

6. Савка С.І. Роль аграрного експорту в забезпеченні економічної стабільності України в умовах воєнного стану. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 4. – С. 43–49.

7. Рубан Р.А. Проблеми та перспективи експорту українських зернових культур. *Збірник наукових праць НУБіП України*. 2020. № 1. – С. 22–27.

8. Гнатенко І.В. Інноваційний підхід до підвищення конкурентоспроможності експорту аграрної продукції України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 2. – С. 18–25.

9. Кучеренко А.Ю. Основні аспекти аграрного експорту України в умовах європейської інтеграції. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2018. № 1. – С. 14–20.

10. Ларіна О.В. Стан та перспективи розвитку експорту сільськогосподарської продукції. *Проблеми економіки*. 2021. № 3. – С. 29–36.

11. Петров І.С. Аналіз ефективності аграрного експорту в умовах світових цінових коливань. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 12. – С. 42–47.

12. Бужимська К.О. Деякі складові теоретико-методологічної бази інноваційно- технологічної модернізації. *Вісник ЖДТУ*. 2009 рік. Випуск № 4.

С. 202–207.

13. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Непряма оцінка пошкоджень. Другий випуск, 10 листопада 2022. URL: https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/damagesreport…

14. Огляд непрямих втрат від війни в сільському господарстві України. Другий випуск, 10 листопада 2022. URL: https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/lossesreporti…

15. Наповнюють бюджет і годують. URL: https://ukurier.gov.ua/uk/articles/napovnyuyut-byudzhet-i-goduyut/

16. Тарас Висоцький: Окупанти крадуть в українських аграріїв зернові, олію, овочі та сільгосптехніку. URL: https://minagro.gov.ua/news/visockij-okupanti-kradut-v-ukrayinskih-agra…

17. Збитки від загибелі тварин та пошкодження тваринницьких ферм становлять приблизно 2 млрд гривень. URL: https://minagro.gov.ua/news/zbitki-vid-zagibeli-tvarin-ta-poshkodzhenny…

18. Ринок добрив 2022: українська хімія витримала удар, адаптувалася до військових умов і розпочала відновлення. URL: https://interfax.com.ua/news/blog/880515.html

19. Третина українських земель є потенційно небезпечною для с/г робіт. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/tretina-ukrainskih-zemel-e-potencijn…

20. Продажі комбайнів в Україні знизились у понад 2 рази. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/prodazi-kombajniv-v-ukraini-znizilis…

21. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Непряма оцінка пошкоджень. Другий випуск 10 листопада 2022. URL: https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/damagesreport…

22. Сутінки агрохолдингів: як війна змінить сільське господарство України. URL: https://mind.ua/publications/20245288-sutinki-agroholdingiv-yak-vijna-z…

23. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Непряма оцінка пошкоджень. 8 червня 2022. URL: рокуhttps://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/Damages_repor…;

24. Звіт «Швидка оцінка завданої шкоди та потреб на відновлення – серпень

2022» спільно підготовлений Світовим банком, Урядом України та Європейською Комісією. URL: https://documents1.worldbank.org/curated/en/099545009082226957/pdf/P178

25. Зберігання зерна в полімерних рукавах: як все зробити правильно? URL: https://www.kmu.gov.ua/news/zberigannya-zerna-v-polimernih-rukavah-yak-

26. В Україні намолочено майже 51 млн тонн зерна. URL: https://minagro.gov.ua/news/v-ukrayini-namolocheno-majzhe-51-mln-tonn-z…

27. «Зернова ініціатива»: за перший місяць роботи відправлено понад 1,7 млн тонн агропродукції. URL: https://mtu.gov.ua/news/33674.html

28. Україна цього року експортувала агропродукції на 21,1 мільярдів доларів. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/ukraina-tsoho-roku-eksportuvala-ahroprodukt…

29. Наше бачення майбутнього експорту зерна. URL: https://ukragroconsult.com/news/nashe-bachennya-majbutnogo-eksportu-zer…

30. Зерновий коридор: 15,9 млн тонн агропродукції виїхало з України. URL: https://minagro.gov.ua/news/zernovij-koridor-159-mln-tonn-agroprodukciy…

31. Через повномасштабну війну посівні площі в Україні зменшились на 25 %. URL: https://agropolit.com/news/24947-cherez-povnomasshtabnu-viynu-posivni-p…

32. У Нацбанку озвучили прогноз врожаю зернових у 2023 році. URL: https://agropolit.com/news/24950-u-natsbanku-ozvuchili-prognoz-vrojayu-…

33. Якою буде посівна кампанія цього року: про зміни в структурі посівних площ розповів Тарас Висоцький. https://minagro.gov.ua/news/yakoyu-bude-posivna-kampaniya-cogo-roku-pro…

34. У 2023 році очікується дефіцит продукції від фермерів. URL: https://krivbass.city/news/view/u-2023-rotsi-ochikuetsya-defitsit-produ…

35. Микола Сольський закликав ЄС допомогти Україні провести весняну посівну. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/mykola-solskyi-zaklykav-ies-dopomohty-ukrai…

36. Артиш В., Артиш Н., Артиш І. Місце України в процесах аграрного розвитку світової економіки. *Scientific Collection «InterConf»*. 2023. № 144. Р. 49–57.URL: https://archive.interconf.center/index.php/conference-

proceeding/article/view/2478

37. Батюк Р. Моделювання зовнішньоекономічної взаємодії аграрних підприємств України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-39.

38. Бородіна О.М. Воєнні загрози глобальній продовольчій безпеці та перші міжнародні реакції щодо подолання їх наслідків: політекономічний зріз. *Економіка України.* 2022. № 6. С. 41–53. URL: http://economyukr.org.ua/docs/EU_22_06_041_uk.pdf

39. Гадзало Я.М., Лузан Ю.Я. Зовнішньоекономічна діяльність та результативність функціонування аграрного сектору економіки України. *Економіка АПК.* 2021. № 4. С. 6–17. DOI: https://doi.org/10.32317/2221-1055.202104006

40. Демчак І.М., Митченок О.О., Трофімова Г.В. *Зовнішньоторговельний обіг продукції АПК*. Київ : НДІ «Украгропромпродуктивність», 2020. 50 с.

41. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства. URL: https://minagro.gov.ua/

42. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: http://customs.gov.ua/

43. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://www.mof.gov.ua/

44. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

45. Карасьова Н.А. Експортоорієнтована діяльність аграрного сектора в умовах глобалізації світової економіки. Житомир : Полісся, 2016. 256 с.

46. Карасьова Н.А. Методологічні особливості дослідження експортоорієнтованої діяльності. *Бізнес Інформ*. 2019. № 7. С. 154–160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_7_22.

47. Матвіїшин Є.Г., Гаврюшина М.Є. Прогнозування впливу російської військової агресії на обсяги виробництва та експорту української аграрної продукції. *Ефективність державного управління*. 2023. № 4(73). С. 51–55. DOI: https://doi.org/10.36930/507308

48. Науменко Н.С. Перешкоди на шляху українського зернового експорту: економічні наслідки першого року війни. *Rebuild Ukraine: справа всього цивілізованого світу. Вежа-Друк*, 2023. С. 16–21.

49. Негрей М., Тараненко А., Костенко І. Аграрний сектор України в умовах війни: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1474/1420

50. Нівєвський О. Дотація ЄС на транзит українського зерна піде у кишеню трейдерам, а не аграріям. URL: https://agroportal.ua/news/finansy/dotaciya-yes-na-tranzit-ukrajinskogo-zerna-pide-u-kishenyu-treyderam-a-ne-agrariyam

51. Осташко Т.О. Експорт агропродовольчих товарів у ЄС: перспективи і завдання. *Економіка і прогнозування.* 2016. № 1. С. 83–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2016_1_8

52. Про схвалення Стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 10 липня 2019 р. № 588-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/588-2019-%D1%80#Text

53. Крос–секторальна експортна стратегія «вдосконалення навичок». Дослідження. URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=308d7f4c-4b86-42ad-b526-3cd3e0023cd9

54. Українська Зернова Асоціація. URL: https://uga.ua/statistika-zernovogo-koridoru/

55. Фіщук І.О. Статистичний аналіз експорту продукції аграрного сектору економіки України. *Проблеми сучасних трансформацій.* Серія: економіка та управління. 2022. № 5. DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-03-03.

56. Шебанін В.С., Шебаніна О.І., Хилько І.І. та ін. Економетрія. Лабораторний практикум в EXCEL : навч. посібник. Миколаїв, 2012. 480 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2764/1/EKON_2012.pdf

57. Al-Ababneh H.A., Osmonova A., Dumanska I., Matkovskyi P., Kalynovskyy A. Analysis of export of agricultural products in the context of the global food crisis. Agricultural and Resource Economics. 2021. Vol. 7. No. 4. Pp. 5–26. DOI: https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.01

58. Khan Z.A., Koondhar M.A., Aziz N., Ali U. and Tianjun L. (2020) Revisiting the effects of relevant factors on Pakistan's agricultural products export. Agricultural Economics–Czech, vol. 66, pp. 527–541. DOI: https://doi.org/10.17221/252/2020-AGRICECON

59. Koppenberg M., Bozzola M., Dalhaus T. and Hirsch St. (2021) Mapping potential implications of temporary COVID-19 export bans for the food supply inimporting countries using precrisis trade flows. Agribusiness, vol. 37, is. 1, pp. 25–43. DOI: https://doi.org/10.1002/agr.21684

60. OECD – FAO AGRICULTURAL OUTLOOK 2013-2022. URL: https://www.oecd.org/berlin/OECD-FAO%20Highlights_FINAL_with_Covers%20(3).pdf

61. OECD (2020), Agriculture and fisheries. URL: http://www.oecd.org/agriculture

62. Вдовенко Н.М., Кукса І.М., Ільїн В.Ю., Сахацький М.М. Інноваційна стратегія формування безпекової системи управління інноваційним розвитком агропродовольчої сфери в умовах діджиталізації. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 5 (252). С. 26–33.

63. Коваль В., Вдовенко Н., Зось-Кіор М. Регулювання сільського розвитку для експорту органічної аграрної продукції в нових умовах розвитку міжнародної торгівлі та децентралізації. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична.* 2023. Вип. 38. С. 331–337. URL: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/934