

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту**

**Кафедра міжнародного обліку і аудиту**

**Галузь знань  
Спеціальність  
Спеціалізація**

**05 Соціальні та поведінкові науки  
051 Економіка  
Міжнародна економіка**

**Форма навчання: заочна**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ  
АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**здобувачки Ярової Ольги Олексіївни**

**Науковий керівник: к.е.н., доц. Гавриловський Олександр Степанович**

**Робота допущена до захисту  
перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

**Завідувачка кафедри: д.е.н., професор Галенко О. М.**

**Київ 2024**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного обліку і аудиту

Галузь знань  
Спеціальність  
Спеціалізація

05 Соціальні та поведінкові науки  
051 Економіка  
Міжнародна економіка

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)  
освітньо-професійної програми

(підпис) (ініціали, прізвище)

20\_\_ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

(підпис) (ініціали, прізвище)

20\_\_ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Яровій Ользі Олексіївні

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ  
АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "7" грудня 2024 р. № 22-33ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Теоретичні основи експортної діяльності (назва розділу)
Розділ 2	Аналіз ефективності експорту аграрної продукції України (назва розділу)
Розділ 3	Перспективи підвищення експортної ефективності України на світовому ринку аграрної продукції

(назва розділу)

<b>Об'єкт дослідження:</b>	<b>потенціал України на світовому ринку аграрної продукції</b>
<b>Предмет дослідження:</b>	<b>сукупність теоретико-методичних та практичних підходів щодо підвищення ефективності експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції</b>
<b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b>	<b>дослідження експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції та формулювання напрямків його підвищення</b>

**Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

<b>У розділі 1</b>	1. Розкриття сутності експортної діяльності. 2. Аналіз факторів, що впливають на ефективність експортної діяльності. 3. Висвітлення методичних підходів до оцінки експортної ефективності. 4. Формулювання висновків до розділу 1.
<b>У розділі 2</b>	1. Надання загальної характеристики експортної діяльності України в секторі агропродукції. 2. Аналіз експортних показників України на ринку аграрної продукції; проведення кореляційно-регресійного аналізу ефективності експортної діяльності України на ринку аграрної продукції. 3. Висвітлення напрямів підвищення конкурентоспроможності експорту агропродукції України. 4. Формулювання висновків до розділу 2.

**Завдання підготував  
науковий керівник**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Завдання одержав  
здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (ініціали, прізвище)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 54 сторінки, 8 таблиць, 2 рисунки, список використаних джерел, додатки.

### **ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*Об'єктом дослідження є потенціал України на світовому ринку аграрної продукції.*

*Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних та практичних підходів щодо підвищення ефективності експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції.*

*Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – дослідження експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції та формулювання напрямків його підвищення.*

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- проаналізувати поточний стан і динаміку ринку аграрної продукції в Україні;
- виявити та проаналізувати фактори, що впливають на ефективну експортну діяльність;
- оцінити показники експорту за допомогою методичних підходів;
- проаналізувати ефективність експорту української аграрної продукції та визначити перспективи підвищення експортної ефективності України на світовому ринку аграрної продукції;
- оцінити конкурентоспроможність української аграрної продукції на світовому ринку та визначити чинники, що на неї впливають.

*Практичне значення* отриманих результатів має величезне значення для економічного розвитку України. Проведене дослідження експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції дає змогу зрозуміти поточні ринкові тенденції та можливості України. Результати цього дослідження можуть бути використані для розвитку аграрного сектору України, який є важливим елементом її економіки.

Дані про конкурентоспроможність аграрної продукції України можуть слугувати основою для розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку агропродукції. Це може включати заходи з підвищення якості, зменшення витрат, розробку маркетингових стратегій тощо, що дозволить досягти кращих результатів експортної діяльності України та слугуватиме потужним стимулом для відновлення економіки до довоєнного стану.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2024.

Рік захисту роботи 2024.

*Ключові слова:* експорт України; аграрна продукція; експортний потенціал; світовий ринок аграрної продукції; сільськогосподарська продукція, конкурентоспроможність, продовольчий ринок.

# ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність експортної діяльності

1.2. Фактори впливу на ефективну експортну діяльність

1.3. Методичні підходи щодо оцінки експортної ефективності

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ АГРАРНОЇ  
ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

2.1. Загальна характеристика експортної діяльності України в секторі  
агропродукції

2.2. Аналіз експорту аграрної продукції України та кореляційно-  
регресійний аналіз його ефективності на світовому ринку аграрної  
продукції

2.3 Напрями підвищення конкурентоспроможності експорту аграрної  
продукції України

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Тема експортного потенціалу України на світовому ринку сільськогосподарської продукції є надзвичайно важливою та актуальною в сучасних економічних умовах. Україна є одним із найбільших у світі виробників сільськогосподарської продукції з широким спектром товарів, починаючи від таких широкоживаних сільськогосподарських культур, як пшениця, кукурудза та ячмінь, і закінчуючи менш популярними, алеприбутковими культурами, такими як ріпак та гірчиця. Однак, незважаючи на значні виробничі можливості, аграрний сектор України зіткнувся з численними проблемами зростання експортного потенціалу.

Робота має велику практичну значимість у контексті розвитку аграрного сектору України та її позиціонування на світовому ринку. Результати дослідження можуть стати основою для формування ефективних стратегій експорту, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню сталого розвитку агропромислового комплексу.

Основні підстави для проведення дослідження включають актуальність проблеми у контексті глобальних змін на ринках аграрної продукції, а також стратегічне значення агропромислового сектору для економіки України. Вихідними даними слугують статистичні дані про обсяги експорту, структуру експорту та інші відомості, що визначають експортний потенціал країни.

Необхідність проведення дослідження обумовлена актуальністю питань експортного потенціалу аграрного сектору, особливо в умовах глобальної конкуренції та змін кліматичних умов. Розуміння факторів, що впливають на експорт, дозволить розробити ефективні стратегії та сприятиме стійкому розвитку українського агробізнесу. Крім того, наразі гостро постало питання відновлення експортного потенціалу України до довоєнного рівня, а також стимулювання розвитку економіки в досить стагнаційний для країни період.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретичних та

практичних аспектів управління агровиробництвом займались такі відомі економісти як: Сайкевич М.І., Кваші С.М., Корнієвський О.А, Сайкевич О.Д., Волович О.О, Кундицький О.О., Коміренко В. І. та інші вітчизняні та зарубіжні вчені.

Останні кілька років над вивченням проблеми експортного потенціалу України на світовому ринку агропродукції працювали Наконечна К.В., Кондратюк О.І., Стояненко І.В., Грановська В.Г. та інші.

В їхніх працях розглянуто структуру аграрного експорту та напрямки його розвитку, вони вивчали поточний стан експортної діяльності України на світовому ринку аграрної продукції та окреслили можливості інтеграції вітчизняних виробників на світовий ринок.

**Мета і завдання дослідження.** Дане наукове дослідження спрямоване на глибокий аналіз експортного потенціалу України у сфері аграрної продукції. Основні задачі включають розкриття сутності експортної діяльності, аналіз факторів, що впливають на ефективність експортної діяльності, надання загальної характеристики експортної діяльності України в секторі агропродукції, проведення кореляційно-регресійного аналізу ефективності експортної діяльності України на ринку аграрної продукції, а також висвітлення напрямів підвищення конкурентоспроможності експорту агропродукції України.

**Об'єктом дослідження** даної праці є потенціал України на світовому ринку аграрної продукції.

**Предметом дослідження** наукової роботи є сукупність теоретико-методичних та практичних підходів щодо підвищення ефективності експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції.

**Методи дослідження.** Методологічна основа дослідження ґрунтується на ряді ключових методів, зокрема функціональному і системному аналізі, економіко-статистичному аналізі, розрахунково-конструктивному підході, використанні графічних, комплексних та статистичних методів.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичним підґрунтям для виконання кваліфікаційної роботи послужили наукові дослідження українських та іноземних

вчених щодо проблем розвитку аграрного сектору економіки та його експортного потенціалу в системі національної економіки. Особлива увага була приділена аспектам управління та планування розвитку аграрного сектору, а також аналізу законодавчих та нормативних актів на різних рівнях державної влади.

Дослідження базується на широкому спектрі інформаційних джерел, серед яких офіційні дані Державної служби статистики України є основним джерелом кількісної та якісної інформації щодо економічних показників. Додаткові статистичні дані отримано від регіональних органів управління зовнішньоекономічною діяльністю, що дозволило здійснити аналіз регіональних відмінностей і специфіки. Крім того, в роботі використані дані щодо стратегій і програм розвитку аграрного сектору, що допомогли у вивченні загальних напрямків розвитку та пріоритетів галузі.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

#### 1.1. Сутність експортної діяльності.

Експортна діяльність визначається як один із ключових елементів успішного розвитку вітчизняних підприємств. Здійснення експортних операцій стає суттєвою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції. Це, в свою чергу, сприяє формуванню надійної основи для конкурентоспроможності фірми на внутрішньому ринку.

Націлення України на участь в міжнародних економічних інтеграційних процесах підсилює роль зовнішньоекономічної діяльності у розвитку продуктивних сил регіонів та держави загалом. Наразі, зовнішньоекономічні зв'язки стали необхідною складовою національної економіки, підприємств і організацій, суттєво впливаючи на науково-технічний, економічний і соціальний прогрес суспільства, а також економічний стан розвитку країни і безпековий стан в регіоні.

У сучасних умовах економічної ситуації в Україні відзначається значуще зменшення обсягів промислового виробництва, оптової та роздрібною торгівлі, а також спад будівництва. Ця складна ситуація поглиблюється через втрати в експорті промислової продукції українських підприємств. Ці та інші фактори тільки наголошують на важливості дослідження базисів експортної діяльності нашого часу, яке служить основою для прийняття обґрунтованих та ефективних управлінських рішень у зовнішньоекономічній сфері.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень у сфері зовнішньоекономічної діяльності, міжнародних економічних відносин і міжнародної торгівлі, досконале вивчення трактувань понять та елементів

торговельно-економічних відносин залишається в межах лише окремих досліджень, причому досить часто поняття та основні терміни є заміниками одне одного, що призводить до відсутності єдиної теоретичної термінологічної бази, яка би повністю розкривала сутність понять та дозволила би науковцям використовувати загальноприйняті трактування у своїх працях.

На даному етапі дослідження необхідно вивчити найбільш повні визначення понять «експортна діяльність» та «експорт», аби в подальшому сформулювати єдине визначення експортної діяльності для даної наукової роботи (Табл.1.1).

Таблиця 1.1

## Визначення терміну «експорт» та пов'язаних понять у різних джерелах

Джерело	Визначення
Н. Тюріна, Н. Кравацька [1]	Експорт – це реалізація на закордонних ринках товарів та послуг, що виробляються чи виконуються у своїй країні.
О. Шкурупій, В. Гончаренко, І. Артеменко [2]	Експорт – продаж товарів чи послуг, що були виготовлені на території країни-експортера суб'єктам країни імпортера.
О. Коблянська, Ю. Сліпченко [3]	Експортна операція — комерційна діяльність, пов'язана з продажем та вивезенням за кордон товарів, робіт, послуг для передачі їх у власність іноземному контрагенту.
Закон України “Про зовнішньо- економічну діяльність” [4]	Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України.
Закон України “Про зовнішньо- економічну діяльність” [5]	Експорт капіталу – вивезення за межі України (ввезення з-за меж України ) капіталу у будь-якій формі (валютних коштів, продукції, послуг, робіт, прав інтелектуальної власності та інших немайнових прав) з метою одержання прибутків від виробничої та інших форм господарської діяльності.

## Продовження таблиці 1.1

Митний кодекс України [6]	Експорт (остаточне вивезення) – це митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення.
О. Мельник, М. Нагірна [7]	Експортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж товарів з обов'язковим переміщенням їх через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції партнеру з-за кордону.
О. Череп, О. Ортинська [8]	Експортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок.
Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз [9]	Експортна діяльність підприємства – це послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації та власне експорту.

*Джерело: складено авторкою. на основі джерел [1-9]*

Вивчивши дослідження українських та зарубіжних дослідників, сформулюємо узагальнене визначення суті експортної діяльності.

Отже, експортна діяльність – це системний та тривалий процес, що містить ряд етапів, включаючи підготовку компаній до експорту, адаптацію товарів до вимог потенційного ринку збуту та фактичне здійснення експорту, що призводить до конкретних економічних наслідків. У цьому контексті різниця між експортом та експортною діяльністю полягає в тому, що під "експортом" вчені розуміють лише операцію з продажу продукції та доставки іноземному суб'єкту, тоді як "експортна діяльність" охоплює низку операцій, спрямованих на виходження підприємства на зовнішній ринок.

Прецедентом експорту є факт перетину товаром митного кордону або надання послуги та права на результати інтелектуальної діяльності закордон. Експорт може включати продаж товарів та послуг іноземним особам, фірмам, організаціям і спільним підприємствам, навіть якщо самі товари фізично не вивозяться за кордон. Об'єми вивезених товарів, робіт, послуг та результатів інтелектуальної діяльності відображаються у показнику "експорт", який визначається у вартісних одиницях за певний період часу, зазвичай – рік.

Можна визначати обсяг експорту і в натуральних одиницях, особливо у випадках, коли йдеться про однорідні та порівнянні товари. Вимірювання

експорту в натуральних одиницях дозволяє оцінити фізичний обсяг товарів чи послуг, які експортуються, і відображає кількість фактично переданих товарів чи виконаних послуг. Це особливо корисно в тих випадках, коли важко визначити або порівняти вартість різних товарів чи послуг. Такий підхід дозволяє зосередитися на фізичному обсязі експорту, що може бути важливим у виробничих та логістичних контекстах.

Інтернаціоналізація, глобалізація та високий рівень конкурентної боротьби на національному ринку сприяли формуванню та активному розвитку міжнародного маркетингу. Цей новий підхід є сучасною методикою бізнесу, яка визначає стратегії організації виробництва та експорту так, щоб вивозити на зарубіжний ринок лише ті товари і в таких обсягах, які знаходять попит серед іноземних споживачів та створюють додатковий дохід для національних виробників, при тому не демпінгуючи на основному ринку походження товару чи послуги. Така система дій є відповіддю на виклики глобальної економіки та обумовлює необхідність оптимального використання ресурсів для успішного ведення бізнесу як на державному рівні, так і в міжнародному масштабі. Відсутність ефективних стратегій внутрішнього маркетингу для глобальної діяльності є ще однією деталлю, яка допомогла визначити важливість розширення експортної діяльності.

Існування жорстких конкурентних умов на світовому ринку змушує підприємства активно працювати над оптимізацією експортних процесів та адаптацією їхньої продукції до вимог різноманітних міжнародних ринків.

У цьому контексті, розуміння та використання стратегій експорту стають ключовими аспектами для підтримки конкурентоспроможності компаній. Основною метою є не лише задоволення попиту на ринках за кордоном, а й максимізація прибутковості шляхом збільшення обсягів експорту та вдосконалення якості послуг чи товарів для здобуття стійкої позиції в глобальному бізнес-середовищі.

Такий підхід вимагає від компаній ретельного вивчення та аналізу міжнародних ринків, розроблення ефективних логістичних та маркетингових

стратегій для визначення найоптимальніших шляхів експортної діяльності. У цьому контексті, практична реалізація міжнародних експортних стратегій стає рушієм для досягнення стійкої ефективності діяльності.

Міжнародний маркетинг та численні стратегії експорту є обґрунтованою відповіддю на численні мотиви, які підштовхують підприємства розширювати свою експортну діяльність. Однією із першочергових причин є розширення географії збуту. Виходження на міжнародні ринки дозволяє компаніям розширити свою клієнтську базу та забезпечити стабільніший попит на їхні товари або послуги, особливо якщо їм притаманна висока адаптивність, а їхній товар чи послуга одночасно задовільняє попит на різноманітних ринках без зниження показників ефективності або ж зазнає модифікацій відповідно до запиту цільової аудиторії.

Продаж надлишкової в межах країни продукції на міжнародному ринку так само стає значущим чинником побудови експортної стратегії для підприємств, що стикаються із зайвими запасами на внутрішньому ринку або перевищенням виробничих потреб. Це обґрунтовується декількома аспектами, які сприяють не лише оптимізації внутрішнього виробництва, але й розширенню географії збуту та розбудові міжнародних партнерських зв'язків.

По-перше, вивіз товарів за кордон дозволяє підприємствам уникнути негативного впливу «зайвого» товару на внутрішньому ринку. Таким чином вони можуть уникнути суттєвого зниження цін і зберегти свою прибутковість, адже збут на зовнішніх ринках дозволяє підтримувати адекватні цінові стратегії за рахунок утримання рівності попиту-пропозиції в допустимих межах.

По-друге, експорт стає ключовим інструментом для розширення бізнесу за межами внутрішнього ринку. Додатковим поштовхом може бути пошук нових можливостей для зростання, оскільки експорт дозволяє підприємствам використовувати нові ринкові ніші та розвивати сегменти споживачів завдяки географічному фактору та ефекту масштабу, що сприяє розширенню бізнесу та підвищенню його прибутковості.

Третій аспект – це можливість адаптувати продукцію до вимог різних міжнародних ринків. Це дозволяє підприємствам підняти якість та конкурентоспроможність своєї продукції, підлаштовуючи її під специфічні вимоги та смаки різних споживачів. Відповідно, розширюється товарний ряд продукції, а також поліпшується якість наданого товару чи послуги через порівняння першочергового продукту зі стандартами, прийнятними на світових ринках.

Відтак, продаж надлишкової продукції на міжнародних ринках не лише допомагає утримати стабільність на внутрішньому ринку, але і відкриває двері для нових можливостей і розвитку в глобальному бізнес-середовищі.

Конкуренція є не менш важливим фактором, що стимулює експортну діяльність, оскільки залучення до глобального ринку змушує підприємства конкурувати на світовому рівні, що сприяє підвищенню їхньої ефективності та інноваційності. Конкуренція часто стає каталізатором зниження витрат та оптимізації виробничих процесів, оскільки підприємства змушені ефективно використовувати ресурси, щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах глобального ринку.

Крім того, експорт може бути реакцією на внутрішні фактори, такі як зниження попиту на внутрішньому ринку. Зокрема, вивчення нових ринків і розширення експортної діяльності часто стає заміником національного ринку або дає можливість компаніям балансувати свою діяльність та компенсувати можливі коливання на внутрішньому ринку.

Таким чином, експорт є не тільки стратегічним вибором для багатьох підприємств, але й необхідним елементом для їхнього стабільного розвитку в умовах сучасного глобального ринку. Експортна діяльність має вирішальне значення для розширення географії збуту, збільшення обсягів виробництва, поліпшення якості продукції та уникнення негативного впливу надлишкового запасу на внутрішньому ринку.

У процесі експорту підприємства змушені ставити акцент на конкурентоспроможність, інновації та адаптацію до різних міжнародних ринків.

Використання експортних стратегій сприяє їхньому постійному вдосконаленню, що в свою чергу сприяє підвищенню ефективності та розвитку як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Також важливо враховувати, що експортна діяльність є відмінним інструментом управління ризиками та диверсифікації бізнесу. Поєднуючи в собі підвищену конкурентоспроможність та розширення географії збуту, підприємства можуть забезпечити сталість та надійність свого бізнесу навіть у мінливих економічних умовах.

Отже, вивчення та розвиток експортної діяльності є ключовими аспектами для підприємств, які прагнуть досягти високого рівня конкурентоспроможності та утримати стійке місце на глобальному ринку.

## **1.2. Фактори впливу на ефективну експортну діяльність.**

Експортна діяльність здійснюється як з метою зниження впливу подразників на національному рівні, усунення географічних обмежень тощо, так і досягнення фінансових результатів, себто отримання прибутку. Саме через це необхідним завданням постає визначення факторів впливу на експортну діяльність, а конкретно – саме тих, які можуть суттєво підвищити або ж, навпаки, знизити її.

Найбільш вживаною системою поділу факторів на сьогодні є поділ їх на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори, які мають суттєвий вплив на ефективність експортної діяльності підприємства, витікають із його власної внутрішньої діяльності. Проактивне формування стратегій, внутрішня організаційна культура та ефективне управління ресурсами можуть сприяти позитивному впливу на результативність у сфері експорту. Натомість негативні аспекти внутрішніх факторів, такі як неефективне управління, внутрішні конфлікти та недостатня

адаптивність, можуть навпаки стати стримуючими чинниками для успішної експортної стратегії підприємства.

Зовнішні фактори, навпроти, не піддаються контролю підприємства і виникають в результаті зовнішнього середовища. Дії уряду на різних рівнях, а також міжнародні тенденції можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на експортні можливості підприємства, притому мало як можуть зазнати впливу з боку конкретного підприємства або галузі економіки.

Зовнішні фактори за джерелом можна поділити на макросередовище, яке визначається державною політикою на галузевому, державному чи міжнародному рівнях, та мікросередовище, що описує вплив факторів на рівні окремих галузей, конкурентів та партнерів. Врахування обох аспектів зовнішніх факторів є важливим етапом в розробці стратегій експортного розвитку підприємства.

Ієрархію поділу факторів впливу на експортну діяльність відповідно до середовища формування наведено на рисунку 1.1. :

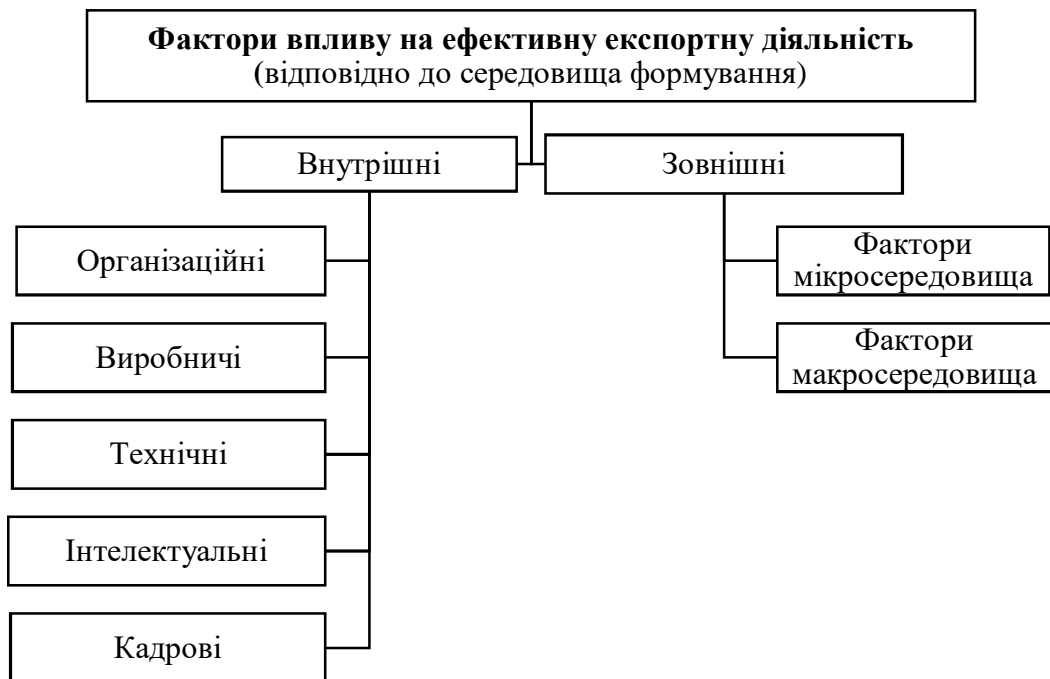


Рис. 1.1 Фактори впливу на експортну діяльність відповідно до середовища формування.

*Джерело: складено авторкою*

Розглянемо детальніше, що може слугувати внутрішніми факторами впливу на ефективність експорту.

Організаційними чинниками є такі складові як масштаби підприємства, організаційна структура підприємства та стратегія бізнесу. До виробничих факторів можна віднести обсяги виробництва, матеріально-технічну базу, наявність достатнього та якісного постачання матеріалів для виробництва.

Наявність необхідного обладнання, передових технологій, регулярне проведення дослідницьких робіт та ін. формують сукупність технічних факторів впливу.

До інтелектуальних чинників належать частота та достовірність інтелектуальних розробок, стимулювання дослідницького потенціалу, формування інтелектуального капіталу, тяжіння до впровадження інноваційних рішень та інші.

Щодо кадрових, то ці фактори визначаються плинністю персоналу, якістю кадрової підготовки та загальної бази знань, а також рівнем результативності та ефективності праці, стимулюванням персоналу і т.д.

Таким чином, підприємства повинні удосконалювати свої внутрішні процеси, зосереджуючись на стратегічному управлінні, розвитку кадрів та інноваціях, щоб забезпечити ефективну конкурентоспроможність на міжнародному ринку і таким чином нівелювати вплив зовнішніх факторів.

Зовнішні фактори макросередовища формуються в результаті державної політики, що може визначатися на рівні галузей, держави або навіть міжнародної співпраці. Взаємодія підприємства з зовнішнім середовищем включає в себе комплексний аналіз та урахування різноманітних факторів, які можуть впливати на його функціонування та стратегічні рішення.

Врахування макросередовища та мікросередовища є важливим етапом в розробці стратегій підприємства. Це дозволяє не лише адаптуватися до зовнішніх змін, але й визначати можливості для інновацій та покращень в умовах мінливого бізнес-середовища.

Взаємодія підприємства з експортним середовищем неминуче піддається впливу різноманітних зовнішніх макрофакторів, які визначають загальні тенденції та умови, що формують динаміку зовнішнього ринку.

До факторів макросередовища відносяться такі різноманітні та важливі аспекти, такі як рівень інфляції, старіння населення, безробіття тощо. Визначальні рішення на рівні країни або міжнародної спільноти, такі як тарифи, торговельні угоди чи геополітичні події, також можуть суттєво впливати на експортні можливості підприємства.

Військові та політичні конфлікти, стихійні лиха, поява нових товарів-замінників чи сезонний фактор збуту певної продукції – також є прикладами факторів макросередовища, які мають суттєвий вплив на діяльність підприємств, в тому числі й на їхню експортну діяльність.

Як зазначалось вище, фактори мікросередовища у своїй основі мають дії конкурентів, партнерів, зміни в галузі, а тому визначальний вплив тут мають фінансово-економічні показники діяльності стейкхолдерів, технічні, інноваційні та освітні прогреси.

До них можна віднести, наприклад, забезпечення платоспроможності, якість виготовленої продукції, іміджеві аспекти та інноваційну привабливість.

Варто зазначити, що класифікація факторів за джерелом формування не є єдиною, а лише найбільш поширеною та популярною.

Розглядаючи взаємозалежність факторів, прийнято розрізняти їхню самостійність у поділі на незалежні, частково залежні та взаємопов'язані. Аналізуючи вплив факторів на ефективність експортної діяльності, намагаються уникати їх окремого розгляду, оскільки деякі з них виявляють суттєвий взаємний вплив.

Щодо можливості прогнозування, відзначають фактори як прогнозовані та непрогнозовані, зокрема, останні здебільшого пов'язані з непередбачуваними аспектами зовнішнього середовища.

Виокремлюючи фактори за можливістю контролю, виділяють контрольовані, частково контрольовані та неконтрольовані. Це допомагає усвідомити різницю між тим, що піддається впливу підприємства та тим, що залежить від зовнішніх обставин. Однак, реальність показує, що такий поділ є

умовним, оскільки різні підприємства можуть взаємодіяти з факторами різним чином.

Фактори можуть піддаватися або не піддаватися вимірюванню, або ж вимірюватися експертним методом, що враховує різні підходи до оцінювання. З точки зору тривалості впливу, фактори можуть бути довгостроковими, середньостроковими та короткостроковими, визначаючи терміни їхньої суттєвості.

Є й інша категорія розподілу за тривалістю. В залежності від тривалості впливу, ще можна класифікувати фактори на постійно діючі, періодичні та епізодичні. Постійно діючі фактори завжди присутні та безперервно впливають на ефективність експортної діяльності підприємства, створюючи стійку базу для аналізу та управління.

Періодичні фактори, зазвичай, проявляються через певні проміжки часу, можуть бути пов'язані з циклічністю ринкових умов чи сезонністю. Вони вимагають системного підходу до управління та прогнозування змін.

Епізодичні(спорадичні) фактори виникають не постійно, випадково та можуть бути пов'язані з форс-мажорними обставинами. Їх врахування в стратегічному плануванні є важливим для підготовки до непередбачуваних ситуацій.

За характером впливу на ефективність експортної діяльності, фактори поділяються на функціональні, що позитивно впливають на ефективність, та дисфункціональні, що перешкоджають їй. Розуміння цих категорій дозволяє підприємствам визначати сильні та слабкі сторони, а також розробляти стратегії для максимізації позитивного впливу та мінімізації негативних чинників на експортну діяльність.

Проведення аналізу факторів впливу на експорт представляє собою комплексний процес, що включає виявлення, аналіз та оцінку впливу різноманітних факторів, таких як чинники, обставини, умови та інші, на експортну стратегію підприємства. Основна мета цього процесу – виявлення та розробка рішень для вирішення проблем, які виникають або можуть виникнути у

сфері забезпечення і виконання конкретних етапів виходу на зовнішні (міжнародні) ринки.

Першим етапом є виявлення різноманітних факторів, які можуть впливати на експортну діяльність. Це включає в себе розпізнавання важливих чинників, які можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на ефективність експортного процесу. Далі йде аналіз цих факторів, включаючи їхні характеристики, можливі взаємозв'язки та тенденції.

Оцінка впливу включає в себе визначення ступеня важливості кожного фактора для експортної стратегії підприємства та визначення його функціонального або дисфункціонального характеру. Основна мета – виявлення проблем та можливостей, а також розробка стратегій для максимізації позитивного впливу та мінімізації негативного.

Процес діагностики факторів не тільки допомагає вирішити наявні проблеми, але і підготовлює підприємство до можливих викликів та забезпечує адаптацію стратегії до змін в зовнішньому середовищі.

На етапі визначення стратегії експорту важливо підкреслити, що перелік найважливіших факторів значною мірою залежить від галузевої специфіки підприємства, так само, як і від обраного ринку експорту. Кожна галузь має свої унікальні вимоги, тенденції та особливості, які можуть суттєво впливати на успішність експортної стратегії.

Наприклад, у виробничій галузі можуть мати перевагу фактори, пов'язані з технологічною інноваційністю та якістю виробів. У сфері послуг акцент може бути зроблений на високому рівні обслуговування та індивідуальному підході до клієнтів. Крім того, специфіка міжнародного ринку може впливати на те, які аспекти стають важливішими, такі як регуляторні вимоги, культурні особливості чи конкурентна ситуація.

### **1.3. Методичні підходи щодо оцінки експортної ефективності.**

В умовах сучасного господарського середовища, акцент на активізації експортної діяльності аграрних підприємств стає невід'ємною частиною стратегічного управління. Однак основним виміром цієї активізації є не лише сама ідея її впровадження, але й величезний аспект її ефективності.

Ефективність господарської діяльності визначається не лише стандартними показниками прибутковості чи рентабельності, але й відіграє роль основного підґрунтя для визначення стратегії економічного розвитку підприємства. Це відкриває широкі можливості для вибору та реалізації різних альтернативних шляхів розвитку, що базуються на впровадженні інноваційно-інвестиційних проектів.

Розуміння ефективності експортної діяльності як критерію доцільності відкриває перспективи для реалізації новаторських підходів, таких як створення нових видів продукції та послуг. Це стає вагомим стимулом для розвитку та впровадження ініціатив, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку.

Таким чином, активізація експортної діяльності стає не лише стратегічним вибором, а й ключовим елементом економічного розвитку підприємства, де ефективність є мірилом, яке визначає напрямок та успішність його інноваційного розвитку.

Важливо підкреслити, що ефективність експортної діяльності аграрного підприємства визначається комплексом показників, що відображають не лише кількість експортованої продукції, а й її якість та вплив на господарську діяльність. Оцінка включає різноманітні аспекти, такі як ефективність виробництва та продажу експортної продукції, рентабельність експортних операцій, а також інноваційний потенціал підприємства.

Методичні розробки оцінки вимагають урахування конкретних особливостей функціонування підприємства та його експортної стратегії.

Важливим елементом є також аналіз зовнішніх чинників, які впливають на експортну діяльність, і можливість їх кількісного вимірювання.

Необхідно враховувати, що розробка ефективної методики визначення успішності експорту має сприяти не лише об'єктивній оцінці внутрішніх процесів підприємства, але й служити основою для управлінських рішень, спрямованих на поліпшення експортної діяльності та збільшення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності виступає як ключовий аспект не лише на рівні окремих регіонів, але і на національному рівні. Аналіз може бути проведений на двох рівнях: макрорівень, що охоплює національну економіку та різні галузі діяльності в макроекономічному контексті, та мікрорівень, фокусований на окремих учасниках економічної діяльності та конкретних проектах.

На макрорівні визначається загальна ефективність національної економіки та різних галузей, враховуючи широкий контекст макроекономічних факторів, у той час як на мікрорівні аналізується продуктивність окремих суб'єктів господарювання та реалізація окремих експортних проектів.

Важливим аспектом є те, що критерій економічної ефективності визначається індивідуально для кожного рівня оцінювання, тож врахування конкретних видів економічних інтересів та унікальних критеріїв для кожного рівня дозволяє отримати більш об'єктивну картину ефективності зовнішньоекономічної діяльності на різних рівнях.

Андришин В.П. вважає, що для аналізу та прогнозу результатів експортної діяльності постає завдання розрахувати вплив незалежних змінних виробничо-господарської діяльності підприємств на величину цього показника. Проблема полягає в тому, що в загальному випадку далеко не завжди можливо наперед визначити обсяги, а іноді навіть і номенклатуру продукції, які підуть на експорт у поточному періоді. Тож дослідник зазначає, що на обсяги та продуктивність експорту тим чи іншим чином впливають загальні показники економічної діяльності підприємства, відтак, установивши стохастичні взаємозв'язки між

ними та результуючим показником – обсягом експорту продукції, можна не лише прогнозувати його величину (враховуючи, безперечно, й індикатори зовнішнього економічного середовища), а й розробляти та планувати управлінські рішення задля підвищення ефективності експортної діяльності [10].

А. А.-Ф. Караснег дослідив у своїй роботі методику оптимізації за рахунок ретельного аналізу логістичних витрат, а також ряду продукції, яка експортується на закордонні ринки. Для ефективного скорочення логістичних витрат транспортні моделі відіграють ключову роль в управлінні та вдосконаленні послуг. У своїй статті автор формулює моделі транспортування як моделі лінійного програмування для експорту та імпорту Йорданії. Ці моделі пояснюють реальну практику експорту та імпорту товарів з різних регіонів світу.

За результатами аналізу автор рекомендує, по-перше, уникати шляхів імпорту та експорту, які демонструють нульове оптимальне значення. По-друге, зменшити кількість змінних рішення (тобто кількість продукції, що транспортується або перевантажується з різних зазначених портів) до оптимальних кількостей. Нарешті, необхідно визначити довгострокову стратегію для різних видів продукції [11].

Модель прогнозування поведінки та ефективності експортних продажів, розроблена Г. Вінкгофером та А. Діамантопоулусом в основі містить дещо інший принцип. Загалом, центральна ідея, що лежить в основі моделі, полягає в тому, що ситуаційні змінні визначають важливість прогнозування експортних продажів, що, в свою чергу, впливає на поведінку підприємства при прогнозуванні, а через неї – на загальну ефективність прогнозування. Модель складається з чотирьох екзогенних змінних, що описують підприємство та його експортне середовище, та чотирьох ендогенних (тобто визначених моделлю) змінних, що описують поведінку та результати прогнозування експортних продажів підприємства [12].

Метод оцінки конкурентоспроможності, запропонований Гламбоцькою А.А., враховує різноманітні аспекти діяльності підприємства на міжнародному ринку. Анкетування, як частина методики, дозволяє систематизувати інформацію та отримати глибше розуміння контексту конкурентоспроможності.

Опис підприємства та його сфери діяльності надає змогу з'ясувати основні параметри, які визначають його унікальність на ринку. Аналіз обсягу та опису продукції, призначеної для експорту, сприяє виявленню сильних сторін та можливостей.

Детальне вивчення негативних факторів, які мають вплив на діяльність, і наслідків експортної діяльності розкриває уразливості та проблеми, що потребують уваги та управлінських рішень. Міжнародний маркетинг та митний контроль являють собою ключові елементи, оскільки визначають ефективність взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем.

Застосування цієї методики може сприяти покращенню стратегій експортної діяльності, підвищенню конкурентоспроможності та зменшенню ризиків, пов'язаних із зовнішнім впливом, оскільки даний підхід є всеохоплюючою системою усунення негативних факторів [13].

Метод експертних оцінок, розроблений З. Живко, базується на усередненні думок фахівців у галузі експорту, представляє собою ефективний підхід до отримання об'єктивної інформації. Цей метод визначається двома основними підходами: інтерв'ю та анкетування експертів.

На етапі підготовки важливо ретельно розробити анкети для опитування, які максимально точно відображають ключові аспекти експортної діяльності підприємства. На наступному етапі, в процесі опитування, необхідно залучити декілька кваліфікованих фахівців у сфері експорту, щоб отримати різні точки зору та думки.

Етап обробки інформації є вирішальним, оскільки відповіді експертів аналізуються та усереднюються для отримання об'єктивного огляду конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку.

Цей метод може забезпечити важливі інсайти, враховуючи думки та досвід висококваліфікованих фахівців. Результати такої експертної оцінки можуть виступати як важливий компонент стратегії підприємства щодо розвитку та вдосконалення його експортної діяльності. З іншого боку, мінусом цього підходу

є людський фактор – це може бути суб'єктивна думка або особисті упередження [14].

Для визначення ефективності зовнішньоекономічної політики підприємства застосовуються й інші різноманітні методи, які дозволяють глибоко проаналізувати його зовнішні економічні взаємовідносини та фінансовий стан. Аналіз зовнішньоекономічних зв'язків націлено на ретельне вивчення результатів виробничо-комерційної та фінансової діяльності підприємства, включаючи його фінансове положення.

Для аналізу господарської діяльності використовуються різні прийоми, спрямовані на глибоке розуміння процесів та результатів роботи підприємства. Логічні методи, такі як деталізація, порівняння, елімінування та узагальнення, допомагають в структуруванні інформації.

Статистичні підходи, зокрема зведення та угруповання цифрового матеріалу, використовуються для отримання середніх величин, індексів та аналізу рядів динаміки. Математичні методи, такі як математичне моделювання та математичний аналіз, дозволяють поглиблено вивчати числові параметри.

Інтегральні методи, такі як математична статистика, теорія ймовірностей та економічна кібернетика, надають можливість здійснити комплексний аналіз економічної діяльності підприємства. Евристичні підходи допомагають виявити та розв'язати проблеми, базуючись на досвіді та інтуїції.

Загальна обробка отриманої інформації під час цих аналітичних процесів дозволяє надати обґрунтовану оцінку ефективності зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Систематичний аналіз господарської діяльності включає в себе комплексний підхід, в основі якого лежать дані з бухгалтерського та оперативного обліку, звітності та інших надійних джерел інформації. Забезпечення точності та достовірності отриманих даних є ключовим моментом, що визначає успішність аналізу.

Використання матеріалів для аналізу вимагає ретельної перевірки арифметичних підрахунків та взаємоузгодженості показників звітності. У

випадках, коли цифрові дані використовуються для створення таблиць, їх округлення допускається, за умови, що це не підірве точність проведеного дослідження.

Цей метод аналізу забезпечує об'єктивний погляд на ефективність господарської діяльності, дозволяючи при цьому враховувати деталі, які можуть впливати на загальний висновок, а також сприяє надійному визначенню стратегічних кроків для подальшого розвитку підприємства.

Використання оцифрованих даних є визначальним в оцінці ефективності експортної діяльності, оскільки вартість вивезеної продукції, її обсяги, прибуток від діяльності – вимірюються саме в числових значеннях. Через це підрахунки мають здійснюватись своєчасно, точно та без приховування інформації, оскільки це може суттєво вплинути на об'єктивність та достовірність результатів аналізу. Надійність арифметичних операцій і узгодженість даних з різних джерел визначають не лише робочий процес, але і висновки, що зроблені на основі проведеного дослідження.

Забезпечення прозорості та відкритості у використанні інформації є критичним аспектом, оскільки це створює надійний фундамент для прийняття стратегічних рішень. Чіткість у підрахунках та їхнє відображення в аналітичних матеріалах є ключовим елементом для довіри та ефективності господарського аналізу.

Аналіз ефективності експорту для конкретного товару або послуги та оцінка його потенціалу на міжнародному ринку визначаються різноманітними факторами. Ключовими показниками є рівень конкурентоспроможності продукту, стратегії підприємства-виробника та економічне становище країни-виробника.

У контексті експортної діяльності важливо враховувати як національні, так і зовнішні умови. Національні фактори, такі як торговельна політика країни та система підтримки експортного виробництва, впливають на здатність підприємства успішно конкурувати на міжнародному ринку. Зовнішні умови, наприклад торговельний режим країни експортування, також мають вагомий вплив на результативність експортної стратегії.

Визначення деяких ключових показників для оцінки ефективності експортної діяльності наведено в таблиці 1.2:

Таблиця 1.2

## Визначення ключових показників ефективності експортної діяльності

Показник	Визначення
Коефіцієнт ефективності експорту	Він відображає співвідношення прибутку від експорту до витрат, які були зроблені для забезпечення процесу експорту. За умови, що коефіцієнт ефективності експорту перевищує 1, можна визнати, що експорт є ефективним. Чим вище значення цього коефіцієнта, тим вищою вважається ефективність експортної діяльності.
Альтернативний коефіцієнт ефективності експорту	Використовується для оцінки експорту, враховуючи можливість альтернативної реалізації товару на внутрішньому ринку країни. Якщо коефіцієнт альтернативної ефективності експорту перевищує 1, це свідчить про те, що вибір експорту є ефективним.
Рентабельність експорту	Відображає обсяг прибутку, отриманого від продажу експортних товарів, на кожну витрачену одиницю валюти.
Валютна ефективність експорту	Для оцінки ефективності експортних операцій важливо порівнювати показники (коефіцієнти) з визначеною базою. Зазвичай в ролі такої бази виступає валютний курс. Якщо коефіцієнт валютної ефективності перевищує значення курсу валют, то можна стверджувати, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства є ефективною. У цьому випадку для порівняння валютної ефективності експорту рекомендується використовувати обернений курс обміну

	(непряме котирування).
--	------------------------

*Джерело: розроблено авторкою на основі джерел [15-16]*

Інтеграція цих факторів у процес аналізу дозволяє здійснити комплексне оцінювання ефективності експортного процесу та розробити стратегії виходу на міжнародний ринок, що відповідають умовам та особливостям конкретного виробника та його продукції.

## **Висновки до розділу 1**

Експортна діяльність є складним процесом, що включає різні етапи, від підготовки до фактичного здійснення експорту. Розрізнення між поняттями "експорт" та "експортна діяльність" полягає у тому, що перше описує лише операцію з продажу та доставки за кордон, тоді як друге охоплює більший спектр операцій, спрямованих на виходження на зовнішній ринок. Експортна діяльність може включати підготовку компанії до експорту, адаптацію продукції до вимог зовнішнього ринку, а також саму операцію експорту.

Факт перетину товаром митного кордону або надання послуги та права на результати інтелектуальної діяльності є важливим моментом в експортній діяльності. Навіть якщо товари фізично не вивозяться за кордон, експорт може включати продажі та надання послуг іноземним суб'єктам.

У визначенні ефективності експортної діяльності важливу роль відіграють внутрішні та зовнішні фактори.

Внутрішні фактори, такі як стратегії, організаційна культура та управління ресурсами, можуть позитивно впливати на результативність. Негативні аспекти, такі як неефективне управління чи внутрішні конфлікти, можуть бути стримуючими чинниками.

Зовнішні фактори виникають внаслідок зовнішнього середовища, і їх важливо розглядати як на макро-, так і на мікрорівні. Макросередовище визначається державною політикою на різних рівнях, тоді як мікросередовище описує вплив факторів на рівні окремих галузей, конкурентів та партнерів.

Розробка методик оцінки ефективності експортної діяльності вимагає урахування особливостей функціонування підприємства та аналізу зовнішніх чинників. Ці методики повинні допомагати не лише об'єктивно оцінювати внутрішні процеси підприємства, але і служити основою для управлінських рішень щодо поліпшення експортної діяльності та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Методичні аспекти включають:

- ✓ урахування конкретних особливостей підприємства;
- ✓ аналіз зовнішніх чинників, включаючи їх кількісне вимірювання;
- ✓ сприяння об'єктивній оцінці внутрішніх процесів підприємства;
- ✓ підготовку основи для управлінських рішень, спрямованих на поліпшення експортної діяльності та збільшення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

## РОЗДІЛ 2

# АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

### **2.1. Загальна характеристика експортної діяльності України в секторі агропродукції.**

В умовах сучасного правового простору важко виявити точне визначення та повне обґрунтування терміну "аграрний сектор економіки". Позбавлений чіткої уніфікації у нормативно-правових актах, цей термін схожий на пазл, де кожен елемент має власний контекст та значення, але разом вони формують невизначену картину.

Здавалося б, що розпорядження Кабінету міністрів України від 17.10.2013 р. № 806-р. з назвою "Про схвалення стратегії розвитку аграрного сектора економіки на період до 2020 р." повинно вирішити багато питань, пов'язаних із чітким визначенням складових аграрного сектору. Однак, при уважному аналізі, стає очевидним, що цей документ залишає багато невизначеностей в тлумаченні самого терміну, оскільки все ж немає єдиного переліку продукції, яка належить до агропродукції.[17]

Закон України "Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 р." визначає аграрний сектор як об'єднання сільського та рибного господарства, харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів.[18]

Згідно з цими документами, стає очевидним, що аграрний сектор економіки залишається фрагментарно визначеним і необхідно подальше уточнення його складових.

Але для визначення загального стану агросектору України в межах даної роботи необхідно визначити складові його аналізу.

Отже, аграрний сектор України вибудований як цілісна економічна система, в якій взаємодіють пов'язані галузі, спрямовані на забезпечення виробництва сільськогосподарської сировини та харчових продуктів. Цей сектор охоплює не лише етапи вирощування та обробки, але й включає заготівлю, ефективне зберігання, інноваційну переробку та розподіл до населення. Серцевиною аграрного ландшафту виступають галузі сільського господарства, які взаємодіють, утворюючи визначальний образ сучасної аграрної системи в Україні. Тобто, в нашому аналізі ми використовуємо таке просте поняття: в аграрному секторі виробляють сільськогосподарську продукцію і продукти її первинної переробки. Себто – продукти тваринництва, рослинництва, рибного промислу.

Сучасний український бізнес робить особливий акцент на експорт сільськогосподарської та харчової продукції, визнаючи його як один з ключових пріоритетних напрямків, оскільки Україна має для цього значні потужності.

Важливо відзначити, що основну складову аграрного експорту становить вивіз сировини, зокрема рослинної продукції, такої як пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби. На ринковій структурі внутрішнього аграрного експорту зберігається визначальна роль зернових культур, жирів та олій, а також цукру. Їхній спільний внесок складає приблизно 90% в обсязі аграрного експорту.

Українська продукція рослинного походження підтверджує свою високу популярність, займаючи лідерську позицію серед інших варіантів. На другому місці за популярністю розташувалися тваринні та рослинні масла, а на третьому місці, з відзначеним відривом у зменшенні, розташувалася продукція харчової промисловості.

Динаміка аграрного виробництва в Україні протягом періоду з 1990 по 2020 рік вражає зростанням не лише валового збору сільськогосподарських культур, але й підвищенням врожайності. Наприклад, у 1991 році валовий збір врожаю сільгоспкультур становив приблизно 38,6 млн тонн, при середніх показниках врожайності 26,5 ц/га. Проти цього, у 2020 році аналогічні показники дивують значним збільшенням: валовий збір – 64,9 млн тонн, а середня врожайність – 42,5 ц/га. Очевидно, що це досягнення супроводжується

збільшенням посівних площ. У 1990 році вони становили 14,6 млн га, а у 2020 році цей показник зріс до 15,4 млн га.

Натомість у зв'язку з повномасштабним вторгненням, обробіток усіх посівних площ наразі неможливий. Згідно з прогнозами Українського клубу аграрного бізнесу, посівні площі під зерновими культурами у 2023 році вказували на суттєве зменшення, досягаючи 8,7 млн га. Це на 22% менше порівняно з 2022 роком та на 45% менше в порівнянні з 2021 роком.[19]

На грудень 2022 року із загальної площі у 28,4 млн га, яка оброблялася протягом 2021 року по всій країні, 24,6 млн га (86% від загальної площі) під повним контролем України, хоча 3,8 млн га неможливо використовувати через їхнє розташування близько до лінії фронту, ризики вибухів та інших обмежень.

Значне зменшення площі озимої пшениці також зафіксоване в північно-східних та центральних областях. Як розуміємо, дана сукупність факторів аналогічно поширюється і на тваринництво.

Цю тенденцію у вирощуванні культур пояснюють обмежені можливості експорту, високі логістичні витрати та значні різниці в цінах між регіонами. Регіони, розташовані близько до морських портів та кордонів з Європейським Союзом, відзначаються вищими цінами на сільгосппродукцію порівняно з північними та східними регіонами України.

У цей же час, український агробізнес продовжує розвивати експорт сільгосппродукції. Зазначено, що доходи аграріїв та трейдерів за 7 місяців 2023 року склали \$13 млрд, що на 4,5% перевищує відповідні показники попереднього року за аналогічний період. Варто відзначити, що нещодавно обсяги експорту сільгосппродукції виявилися на деякому зниженні протягом останніх місяців. Найменший показник зовнішньої торгівлі аграрною продукцією зафіксовано у липні — \$1,3 млрд.

Павло Мартишев, вчений із Центру досліджень продовольства та землекористування Київської школи економіки, розглядає скорочення експорту сільгосппродукції в контексті припинення зернової угоди у липні 2023 року. За його словами, відмітні ознаки негативної динаміки спостерігалися ще в червні,

коли деякі учасники ринку почали відстежувати перспективи і ризики вивозу сільгосппродукції морськими шляхами. Експерт підкреслює, що цей аспект призвів до зменшення активності в укладенні контрактів на транспортування агропродукції (Табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Динаміка експорту аграрної продукції з України в 2021-2023рр.

Дата	Виторг, млрд \$
01.01.2021	1,5
01.02.2021	1,83
01.03.2021	1,86
01.04.2021	1,99
01.05.2021	2,04
01.06.2021	1,59
01.07.2021	1,68
01.08.2021	2,51
01.09.2021	2,85
01.10.2021	3,03
01.11.2021	3,52
01.12.2021	3,3
01.01.2022	3,13
01.02.2022	2,48
01.03.2022	0,84
01.04.2022	0,92
01.05.2022	1,21
01.06.2022	1,47
01.07.2022	1,41
01.08.2022	1,9
01.09.2022	2,6
01.10.2022	2,46
01.11.2022	2,6
01.12.2022	2,36
01.01.2023	2,11
01.02.2023	2,17
01.03.2023	2,45
01.04.2023	1,73
01.05.2023	1,68
01.06.2023	1,62
01.07.2023	1,29

Джерело:[22]

Підсумовуючи результати 2023 року, в Україні відзначається зростання загальних обсягів експорту, що склали майже 100 млн тонн товарів. Це на 112

тисяч тонн більше, ніж у попередньому 2022 році. Однак вартісний показник зазнав спаду на 18,7%, або \$35,8 млрд доларів.

Навіть при загальному зниженні експорту українських товарів, ринок виявив позитивні тенденції. Варто відзначити, що минулого року Україна експортувала цукру в 1,7 рази більше, що свідчить про стабільність на цьому ринку.

Незважаючи на позитивні тенденції у визначених секторах, більшість експортних статей зазнали втрат у виручці української економіки. Наприклад, найбільш масовий експортний товар – кукурудза, хоча фізично збільшилася на 5%, приніс на 16,8% менше прибутку у порівнянні з попереднім роком. Вивезено 26,2 млн тонн цієї зернової культури.

Юлія Свириденко, Перший віцепрем'єр-міністр України та Міністр економіки України, вказує на активні заходи уряду та міжнародних партнерів для розв'язання проблем в логістиці. Запуск альтернативного коридору у Чорному морі, розвиток річкових перевезень на Дунаї та перемовини із польською стороною стали чинниками, які сприяли зростанню експорту у грудні на понад \$3 млрд. Також за цей період вивезено більше 10 млн тонн товарів – це рекордна кількість за останні шість місяців. Загалом за 2023 рік експорт морем збільшився на майже 1 млн тонн порівняно з попереднім роком, свідчачи про позитивний розвиток морського транспорту в країні.[20]

Якщо в довоєнний період частка експорту агропродукції в загальній структурі експорту товарів стабільно складала близько 40%, то в 2023 році цей показник сягнув рекордної позначки в 60%, показавши зростання у майже 17% у порівнянні з попереднім роком і став чималою підтримкою економіки.[21]:

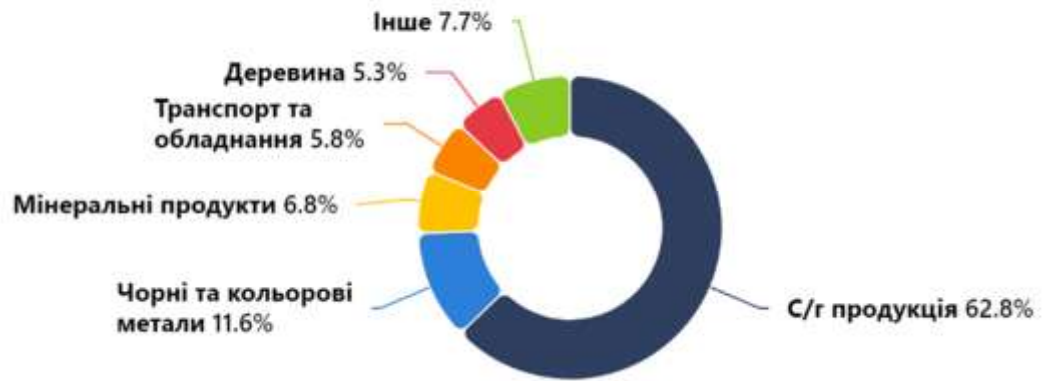


Рис.2.1 Структура експорту товарів з України в 2023р

Джерело:[22]

Якщо ж говорити про найбільш поширені агропродукти експорту, то їхній перелік наведено в таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Найбільш поширені товари експорту в аграрному секторі у 2023 році

Найменування групи товару	Вартість, тис дол США	Питома вага в експорті товарів
Живі тварини	30 594	0,08%
М'ясо та їстівні субпродукти	892 297	2,47%
Риба і ракоподібні, молюски та інші водяні безхребетні	23 789	0,07%
Молоко та молочні продукти; яйця птиці; натуральний мед	403 528	1,12%
Інші продукти тваринного походження	13 027	0,04%
Живі рослини, частини рослин	3 971	0,01%
Овочі та деякі їстівні коренеплоди і бульби	113 537	0,31%
Їстівні плоди та горіхи	256 688	0,71%
Кава, чай, мате і прянощі	11 238	0,03%
Зернові культури	8 306 548	22,96%
Борошно та крупи; солод; крохмалі; інулін	157 395	0,43%
Насіння і плоди олійних рослин; солома і фураж	2 819 460	7,79%
Шелак; камеді, смоли та інші рослинні соки і екстракти	2 187	0,01%
Рослинні матеріали	45 523	0,13%
Жири та олії; готові харчові жири; воски	5 649 077	15,61%
Цукор і кондитерські вироби з цукру	596 376	1,65%
Какао та продукти з нього	194 884	0,54%
Тютюн і промислові замітники тютюну	86 278	0,24%

Джерело: складено авторкою на основі звіту Державної митної служби України за 2023 рік [23]

Як бачимо з таблиці 2.2, найбільшим попитом вже звично користуються зернові та олійні культури: їхня частка в загальному обсязі експорту товарів станом на 2023 становить близько 23% та 16% відповідно.

За даними Держмитслужби України, експорт з України зернових, зернобобових (з продуктами їх переробки) та борошна 2023/2024 станом на 23.02.2024 має наступний вигляд (Табл.2.3):

Таблиця 2.3

## Експорт з України зернових, зернобобових та борошна

	2023/2024 МР		2022/2023 МР	
	Всього	в тому числі: у лютому 2024	Всього станом на 22.02.2023	в тому числі: у лютому станом на 22.02.2023
<b>Зернові та зернобобові, всього</b>	<b>28150</b>	<b>4274</b>	<b>30790</b>	<b>3819</b>
пшениця	11082	1865	11032	1297
ячмінь	1560	145	2025	208
жито	1,0	0,0	15,4	3,0
кукурудза	15236	2252	17605	2290
Борошно пшеничне, тис. тон	69,1	5,7	91,0	12,4
Борошно інше, тис. тон	3,7	0,3	3,9	0,1
Борошно разом, тис. тон	72,8	6,0	94,9	12,5
<b>у перерахунку на зерно, тис. тон</b>	<b>97,1</b>	<b>8,0</b>	<b>126,5</b>	<b>16,7</b>
<b>Експорт разом (зерно + борошно)</b>	<b>28247</b>	<b>4282</b>	<b>30916</b>	<b>3835</b>

Джерело: МАППУ [24]

За останніми оперативними звітами, в грудні 2023/24 року Україна вивезла за кордон майже 672 тис. тон соняшникової олії, показчик якого перевищив результат листопада на 25%. Цей вражаючий обсяг відвантажень не лише позначився рекордом за місяць із січня 2022 року, але також став другим за величиною для грудня за всю історію експорту даної продукції з України. Ці високі показники свідчать про стабільний та активний розвиток соняшникового сектору в країні, а також підтверджують конкурентоспроможність української соняшникової олії на світовому ринку. [25]

Отже, варто зазначити, що аграрний сектор країни відіграє значущу роль у формуванні експортного потенціалу. Активний розвиток традиційних галузей, таких як вирощування соняшнику, пшениці, кукурудзи, ячменю, сої та ріпаку, свідчить про стійкість та конкурентоспроможність українського агросектору на світовому ринку.

Важливим є також розвиток тваринництва, зокрема птахівництва, молочного скотарства та свинарства, які визначаються як перспективні напрямки експорту. Це вказує не лише на диверсифікацію виробництва, але й на стратегічне планування для розширення аграрного внеску України на міжнародній арені.

Зазначимо, що проблеми в логістиці та інші фактори тимчасово вплинули на загальний показник експорту, але державні заходи та стратегії спрямовані на подолання цих труднощів. Розвиток альтернативних транспортних коридорів, вирішення логістичних питань та розширення міжнародного співробітництва є ключовими компонентами для подальшого зміцнення експортного потенціалу України в агросекторі.

## **2.2. Аналіз експорту аграрної продукції України та кореляційно-регресійний аналіз його ефективності на світовому ринку аграрної продукції**

Сільське господарство України виступає яскравим і важливим компонентом національної економіки, привертаючи увагу своїм величезним потенціалом та стабільним рівнем розвитку. Ця галузь, відзначається не лише значним внеском у валовий внутрішній продукт, але й високою продуктивністю та широким спектром агропромислових галузей.

Успіхи сільського господарства України свідчать про високий потенціал країни у сфері аграрного виробництва та надають стимул для подальшого розвитку та модернізації цієї стратегічно важливої сфери економіки.

Україна, завдяки своєму сільськогосподарському експорту, відіграє значущу роль на світовому ринку. Зокрема, країна забезпечує 12% світового ринку зерна, що свідчить про високий рівень виробництва та ефективність сільськогосподарського сектору. У ряді ключових напрямків експорту Україна визначається великими досягненнями, займаючи лідируючі позиції серед інших країн.

За підсумками експорту, Україна посідає третє місце за ріпаком та медом, четверте місце за кукурудзою та ячменем, п'яте місце за експортом пшениці та сьоме за експортом сої. Це вказує на широкий асортимент сільськогосподарської продукції, яку Україна успішно вирощує та пропонує на міжнародному ринку.

Натомість, деякі аспекти сільськогосподарського виробництва, зокрема овочі, фрукти, плоди та ягоди, а також баштанні культури, хоча вони мають потенціал та переваги для вирощування в Україні, не отримують достатньої уваги на міжнародному ринку. Це вимагає подальших зусиль та стратегічних рішень для просування цих продуктів на світовому рівні.

На жаль, в галузі тваринництва Україна не залучена до системи глобалізаційних процесів. Це викликає необхідність удосконалення стратегій та підходів для просування сільськогосподарської продукції та зміцнення позицій України в глобальному аграрному виробництві.

Сучасний підхід до розробки нормативів науково-дослідної роботи використовує багатокритеріальний кореляційно-регресійний аналіз як ефективний інструмент. Основна мета кореляційного аналізу полягає в вимірюванні ступеня зв'язку між різними ознаками, виявленні невідомих факторів, які впливають на результативний показник. У той час як завдання регресійного аналізу включає встановлення форми залежності, функції регресії та використання рівнянь для оцінки невідомих значень залежної змінної.

Кореляційно-регресійний аналіз представляє собою побудову та аналіз економіко-математичної моделі у вигляді рівняння регресії або рівняння кореляційного зв'язку. Це відображення залежності результативної ознаки від однієї чи кількох ознак факторів і надає оцінку міри тісноти цих зв'язків. Такий

підхід дозволяє систематично аналізувати та розуміти вплив різних факторів на кінцеві результати дослідження.

Кореляційно-регресійний аналіз становить потужний інструмент для визначення впливу різноманітних чинників на розмір необхідних витрат, які можуть бути як якісними, так і кількісними. Цей класичний метод імовірнісного моделювання дозволяє вивчати взаємозв'язки між показниками діяльності, коли ці взаємозв'язки не є строго функціональними або є неоднозначними через вплив зовнішніх, випадкових факторів, що є дуже актуальним для аналізу експортної діяльності будь-якої країни та сектору господарювання. Здійснюються пошук і оцінювання тісноти зв'язку між двома випадковими ознаками або факторами (кореляційний аналіз), а потім встановлюється конкретний вид залежності між досліджуваними параметрами (регресійний аналіз).

Цей підхід охоплює ряд складових етапів:

1. Кореляційний аналіз – цей етап зосереджений на кількісному визначенні тісноти зв'язку між факторними і результативними ознаками за допомогою показників кореляції. Кореляційний аналіз дозволяє аналітикам визначити, чи можна за значенням одного показника передбачити ймовірне значення іншого. Його завдання включає оцінку сили зв'язку та перевірку статистичних гіпотез про наявність та силу кореляційного зв'язку між показниками. Це важливий інструмент для виявлення прихованих зв'язків між даними спостережень.

2. Регресійний аналіз – на цьому етапі визначається теоретичне вираження зв'язку між ознаками, тобто форма зв'язку (побудова рівняння регресії). Результати аналізу дозволяють виділяти пріоритетні напрямки та, на підставі основних факторів, прогнозувати та планувати їх розвиток, приймати управлінські рішення. Регресійний аналіз тісно пов'язаний із кореляційним аналізом, оскільки в останньому досліджується напрямок та міцність зв'язку між незалежними змінними, зокрема форма залежності (модель зв'язку, виражена у функції регресії) між незалежними змінними [26].

На першому етапі – стадія кореляційного аналізу – дослідимо два основних показники кореляції – Пірсона та Спірмена.

В ході збору інформації визначили кілька показників, що статистично можуть відображати тренди та рівень розвитку сільського господарства. Ці деталізовані показники визначають не лише кількісні параметри, але і динаміку різноманітних аспектів галузі, роблячи збір даних важливим етапом аналізу.

Серед обраних параметрів можна виділити:

- обсяг експорту за конкретний досліджуваний період;
- середньорічний обмінний курс долара, що вказує на ступінь стабільності національної валюти та впливу зовнішніх факторів на вартість місцевої валюти. Ефект впливу даного показника на експорт сільськогосподарської продукції виникає внаслідок того, що девальвація національної валюти автоматично сприяє збільшенню вартісних показників експорту;
- номінальний ВВП, який визначає обсяг виробництва товарів та послуг за розглянутий період та вказує на загальний економічний обсяг;
- індекс інфляції, що визначає зміни рівня цін на споживчому ринку.

Ці показники мають неоднорідний вплив на експорт, але попри це висунемо гіпотезу, що кожен з них так чи інакше важливі для аналізу і тим самим підтвердимо або спростуємо наше припущення.

Перш за все, для аналізу використаємо дані за 2018-2022 роки та розмістимо їх в таблиці 2.4:

Таблиця 2.4

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу за 2018-2022 рр

Рік	Експорт с/г продукції, млн дол США	Середньорічний обмінний курс долара США, грн	Номінальний ВВП за рік, млн грн	Індекс інфляції, %
2018	18 612,8	27,2	3558706	109,8
2019	22 144,2	25,85	3974564	104,1

Продовження таблиці 2.4

2020	22 179,4	26,96	4194102	105,0
2021	27 708,9	27,7	5459574	110,0
2022	23 397,2	34,59	5191028	126,6

*Джерело: складено авторкою на основі даних Мінекономіки України, Мінфінансів України, МАППУ,*

*ДМСУ*

Тепер обчислимо коефіцієнти кореляції Пірсона та отримані результати занесемо до таблиці 2.5:

Таблиця 2.5

Обчислення коефіцієнту кореляції Пірсона для заданих критеріїв

Результативний показник	Фактор	Коефіцієнт кореляції	Ступінь зв'язку
Експорт с/г продукції, млн дол США	Середньорічний обмінний курс долара США, грн	0,039746656	слабкий
Експорт с/г продукції, млн дол США	Номінальний ВВП за рік, млн грн	0,830559315	сильний
Експорт с/г продукції, млн дол США	Індекс інфляції, %	0,131623206	слабкий

*Джерело: складено авторкою*

У процесі визначення взаємозв'язків між різними змінними використовується функція CORREL в Excel, яка розраховує коефіцієнти кореляції Пірсона для областей значень залежної та незалежної змінних. Кожен з отриманих коефіцієнтів кореляції (К) оцінюється згідно з наступними критеріями:

- якщо К менше 0,5, то встановлюється слабка залежність між фактором і результативним показником, і його можна вважати не впливовим для подальших досліджень;
- Якщо К знаходиться у діапазоні від 0,5 до 0,7, то це вказує на середній зв'язок, і вплив фактора на результативний показник варто розглядати більш детально;

- Коли  $K$  перевищує 0,7, то ми стикаємося зі сильним зв'язком, і цей фактор вважається обов'язковим для подальших глибоких досліджень та включення в аналіз.

Також перевіримо задану сукупність даних на наявність кореляції Спірмена. Ця функція визначає кореляцію між двома наборами даних. Вона розглядає взаємозв'язок між рангами замість самих значень (Табл. 2.6):

Таблиця 2.6

Обчислення коефіцієнту кореляції Спірмена для заданих критеріїв

Результативний показник	Фактор	Коефіцієнт кореляції	Ступінь зв'язку
Експорт с/г продукції, млн дол США	Середньорічний обмінний курс долара США, грн	0,808979057	досить сильний
Експорт с/г продукції, млн дол США	Номінальний ВВП за рік, млн грн	1	ідеальний позитивний зв'язок
Експорт с/г продукції, млн дол США	Індекс інфляції, %	0,808979057	досить сильний

*Джерело: складено авторкою*

Значення коефіцієнта кореляції Спірмена може коливатися від -1 до 1 і має такі інтерпретації:

- -1 – ідеальний негативний зв'язок між двома змінними
- 0 – відсутність зв'язку між двома змінними
- 1 – ідеальний позитивний зв'язок між двома змінними

Таким чином, можемо зробити висновок, що існує високий ступінь залежності між номінальним ВВП та обсягом експорту аграрної продукції, дещо нижча – між рівнем інфляції та обсягом експорту аграрної продукції, і менший – між курсом долара та обсягом експорту аграрної продукції.

Наступним кроком є аналіз регресії та побудова рівняння залежності. Використаємо бібліотеку NumPy в Python та метод найменших квадратів для побудови лінійної регресії. Наш код матиме такий вигляд:

```
import numpy as np
```

```

# Вихідні дані
x = np.array([18612.8, 22144.2, 22179.4, 27708.9, 23397.2])
y = np.array([27.2, 25.85, 26.96, 27.7, 34.59])
z = np.array([3558706, 3974564, 4194102, 5459574, 5191028])
n = np.array([109.8, 104.1, 105.0, 110.0, 126.6])

# Матриця X
X = np.column_stack((y, z, np.ones_like(y)))
# Розрахунок коефіцієнтів регресії
coefficients, residuals, _, _ = np.linalg.lstsq(X, x, rcond=None)
# Розрахунок x відносно y, z, n
beta0, beta1, beta2 = coefficients
x_values = (n - beta0 - beta1 * y - beta2 * z) / beta1
# Виведення результатів
equation_x = f"x = {beta1/beta1:.6f} * (n - {beta0/beta1:.6f} - {beta1/beta1:.6f}
* y - {beta2/beta1:.6f} * z)"
print(equation_x)

```

В результаті, окремий вираз для визначення залежності сформульовано на основі ключових індикаторів і матиме наступний вигляд:

$$y = x_4 + 100195.917549 + x_2 + 3121674.557170 \cdot x_3, \text{ де}$$

$x_2$  – середньорічний обмінний курс долара США

$x_3$  – номінальний ВВП за рік

$x_4$  – індекс інфляції.

Отже, рівняння вказує на лінійну залежність між змінною  $y$  та незалежними змінними. Коефіцієнти перед кожною змінною вказують на вагу, яку кожна змінна має впливати на значення  $y$ . У даному випадку, збільшення їх значення призведе до відповідного збільшення значення  $y$ , враховуючи коефіцієнти відповідних змінних.

### **2.3. Напрями підвищення конкурентоспроможності експорту аграрної продукції України.**

У світлі сучасних викликів, вирішення ключових аспектів стає надзвичайно важливим для забезпечення стійкості сектору сільського господарства та підвищення його ефективності в умовах непередбачуваності.

Відповідно до Стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України на період до 2026 року, основними викликами для подальшого розвитку агропромислового сектору України в контексті нарощування експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості є:

- адаптація до зміни агрокліматичних умов;
- стимулювання пропозиції (нарощування виробництва) в умовах обмеженого внутрішнього попиту;
- необхідність гарантування безпечності продукції (санітарні та фітосанітарні заходи, розвиток системи державного контролю);
- трансформація структури експорту в бік збільшення частки продукції переробки;
- необхідність поліпшення умов доступу до зовнішнього ринку для вітчизняних експортерів;
- необхідність урізноманітнення товарних позицій експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості (у тому числі органічної продукції).

Кон'юнктура світового продовольчого ринку та стратегічні дослідження Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) також свідчать про нагальну необхідність нарощування обсягів виробництва і торгівлі продовольством з метою забезпечення зростаючого попиту в світі. [27]

У зв'язку з цим, Кабінетом Міністрів України вже розроблено план заходів з реалізації стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства. Попри

це вважаємо за потрібне розглянути й інші альтернативні варіанти, які потенційно могли би поповнити список.

По-перше, активне втручання держави на користь сільгоспідприємств має забезпечити надійне постачання необхідних ресурсів, таких як матеріали та добрива, для безперешкодного проведення всіх агротехнічних операцій на полях.

Важливим етапом є імплементація нормативних актів Європейського Союзу в українське законодавство з урахуванням специфіки внутрішньої ситуації та прийняття законів, що передбачають відтермінування впровадження у випадках, коли це ускладнено в умовах воєнного конфлікту для підприємств.

Необхідно не лише враховувати їх потенційні користі, але й забезпечити адаптацію до специфіки українського ринку та підприємницького середовища. Це вимагатиме проведення консультацій з представниками бізнесу та громадськості для забезпечення балансу між вимогами міжнародних стандартів та потребами внутрішнього ринку.

Щодо змін, які стосуються безпосередньо галузі, важливим кроком є запровадження грантових та донорських програм, спрямованих на відновлення тваринництва та підтримку фермерських господарств. Це охоплює відбудову спеціалізованих комплексів, закупку молодняка, необхідних ліків та кормів, а також будівництво нових ферм для забезпечення стійкого розвитку галузі. Такий крок міг би надати поштовх українському тваринництву та вивести його на світовий рівень. Попри це не варто забувати і про екологічні наслідки: кожне рішення має покращувати економіку, але і не шкодити навколишньому середовищу, або ж принаймні зводити негативні впливи до мінімуму.

Це стосується, до прикладу, розвитку вирощування великої рогатої худоби. Забезпечення потреб великої кількості кормів для худоби може спричинити зростання тиску на природні ресурси, такі як земля і вода. Вирощування кормових рослин може призвести до змін в ландшафті, що може мати негативний вплив на біорізноманіття та водні ресурси.

Крім того, велика рогата худоба є значним джерелом викидів газів, таких як метан, який випускається під час перетравлення кормів у рубці. Ці гази

чималим чином впливають на загальний обсяг парникових газів, що сприяє зміні клімату та глобальному потеплінню.

Для зменшення негативного впливу вирощування великої рогатої худоби на екологію, необхідно впроваджувати екологічно чисті методи вирощування та управління стійкими агрокультурами, які сприяють збереженню ґрунтів та водних ресурсів. Також важливо вдосконалювати технології збору та обробки відходів від тваринництва, щоб зменшити викиди газів та мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище.

Зрозуміло, що збалансоване вирощування великої рогатої худоби потребує ретельного розгляду екологічних наслідків і впровадження заходів для зменшення його негативного впливу на природне середовище. Це включає як новітнє матеріально-технічне забезпечення, досвід використання якого можна запозичити у західних колег (наприклад Нідерландів), так і чималі грошові ресурси для переоснащення бізнесів.

Соняшникова олія визнана найбільш конкурентоспроможним товаром на українському ринку. Її популярність постійно зростає, а виробництво в країні швидко набирає обертів. Навіть на внутрішньому ринку вона майже повністю витіснила іноземних конкурентів завдяки своїй якості та доступності. За останні роки обсяги українського експорту цієї продукції значно зросли, що свідчить про високу довіру споживачів як в Україні, так і за її межами.

Аналогічну довіру заслуговують і зернові, що ділять лідерські позиції разом з олійними. Безумовно, що експорт є ключовим механізмом збуту сільськогосподарської продукції, який додає значну вартість до кінцевого продукту. На першому етапі експорту, коли зерно накопичується в порту, формування доданої вартості відбувається за рахунок витрат на його доставку. Ці витрати включають в себе витрати на транспортування зерна до місця переробки, а також витрати на його приймання та зберігання в портовому елеваторі, додаючи маржу постачальнику зерна.

У подальшому, додаткова вартість формується завдяки витратам на оформлення необхідної для експорту документації та послуг порту. Ці витрати

включають в себе оплату за зберігання зерна до моменту відвантаження та сам процес відвантаження на судно. Таким чином, кожен етап експорту додає до кінцевої вартості продукту, підвищуючи його конкурентоспроможність на міжнародному ринку та забезпечуючи стійкий розвиток сільськогосподарського сектору.

Основною проблемою на сьогодні, проте, є збут. До 2022 року основним напрямком українського експорту сільськогосподарської продукції була Азія, натомість на сьогодні це Європа. У зв'язку з цим ми стаємо свідками протестів та невдоволення в Європі, зокрема в Польщі.

Ключем до цього питання є те, що Польща майже повністю задовільняє попит на внутрішньому ринку, а отже – не має потреби у такій кількості експортованої продукції з України. Тут постає очевидне, але досить важке в реалізації, рішення питання: експортувати слід туди, де товар має попит. Проблема, вочевидь, полягає в тому, що наразі через обмеженість морського судноплавства важко організувати логістику без захмарно високих витрат на транспорт.

Інновації стають ще одним мостом до нового етапу виробництва в аграрному секторі, проте, на жаль, цей сектор залишається надзвичайно консервативним у прийнятті нововведень, порівняно з іншими галузями. Основна мета інновацій у сільському господарстві полягає в тому, щоб забезпечити ефективне виробництво, що було б економічно вигідним та екологічно чистим.

У пошуках шляхів до підвищення конкурентоспроможності, виробники часто стикаються з дилемою: вдосконалювати технології чи зменшувати витрати на працю. В українській реальності виявляється тенденція приділяти увагу скоріш зменшенню витрат на робочу силу, ніж оптимізації технологічного процесу. Такий підхід, між іншим, може бути реалізований через лобювання відповідних законодавчих актів, що, до речі, є значно більш економічним заходом, ніж великі інвестиції у вдосконалення виробництва.

Але слід відзначити, що для багатьох підприємств виплата адекватної заробітної плати стає справжнім викликом, особливо враховуючи додаткові

витрати, такі як соціальні внески та інші обов'язкові витрати. Це може призвести до певних ризиків та навіть стати перешкодою для збереження економічної стійкості підприємства.

Невпевненість у майбутньому та потреба в пошуку ефективних рішень накладають певні виклики на виробників. Вони мусять зберігати баланс між стратегіями зменшення витрат та вдосконаленням виробничих процесів, щоб забезпечити стабільність та успішність підприємства в умовах змінного ринкового середовища.

Для сучасної України активізація інноваційних процесів у сільському господарстві має вирішальне значення. Оскільки низька платоспроможність населення обмежує внутрішній ринок, експорт стає важливим джерелом для інноваційних змін, що стимулює підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Це сприяє появі позитивного ланцюга, що розвиває як внутрішній, так і зовнішній ринки, заповнюючи їх якісною та різноманітною продукцією.

Постійні інновації мають бути гарантом стабільності та нарощування масштабів інноваційного процесу. Підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку забезпечить стійкий прибуток та нагромадження капіталу для подальшого розвитку виробництва. Тож варто пам'ятати, що інновації – це не лише дорого, а ще й вигідно у довгостроковій перспективі, оскільки дозволяють досягати мультиплікаційного ефекту.

Паралельно з цим, світове співтовариство все більше переключає свою увагу на виробництво екологічно чистої аграрної продукції як один із ключових напрямків розвитку аграрного сектору. Шляхом впровадження новітніх технологій та переходу до органічного виробництва має бути зменшено негативний вплив на ґрунт і екологічну систему загалом. Це відкриває перед Україною широкі можливості стати великим гравцем на ринку органічної продукції, задовольняючи зростаючий попит на такі товари в Західній Європі та інших регіонах.

Важливою перевагою цього підходу є стабільність попиту на органічні продукти, яка сприяє сталому зростанню виробництва. Україна вже заборонила вирощування генетично модифікованих культур, що стало основою для вирощування органічної кормової сировини та продукції тваринництва.

Агропідприємства повинні активно реагувати на світові тенденції споживання, адаптуючи свої виробничі процеси та маркетингові стратегії. З правильним підходом до впровадження новітніх технологій та розвитку маркетингових стратегій, українські виробники можуть не лише забезпечити стабільний дохід, а й сприяти поліпшенню екологічної ситуації та збереженню родючості ґрунтів.

Крім того, важливо, щоб підприємства активно просували свої продукти та привертати інвесторів. Для цього вони повинні мати прозору структуру власності, чіткі плани розвитку та здатність привертати інвестиції на довгостроковій основі. В цілому, розвиток органічного виробництва стає важливим стратегічним напрямком для підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств на міжнародному ринку.

Отже, напрями підвищення конкурентоспроможності експорту аграрної продукції України представляють собою важливий стратегічний крок для розвитку національного сільськогосподарського сектору. Шляхом впровадження інноваційних технологій, особливо в органічному виробництві, та зменшення використання агрохімікатів, Україна може забезпечити стале зростання обсягів виробництва та ефективно конкурувати на міжнародних ринках.

Важливо також активно використовувати позитивний образ України як виробника екологічно чистої продукції, що може забезпечити високу якість та безпеку для споживачів. Запровадження відповідних стандартів якості та сертифікації допоможе зміцнити довіру споживачів до українських аграрних товарів та збільшити їх популярність на зовнішніх ринках.

Досягнення стабільного експортного потенціалу в аграрному секторі також потребує підтримки держави у формі розвитку інфраструктури, сприяння наукових досліджень та інновацій, а також підтримки аграрних підприємств у

відповідності з міжнародними стандартами та впровадженні сучасних методів управління. Зростання конкурентоспроможності експорту аграрної продукції України вимагає комплексного підходу та спільних зусиль держави, бізнесу та науково-дослідницьких установ. Тільки таким шляхом Україна зможе зайняти сильну позицію на світових ринках та забезпечити стабільний економічний зріст у сільському господарстві.

## **Висновки до розділу 2**

Аналіз ефективності експорту аграрної продукції України відображає важливий аспект сучасного господарства країни, оскільки агропромисловий сектор займає ключове місце в економіці та забезпечує важливу частину експортного потенціалу. У цьому розділі було проведено аналіз різних аспектів експорту аграрної продукції України, включаючи загальну характеристику експортної діяльності, її обсяги та структуру, а також вплив на світовий ринок.

Загальна характеристика експортної діяльності України в секторі агропродукції відображає основні тенденції та динаміку експорту аграрної продукції. Досліджено основні категорії товарів, ринки збуту та фактори, що впливають на їхню динаміку.

Сучасні українські компанії зосереджують особливу увагу на розвитку експорту сільськогосподарської та харчової продукції, розглядаючи його як один із важливих пріоритетів. Вони визнають, що Україна має значні можливості у цьому напрямку.

Далі, у підрозділі "Аналіз експорту аграрної продукції України та кореляційно-регресійний аналіз його ефективності на світовому ринку аграрної продукції" було проведено більш детальний аналіз експортної діяльності. Використовуючи методи кореляційного та регресійного аналізу, досліджено зв'язок між обсягами експорту та різними факторами, такими як курс валют,

рівень ВВП України, а також економічні та політичні фактори, що впливають на попит на українську аграрну продукцію.

Напрями підвищення конкурентоспроможності експорту аграрної продукції України розглянуті у відповідному підрозділі. Виділено стратегії та напрями, спрямовані на підвищення якості продукції, впровадження інноваційних технологій, розвиток маркетингу та брендінгу, а також розширення асортименту та пошук нових ринків збуту.

В цілому, аналіз ефективності експорту аграрної продукції України свідчить про важливість цього сектору для економіки країни, а також про необхідність розробки та впровадження стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та розвиток експортного потенціалу в цьому напрямку.

## ВИСНОВКИ

Експортна діяльність є процесом продажу товарів та послуг за межі країни в зарубіжні ринки з метою отримання прибутку та розширення бізнесу. Вона включає в себе всі етапи від підготовки товару до експорту до його доставки й продажу за кордоном.

Ефективність експортної діяльності залежить від багатьох факторів. Серед них можна виділити такі, як конкурентоздатність продукції, стан зовнішньоекономічного середовища, міжнародні торгові угоди, політична стабільність країни, доступ до фінансових ресурсів, наявність ефективної логістики ті інші. Для оцінки ефективності експортної діяльності застосовуються різні методичні підходи. Серед них – аналіз фінансових показників, визначення ринкових позицій, оцінка конкурентоспроможності, а також врахування соціально-економічних та екологічних аспектів.

Аналізуючи теоретичні аспекти експортної діяльності, ми зрозуміли, що успішна експортна стратегія вимагає комплексного підходу та урахування різноманітних факторів, які впливають на її ефективність.

На фоні динамічного розвитку світового ринку продовольства, в українському аграрному секторі виявляється високий потенціал для зростання експорту. З метою максимізації цього потенціалу, необхідно активно впроваджувати стратегії, спрямовані на диверсифікацію виробництва та вивчення тенденцій світової торгівлі продовольством. Одним із ключових аспектів цієї стратегії є зростання виробництва продуктів з високою доданою вартістю та тих, що потребують глибокої переробки.

Для досягнення цих цілей важливо спрямовувати зусилля на покращення транспортної інфраструктури та правового регулювання, що стосується зовнішньої торгівлі. Новітні технології, ефективне управління та вивчення міжнародних практик також можуть значно збільшити конкурентоспроможність української аграрної продукції на світовому ринку.

Крім того, співпраця з міжнародними партнерами та створення спільних підприємств для виробництва та переробки сільськогосподарської продукції є важливим напрямком розвитку експорту. Ці підприємства відкривають нові можливості для українських виробників, допомагаючи їм виходити на зовнішні ринки та отримувати доступ до нових технологій та ринків збуту.

Таким чином, розвиток експортного потенціалу аграрного сектора України вимагає комплексних заходів та стратегічного планування, спрямованого на впровадження сучасних підходів та співпрацю з міжнародними партнерами.

Сучасні глобалізаційні та трансформаційні процеси надають українському аграрному сектору нові можливості для розвитку, проте вони також ставлять перед ним ряд складних викликів. З метою забезпечення стійкого росту та зміцнення економічної та продовольчої безпеки України, необхідно активно працювати над вдосконаленням національного агропромислового комплексу.

Для використання потенціалу експорту українського аграрного сектору важливо вжити комплекс заходів, що спрямовані на підвищення ефективності та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Це передбачає кардинальне оновлення технологічних процесів, впровадження новітніх методів управління та створення сприятливих умов для розвитку бізнесу.

Зокрема, важливо активізувати механізми підтримки органічного землеробства та впровадження інноваційних методів виробництва. Підвищення родючості ґрунтів, раціональне використання ресурсів та впровадження екологічно чистих технологій є важливими складовими успішного розвитку сільського господарства.

З метою ефективного впровадження відповідних заходів слід також розробити та впровадити спеціалізовані програми підтримки для аграрних підприємств та фермерських господарств. Ці заходи сприятимуть збільшенню експортного потенціалу аграрного сектору та сприятимуть зміцненню позицій України на світовому аграрному ринку.

Розуміння необхідності глибокого перегляду ролі сільськогосподарського сектору в економіці країни стає ключовим у світлі глобальних трансформацій. Це

вимагає не просто продовження розпочатих процесів, але і прийняття новаторських стратегій, спрямованих на мінімізацію загроз продовольчій безпеці.

У цьому контексті важливо визнати, що успішне планування експортної стратегії потребує повного мобілізації всіх ресурсів. Лише шляхом постійного підвищення якості продукції, запровадження передових технологій та постійного пошуку нових ринків можна забезпечити ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Такий підхід підкреслює нашу готовність до нестандартних вирішень, використання креативних стратегій та постійного вдосконалення у всіх сферах діяльності. Тільки шляхом поєднання інноваційних рішень та стратегій можемо забезпечити стале зростання національного експорту та зберегти конкурентоспроможність України на міжнародній арені.

Отже, з усього вищезазначеного можемо зробити підсумок. Робота розкрила значення та перспективи експортного потенціалу України на світовому ринку аграрної продукції. Аналіз показав, що аграрний сектор має великий потенціал для розвитку експорту, враховуючи природні умови та ресурси країни. Однак для максимального використання цього потенціалу необхідно вжити комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та якості продукції.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що Україна має всі передумови для успішного виходу на світовий ринок аграрної продукції. Проте це потребує системної роботи з удосконалення виробничих процесів, впровадження новітніх технологій, розвитку інфраструктури та підтримки уряду.

За умови правильного планування та реалізації стратегій, Україна може стати важливим гравцем на світовому аграрному ринку, що сприятиме зростанню економіки країни та підвищенню добробуту суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. – К.: “Центр учбової літератури”, 2013. – 408 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. / за ред. О.В. Шкурупій. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
3. Коблянська О. І. Сучасний стан проведення експортно-імпортних операцій в Україні. Облік і фінанси АПК: освітній портал. 2006. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/suchasniy-stan-provedennya-eksportnoimportnih-operacij-v-ukraini.html>.
- 4-5. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/959-12> (дата звернення: 04.02.2024)
6. Митний кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 13.03.2012 № 4495-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/4495-17> (дата звернення: 04.02.2024)
7. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства / О.Г. Мельник, М.Я. Нагірна // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5. – С. 63–66.
8. Череп А.В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства / А.В. Череп, О.Л. Ортинська // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2015. – С. 232–236.
9. Аль-Оста С.А. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства / С.А. Аль-Оста // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – №1. – С. 213–220.
10. Андришин В. П. Розвиток експортної діяльності деревообробних підприємств : автореф. дисертація. Ужгород, 2016.
11. Карасьнех А. А.-Ф. А. Покращення прийняття рішень: Методи оптимізації маршруту для морського порту Акаба в Йорданії. Міжнародний

журнал бізнесу і менеджменту.2012. Vol. 7, no. 9.

URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p65> (дата доступу: 18.02.2024).

12. Вінклхофер Х., Діамантопулос А. Модель прогнозування поведінки та ефективності експортних продажів: розробка та тестування. Міжнародний журнал прогнозування. 2003. Vol. 19, no. 2. P. 271–285. URL: [https://doi.org/10.1016/s0169-2070\(01\)00146-7](https://doi.org/10.1016/s0169-2070(01)00146-7) (дата доступу: 18.02.2024).

13. Гламбоцька А. Шлях до процвітання. Економічні питання. 2005. Vol. 25, no. 4. P. 91–92. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0270.2005.00603i.x> (дата доступу: 18.02.2024).

14. Живко З. Б. Експертне оцінювання при проведенні моніторингу системи економічної безпеки підприємства. *Reporter of the priazovskyi state technical university*. 2014. № 28. С. 111–116.  
URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/2949/1/Експертне%20оцінювання%20при%20проведенні%20моніторингу%20СЕБП.pdf>.

15. Слюсарева Л.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності експортно-імпортних операцій. Проблеми управління експортно-імпортою діяльністю : тези доповідей міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів 13 травня 2014 р., Львів, 2014. С. 88–89.

16. Хоменко Т.Ю., Круш П.В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю.

17. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія від 17.10.2013 № 806-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/806-2013-%D1%80> (дата звернення: 01.04.2024)

18. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року : Закон України від 18.10.2005 № 2982-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2982-15> (дата звернення: 01.04.2024)

19. Прогноз: у 2023 році посівні площі під зерновими в Україні скоротяться на 45%, а валовий збір - на 60%. УКАБ. URL: [https://www.ucab.ua/ua/pres\\_sluzhba/novosti/prognoz\\_u\\_2023\\_rotsi\\_posivni\\_ploschi\\_p\\_id\\_zernovimi\\_v\\_ukraini\\_skorotyatsya\\_na\\_45\\_a\\_valoviy\\_zbir\\_na\\_60](https://www.ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/prognoz_u_2023_rotsi_posivni_ploschi_p_id_zernovimi_v_ukraini_skorotyatsya_na_45_a_valoviy_zbir_na_60) (дата звернення: 01.04.2024).

20. Відділ зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації. У 2023 році Україна збільшила експорт меблів та цукру, а імпортувала передусім – паливо, ліки та БПЛА | Міністерство економіки України. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=31a72cf3-809d-486c-a0df-61e5d7f85d6f&title=UkrainaZbilshilaEksport> (дата звернення: 01.04.2024).

21. Інфографіка (експорт) | Міністерство економіки України. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-388526eb71c3&tag=TendentsiiEksportuInfografika-ekspert-> (дата звернення: 01.04.2024).

22. Opendatabot. Тренди українського експорту товарів: просідання на 11,5% та виклики для аграріїв – Опендатабот. Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/export-of-goods-7-2023> (дата звернення: 01.04.2024).

23. Статистика та реєстри | Державна Митна Служба. Державна Митна Служба. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri> (дата звернення: 01.04.2024).

24. Експорт з України зернових, зернобобових та борошна. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/eksport-do-krain-ies/eksport-z-ukrayini-zernovih-zernobobovih-ta-boroshna> (дата звернення: 01.04.2024).

25. Грудневий експорт соняшникової олії з України сягнув максимуму за останні 2 роки – АПК-Інформ. АПК-Інформ. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/news/1538827> (дата звернення: 01.04.2024).

26. Кореляційний та регресійний аналіз медичних даних / уклад.: Є. А. Настенко, В. С. Якимчук, О. К. Носовець. Київ : НТУУ “КПІ ім. І. Сікорського”, 2017. 51 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/19005>. (дата звернення: 01.04.2024).

27. Про схвалення Стратегії розвитку експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості України на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План, Заходи від 10.07.2019 № 588-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/588-2019-%D1%80> (дата звернення: 01.04.2024)

28. Законодавчо-нормативні документи з питань експорту. *Дія Бізнес*. URL: [https://export.gov.ua/48-zakonodavcho-normativni dokumenty](https://export.gov.ua/48-zakonodavcho-normativni-dokumenty) (дата звернення: 01.04.2024).

## ДОДАТКИ

Додаток А

11. Karasneh A. A.-f. A. Improving Decision Making: Route Optimization Techniques for Aqaba Sea Port in Jordan. *International Journal of Business and Management*. 2012. Vol. 7, no. 9. URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p65> (date of access: 18.02.2024).
12. Winklhofer H., Diamantopoulos A. A model of export sales forecasting behavior and performance: development and testing. *International Journal of Forecasting*. 2003. Vol. 19, no. 2. P. 271–285. URL: [https://doi.org/10.1016/s0169-2070\(01\)00146-7](https://doi.org/10.1016/s0169-2070(01)00146-7) (date of access: 18.02.2024).
13. Glambotskaya A. The road to prosperity. *Economic Affairs*. 2005. Vol. 25, no. 4. P. 91–92. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0270.2005.00603i.x> (date of access: 18.02.2024).

## ABSTRACT

The bachelor's thesis consists of 54 pages, 8 tables, 2 figures, a list of references, and appendices.

### EXPORT POTENTIAL OF UKRAINE IN THE WORLD MARKET OF AGRICULTURAL PRODUCTS

The *object* of the study is the potential of Ukraine in the global agricultural market.

The *subject* of the study is a set of theoretical, methodological and practical approaches to improving the efficiency of Ukraine's export potential in the world agricultural market.

The *purpose* of the bachelor's work is to study the export potential of Ukraine in the global agricultural market and to formulate directions for its improvement.

In accordance with this goal, the following *tasks* were identified:

- to analyse the current state and dynamics of the agricultural market in Ukraine;
- to identify and analyse the factors influencing effective export activity;
- to assess export performance using methodological approaches;
- to analyse the efficiency of exports of Ukrainian agricultural products and determine the prospects for improving the export efficiency of Ukraine in the global agricultural market;

- to assess the competitiveness of Ukrainian agricultural products on the world market and identify the factors that influence it.

*In practical terms*, the results obtained are of great importance for Ukraine's economic development. The study of Ukraine's export potential in the global agricultural market provides an insight into current market trends and opportunities in Ukraine. The results of this study can be used to develop Ukraine's agricultural sector, which is an important element of its economy.

The data on the competitiveness of Ukrainian agricultural products can serve as a basis for developing strategies to improve competitiveness in the global agricultural market. This may include measures to improve quality, reduce costs, develop marketing strategies, etc., which will allow Ukraine to achieve better export performance and serve as a powerful incentive to restore the economy to its pre-war state.

*The year of completion of the bachelor's work: 2024.*

*The year of thesis examination: 2024.*

*Keywords:* exports of Ukraine; agricultural products; export potential; world agricultural market; agricultural products, competitiveness, food market.