

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

СВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І МАРКЕТИНГ

галузь знань
спеціальність

05 Соціальні та поведінкові науки
051 Економіка

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України»

здобувача Корнякової Марії Максимівни

Науковий керівник: д-р екон.наук, професор Оболенська Тетяна Євгенівна

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

Завідувач кафедри: д-р екон.наук, професор Циганкова Тетяна Михайлівна

Київ 2023

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА
ПРОГРАМА**

**Спеціальність
Спеціалізація**

**МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І
МАРКЕТИНГ**

**Економіка
Міжнародна економіка**

ПОГОДЖЕНО

Керівниця проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

Т.М. Циганкова

(підпис) (ініціали, прізвище)

_____) ____ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри

Т.М. Циганкова

(підпис) (ініціали, прізвище)

_____) ____ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачці вищої освіти КОРНЯКОВІЙ МАРІЇ МАКСИМІВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

очна (денна) форми навчання

(очної (денної), заочної, дистанційної)

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

**на тему: «Створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції
України»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "14" вересня 2023 р .№ 1603-ст

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах статей і наукових робіт українських та іноземних науковців, статистичних баз (The World Bank, OECD Data), довідкових джерел ЄС, СОТ, звітів та прогнозів консалтингових та інформаційних компаній, матеріали виробничої практики тощо

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1

**Теоретичні основи функціонування інфраструктури експорту
агропромислової продукції**

Розділ 2	Інфраструктура експорту м'ясної продукції: стан і проблеми
Розділ 3	Напрями модернізації інфраструктури експорту м'ясної продукції

Об'єкт дослідження:	Процес створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС
Предмет дослідження:	Теоретичні та методичні засади формування сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	розвиток теоретичних положень, удосконаленні методичних підходів та наданні практичних рекомендацій щодо створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України.

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

У розділі 1	з'ясувати сутність і конкретизувати інфраструктуру експорту агропромислової продукції, як чинник конкурентоспроможності країни, напрями інтеграції України до внутрішнього ринку агропромислової продукції ЄС в умовах війни, державне регулювання ринку м'яса і м'ясної продукції
У розділі 2	комплексно проаналізувати ринок м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах, стан і експортний потенціал м'ясної галузі економіки України, інфраструктуру підтримки експорту та міжнародної торгівлі для виробників м'ясної продукції
У розділі 3	обґрунтувати напрями розвитку державного сприяння експорту м'яса і м'ясної продукції в Україні, основні положення стратегії розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції, рекомендації розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції на підприємстві Каштан 4.

**Завдання підготував
науковий керівник**

_____ **Т.Є. Оболенська**
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____» _____ **20**__ р.

**Завдання одержав
здобувач**

_____ **М.М. Корнякова**
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____» _____ **20**__ р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота містить 72 сторінки, 4 таблиці та 2 додатка. Список використаних джерел включає 50 найменувань.

"Створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України"

Актуальність теми. Виробництво м'яса та м'ясних продуктів є одним з найважливіших секторів харчової промисловості України зі зростаючим експортним потенціалом (в окремих сегментах). Однак існує низка проблем, які можуть вплинути на розвиток експорту м'яса, а також на постачання окремих видів м'ясної продукції на внутрішній ринок.

Об'єкт дослідження. Процес створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС.

Предмет дослідження. Теоретичні та методичні засади формування—створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС.

У магістерській роботі використано такі методи дослідження: порівняння, економіко-математичний та інші методи економічного обґрунтування, а також систематизації та узагальнення (для розробки рекомендацій та пропозицій щодо вдосконалення міжнародної діяльності компанії).

Мета і завдання дослідження. Мета роботи полягає у розвитку теоретичних положень, удосконаленні методичних підходів та наданні практичних рекомендацій щодо створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України.

Практичне значення отриманих результатів. Представлений в магістерській роботі аналіз міжнародної діяльності підприємства в умовах війни може слугувати базою для практичного застосування для "Каштан 4".

Період виконання кваліфікаційної магістерської роботи – 18.09.2023 – 08.12.2023

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2023.

Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: міжнародна діяльність, управління, експорт, інфраструктура, м'ясопродукти.

В і д г у к
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми “**Міжнародна торгівля і маркетинг**”
КОРНЯКОВОЇ МАРІЇ МАКСИМІВНИ
на тему: «**Створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції**
України»

1. *Актуальність теми:* обумовлена розв'язанням проблем забезпечення розвитку експорту м'яса і м'ясопродуктів шляхом створення сучасної інфраструктури.
2. *Позитивні риси кваліфікаційної роботи:* до них слід віднести: напрями інтеграція України до внутрішнього ринку агропромислової продукції ЄС в умовах війни; розгляд проблем державного регулювання ринку м'яса і м'ясної продукції
3. *Наявність самостійних розробок автора:* до них можна віднести: аналіз ринку м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах; визначення експортного потенціалу м'ясної галузі України, аналіз інфраструктури підтримки експорту для виробників м'ясної продукції
4. *Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:* полягають у: розгляді інфраструктури експорту м'ясної продукції як чинника конкурентоспроможності країни: обґрунтуванні напрямів розвитку державного сприяння експорту м'яса і м'ясної продукції в Україні; визначенні основних положень стратегії розвитку експорту м'ясної продукції та виробленні пропозицій щодо рекомендацій розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції для конкретного підприємства.
5. *Наявність недоліків:* мета кваліфікаційної магістерської роботи не конкретизована сукупністю завдань, що ускладнило цілеспрямовання усієї роботи, не достатньо опрацьована іноземна література.
6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: кваліфікаційна магістерська робота Корнякової Марії Максимівни відповідає вимогам, заслуговує на позитивну оцінку і може бути рекомендована до захисту в ЕК.

Науковий керівник: професор, д.е.н.

Оболенська Т.Є.

Рецензія
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти
КОРНЯКОВОЇ МАРІЇ МАКСИМІВНИ
(прізвище, ім'я, по батькові)
На тему «Створення сучасної інфраструктури
експорту м'ясної продукції України»

Актуальність теми кваліфікаційної роботи і доцільність її розроблення полягає у необхідності створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції в умовах війни в Україні.

Якість проведеного дослідження: проаналізовано ринок м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах, стан і експортний потенціал м'ясної галузі економіки України, інфраструктуру підтримки експорту та міжнародної торгівлі для виробників м'ясної продукції

Позитивні риси кваліфікаційної роботи: робота написана грамотно, тему повністю розкрито, наведені вдалі пропозиції та рекомендації щодо розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції.

Зауваження: не повністю розкрито державне регулювання ринку та експорту м'ясної продукції в умовах війни в Україні.

Практична значимість висновків і рекомендацій: рекомендації та пропозиції щодо розвитку та удосконалення інфраструктури експорту наведено вдало, та є достатньо аргументованими. Представлений в магістерській роботі аналіз міжнародної діяльності підприємства в умовах війни може слугувати базою для практичного застосування для "Каштан 4".

Місце роботи та посада рецензента
Науковий ступінь, учене звання (за наявності)
(підпис, ПІБ)

Ген. Директор, ТОВ «Каштан 4»

Підпис засвідчую:

Ген. Директор Татарников К. Ю.

(посада, підпис)

Місце печатки організації, де працює рецензент

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи функціонування інфраструктури експорту агропромислової продукції	10
1.1. Інфраструктура експорту агропромислової продукції, як чинник конкурентоспроможності країни.....	10
1.2. Інтеграція України до внутрішнього ринку агропромислової продукції ЄС в умовах війни	17
1.3. Державне регулювання ринку м'яса і м'ясної продукції.....	22
РОЗДІЛ 2 Інфраструктура експорту м'ясної продукції: стан і проблеми	30
2.1 Аналіз ринку м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах	30
2.2 М'ясна галузь економіки України: стан і експортний потенціал.....	33
2.3 Інфраструктура підтримки експорту та міжнародної торгівлі для виробників м'ясної продукції	36
РОЗДІЛ 3 Напрями модернізації інфраструктури експорту м'ясної продукції.....	42
3.1 Розвиток державного сприяння експорту м'яса і м'ясної продукції в Україні	42
3.2 Стратегія розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції	50
3.3 Обґрунтування рекомендацій розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції на підприємстві «Каштан 4».....	56
ВИСНОВКИ.....	60
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ.....	67
КОРОТКИЙ ЗВІТ ПОДІБНОСТІ.....	72
КОПІЯ ТЕЗ ДОПОВІДІ	73

ВСТУП

Актуальність теми. Масований військовий наступ росії проти України призвів до значних змін у структурі зовнішньої торгівлі України, особливо у відносинах з ЄС. Певний час кордон з ЄС був чи не єдиним зв'язком України із зовнішнім світом, і оскільки ЄС вже є найважливішим партнером України, очікується, що роль ЄС як торговельного партнера для України швидко зростатиме.

Виробництво м'яса та м'ясних продуктів є одним з найважливіших секторів харчової промисловості України зі зростаючим експортним потенціалом (в окремих сегментах). Однак існує низка проблем, які можуть вплинути на розвиток експорту м'яса, а також на постачання окремих видів м'ясної продукції на внутрішній ринок. Зокрема, протягом останніх років спостерігаються такі негативні тенденції, як зменшення сировинного потенціалу (для деяких видів м'яса), зменшення обсягів глибокої переробки м'яса (експорту охолодженого та замороженого м'яса).

Аналіз останніх досліджень. У 2021 році частка ЄС в українському товарному експорті становила близько 40%, а у квітні 2022 року, коли було запроваджено морську блокаду України, частка ЄС в українському товарному експорті сягнула 81%. Попри поступове зниження, за підсумками 2022 року на ЄС все ще припадатиме 65% українського експорту.

Варто зазначити, що експорт до ЄС - чи не єдиний експорт, який матиме номінальне зростання у 2022 році: за попередніми оцінками, експорт до ЄС зріс на 5% порівняно з попереднім роком, сягнувши цього річ майже \$28 млрд, що все ще є новим рекордом для цього показника. За цей період загальний обсяг експорту впав на третину [2].

Мета дослідження. Мета роботи полягає у розвитку теоретичних положень, удосконаленні методичних підходів та наданні практичних рекомендацій щодо створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України.

Завдання дослідження.

1. З'ясувати сутність і конкретизувати інфраструктуру експорту агропромислової продукції, як чинник конкурентоспроможності країни, напрями інтеграції України до

внутрішнього ринку агропромислової продукції ЄС в умовах війни, державне регулювання ринку м'яса і м'ясної продукції

2. Комплексно проаналізувати ринок м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах, стан і експортний потенціал м'ясної галузі економіки України, інфраструктуру підтримки експорту та міжнародної торгівлі для виробників м'ясної продукції
3. Обґрунтувати напрями розвитку державного сприяння експорту м'яса і м'ясної продукції в Україні, основні положення стратегії розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції, рекомендації розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції на підприємстві Каштан 4.

Об'єкт дослідження. Процес створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС.

Предмет дослідження. Теоретичні та методичні засади формування-створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України в ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи розвитку ринку м'яса і м'ясної продукції знайшли відображення в працях вітчизняних вчених: В.М. Микитюка, О.М. Варченко, С.Л. Дусановського, П.С. Березівського, І.В. Свиноуса, В.Я. Месеся-Веселяка, І.М. Демчака, О.А. Шуст та багатьох інших. Існуючі розбіжності в окремих їх поглядах свідчать про складність й актуальність цих проблем та необхідність подальших наукових досліджень.

Практична значущість. Представлений в магістерській роботі аналіз міжнародної діяльності підприємства в умовах війни може слугувати базою для практичного застосування для "Каштан 4".

РОЗДІЛ 1

Теоретичні основи функціонування інфраструктури експорту агропромислової продукції

1.1. Інфраструктура експорту агропромислової продукції, як чинник конкурентоспроможності країни

Однією з основних тенденцій сучасного етапу економічного розвитку України є збільшення частки аграрного сектору у валовому внутрішньому продукті та структурі експорту. У 2016 році сільськогосподарське виробництво склало 12% від загального обсягу ВВП України (9,4 млрд доларів США) [1]. При цьому частка агропродовольчого експорту зросла з 18,7% до 42% (з 12,7 млрд дол. США до 15,3 млрд дол. США) за період 2015-2020 років.

Враховуючи сучасну методологію оцінки глобальної конкурентоспроможності, Україна належить до групи країн, орієнтованих на продуктивність, яка посідає друге місце [2]. У 2023 році Фонд "Ефективне управління" підготував звіт про конкурентоспроможність регіонів України. Незаперечним є той факт, що рівень розвитку інфраструктурних об'єктів в регіонах України безпосередньо впливає на розвиток аграрного ринку [2].

Для дослідження впливу інфраструктури на рівень розвитку агропродовольчого ринку України я використала метод аналітичної кластеризації, застосований до груп регіонів України, сформованих за рівнем розвитку інфраструктури. На основі цього показано, що при збереженні попередніх умов розвитку варіабельність валової продукції сільського господарства регіонів України на 20% залежить від рівня забезпеченості інфраструктурою, тоді як інші фактори зумовлюють 80% варіабельності валової продукції сільського господарства регіону.

Економіко-математичні дослідження, проведені майже в кожній країні світу, показали, що вартість валової продукції сільського господарства в розрахунку на одного працівника сільського господарства залежить від величини індексу інфраструктури на 38,15% за інших рівних умов. Іншими словами, розвиток інфраструктури аграрного та продовольчого ринків України може стати каталізатором підвищення зовнішньоекономічної активності країни [3].

В умовах глобалізації ефективна, добре спроектована та сучасна інфраструктура є важливою конкурентною перевагою для економіки будь-якої країни. Розвинені економіки з сучасною та ефективною інфраструктурою майже в усіх секторах економіки та життя країни приваблюють найкращих професіоналів та найуспішніші інфраструктурні компанії. Інфраструктура лежить в основі постійного зростання національних економік. Однак несприятливі економічні та політичні умови можуть зробити інвестиції в інфраструктуру неефективними та значно зменшити вигоди, на які очікують інвестори.

Країни на цьому ринку в першу чергу зосереджені на розвитку транспортної, енергетичної та водної інфраструктури. Водночас багато розвинених країн, включаючи США та ЄС, прагнуть модернізувати свої застарілі інфраструктурні об'єкти, маючи обмежені фінансові ресурси. За оцінками аналітиків McKinsey, до 2030 року в глобальну інфраструктуру необхідно інвестувати 57 трильйонів доларів, що еквівалентно 3,5% світового ВВП [6].

На початку 2000-х років посилився вплив великих корпорацій, що працюють на ринку продовольства. За даними Oxfam, з 7 мільярдів споживачів продовольства сьогодні понад 500 компаній контролюють 70 відсотків світового постачання продовольства. Велика десятка - Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg's, Mars, Mondelez International (колишня Kraft Foods), Nestle, PepsiCo та Unilever - отримують понад 1,1 мільярда доларів прибутку на день і мають річний дохід у 450 мільярдів доларів, що дорівнює ВВП усіх країн світу з низьким рівнем доходів разом узятих. У таблиці 1 наведені ключові показники діяльності найбільших світових харчових компаній на основі рейтингу Fortune Global 500 [1]

Табл 1. Ключові показники найбільших компаній світу з виробництва продовольчих товарів, 2023 р.

Компанія	Обсяг продажу, млн. дол.	Прибуток, млн. дол	Місце в рейтингу Fortune Global 500 - 2023
Archer Daniels Midland (США)	101,556	4,340	35
Lyson Foods Inc. (США)	53,882	2,238	80
Nestle (Швейцарія)	98,931	9,712	106
Mondelez International Inc. (США)	31,496	2,717	131
PerceptCo (США)	86,392	8,910	135
Vilmar International (Сінгапур)	73,399	2,403	174
BS (Бразилія)	72,995	2,995	177
unge (США)	67, 232	1,610	194
nilever (Великобританія)	63,182	8,038	210
anone (Франція)	29,093	1,009	499

Глобальні продовольчі компанії сприяють створенню глобальних ланцюгів доданої вартості від виробника до споживача, розбиваючи прості етапи та схеми товарного виробництва і спираючись на них, створюючи глобальну інфраструктуру сільськогосподарського та продовольчого ринків.

Огляд теоретичних основ інфраструктури глобального ринку дозволяє виділити вісім структурних елементів, які складають інфраструктуру продовольчого ринку: торгівля, логістика, інформація, інституції, фінанси, інновації, навколишнє середовище та соціальна інфраструктура [8].

Торговельна інфраструктура складається з фондових бірж, брокерських фірм, торгових палат, аукціонів і ярмарків, які надають послуги з постачання продовольства населенню та підтримки продовольчої безпеки в національній економіці. Логістична

складова включає транспортні компанії та залізниці, трубопроводи та лінії електропередач, які зберігають товари на складах і створюють інвентаризації та запаси. Інформаційна інфраструктура забезпечує канали зв'язку, зберігання та доступ до баз даних і телекомунікації.

Елементи інституційної інфраструктури, які дозволяють регулювати економічні відносини та взаємодію між економічними агентами через законодавство та неформальні інститути.

Етична поведінка та соціальна відповідальність. Включає органи законодавчої, виконавчої та податкової влади, митницю, казначейство, державні та громадські бізнес-асоціації.

Фінансова підсистема включає комерційні та інвестиційні банки, лізингові агенти, страхові та факторингові компанії, роль яких полягає у прискоренні руху товарів, грошей і капіталу. Інноваційна інфраструктура пов'язує науку, інновації та венчурний капітал. Екологічна складова покликана забезпечити захист навколишнього середовища та збереження природного довкілля.

З огляду на специфіку агропродовольчого ринку, соціальна інфраструктура забезпечує відтворення людського капіталу шляхом надання доступу до якісних продуктів харчування, здатних поліпшити здоров'я споживачів та сприяти здоровому харчуванню.

Соціальна складова інфраструктури агропродовольчого ринку має своїм основним завданням зближення соціальних моделей споживання продовольства.

Загальна структура інфраструктури світового агропродовольчого ринку наведена в Таблиці 2.

Якість та розвиток інфраструктури мають значний вплив на економічне зростання, зменшують нерівність у доходах різними способами та сприяють зниженню рівня бідності. На основі Експортної стратегії, розробленої Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, ми визначили напрями вдосконалення ключових елементів інфраструктури аграрного та продовольчого ринків. Систематизація цих напрямів ґрунтувалася на елементах інфраструктури агропродовольчого ринку.

Табл. 2. Структурні елементи глобальної інфраструктури агропродовольчого ринку [10]

Елементи	Внутрішній склад
Торговельний	торгові компанії та посередники, організації підтримки торгівлі, сільськогосподарські біржі, сільськогосподарські торгові доми, оптові продовольчі ринки, ярмарки, базари
Логістичний	сільськогосподарські склади, судноплавні та транспортні компанії, компанії з надання логістичних послуг
Інформаційний	консалтингові агентства, інформаційні компанії, консалтингові послуги, центри контролю за цінами, ЗМІ, рекламні агентства
Інституціональний	міжнародні організації, регуляторні органи, юридичні установи
Фінансовий	фінансові установи, кредитні установи, комерційні банки, кредитні кооперативи, агропромислові фінансові групи, страхові компанії
Інноваційний	зони інтенсивного розвитку науки і технологій, агропарки, інноваційні центри, венчурні фірми
Екологічний	органи охорони навколишнього середовища, інспекційні органи, що здійснюють контроль за дотриманням природоохоронного законодавства
Соціальний	інституції, що забезпечують зближення соціальних стандартів споживання та боротьбу з голодом, неурядові організації

Експорт товарів становить близько 81% від загального обсягу експорту України, більшість з яких є традиційними товарами, такими як сільськогосподарська продукція, метали та мінеральні продукти, а також продукція машинобудування. Аналіз динаміки українського експорту показує, що розвиток експорту протягом

останнього десятиліття відбувався виключно за рахунок посилення торгівлі цими товарами [2].

Заходи, необхідні для пожвавлення сектору, включають спрощення торговельних процедур, маркетинг та маркування сільськогосподарської продукції, а також активну участь у міжнародних торговельних ярмарках та виставках. Для збільшення обсягів торгівлі та залучення інвестицій Україна повинна краще використовувати преференційні заходи, передбачені чинними угодами про вільну торгівлю, та розпочати переговори про укладення нових угод.

Покращення умов виходу на ринок та доступу до нових ринків, розвиток і створення нових економічних можливостей та гармонізація регуляторної бази сприятимуть створенню нових робочих місць та подальшому зростанню української економіки.

В Україні сільськогосподарська продукція транспортується залізничним, автомобільним та річковим транспортом. Близько двох третин зерна перевозиться залізницею, третина - автомобільним транспортом і лише 3% - річками. В Україні налічується близько 700 елеваторів для зберігання зернових та олійних культур загальною місткістю 36 млн. тонн і добовою пропускною здатністю 1,5 млн. тонн, і ця кількість постійно зростає. Близько 15% елеваторів для зберігання зернових та олійних культур перебувають у державній власності, а решта - у власності сільськогосподарських компаній, фермерів та інших приватних осіб. В Україні є 16 державних портів (із загальною потужністю зберігання зерна близько 1 мільйона тонн і річним обсягом перевалки 17 мільйонів тонн) і сім приватних портів [4].

Портова інфраструктура відіграє важливу роль у покращенні інфраструктури аграрного ринку та розширенні доступу до світових продовольчих ринків. Близько 39% від загального обсягу зовнішньої торгівлі України проходить через порти, а 42% від загального обсягу експорту становлять зернові, 90% з яких експортуються через порти [8]. За даними Міністерства інфраструктури України, інвестиції в портову інфраструктуру оцінюються в 3-4 мільярди доларів США, включаючи причали, днопоглиблювальні роботи, залізницю, дороги та розвиток терміналів.

Таким чином, основним завданням є створення стабільного середовища для інвестицій в інфраструктуру та логістику, зокрема, шляхом більш ефективного використання існуючої інфраструктури для зберігання та транспортування сільськогосподарської продукції, покращення експортної діяльності, реформування залізниць, річок та портів, а також зменшення логістичних витрат.

У Таблиці 3 представлено оцінку потреб в інвестиціях у транспортну інфраструктуру, що базується на поточному стані основних фондів та опублікованих проектах модернізації.

Табл 3. Оцінка інвестиційного попиту в логістичній інфраструктурі України (за даними Федерації роботодавців України) [9]

Напрямок	Продукція	Кількість, тис. т	Умарні інвестиційні потреби, млн. дол. США
Відновлення вагонного та локомотивного парку	Вапіввагони	40000	2400
	Пасажирські вагони	750	250
	Кітингові платформи	5000	250
	Електровагози	5000	400
	Електровагози	500	1000
	Швидкісні потяги	40	800
	Електропотяги	250	500
	Маневрові тепловози	500	500
	Всього	X	6100
Модернізація залізничного полотна	Капітальний ремонт залізничних колій	10000 тис. м	2000
Будівництво і капітальний ремонт	Капітальний ремонт	50 тис. км	10 000

автомобільних оріг	удівництво нових	5000	12 500
	сього	X	22 500

Протягом останніх 25 років в Україні спостерігається хронічний дефіцит інвестицій в основні фонди, знос яких зріс до 83,5%. Найбільш критична ситуація пов'язана з інфраструктурою: транспорт (97,9%) та енергетика (61,4%). Відповідно до Угоди про асоціацію, Україна має прийняти законодавство та стандарти ЄС в енергетичному та транспортному секторах протягом 5-10 років. Тому вкрай важливо розпочати модернізацію найважливіших об'єктів інфраструктури, особливо транспортної та логістичної, які мають значний вплив на ефективність експортних операцій [2].

У багатовимірній економічній системі агропродовольчих ринків інфраструктура відіграє ключову роль, оскільки рівень її розвитку визначає якісні та кількісні показники виробництва та реалізації агропродовольчої продукції, що, в свою чергу, забезпечує розвиток експорту в умовах зростаючої інтеграції європейського та світового ринків. Якісні та кількісні показники рівня розвитку агропродовольчого ринку країни значною мірою визначають її стратегічні позиції у світовому економічному просторі, а рівень продовольчої безпеки стає потужним інструментом досягнення геоекономічних та геополітичних інтересів країни в умовах загострення глобальної продовольчої проблеми.

1.2. Інтеграція України до внутрішнього ринку агропромислової продукції ЄС в умовах війни

Єдиний ринок ЄС пропонує чотири основні свободи: вільний рух товарів, послуг, робочої сили та капіталу. Приєднання до всіх чотирьох свобод передбачає повну інтеграцію країн-кандидатів до ЄС (за винятком блоків політичних зобов'язань), що навряд чи можна вважати швидким процесом, зважаючи на

нещодавній досвід розширення ЄС та зростаючу складність відповідного європейського законодавства.

Тому політична декларація про інтеграцію до єдиного ринку ЄС, швидше за все, сигналізуватиме про бажання відкрити європейський ринок для українських товарів і послуг. Втім, за час імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у цій сфері було зроблено чимало, тож Україну навіть не можна назвати "новачком" у цій сфері.

Через низький рівень готовності України та несприятливу економічну ситуацію, спричинену війною, участь у вільному русі робочої сили та капіталу потребувала більше зусиль і часу. Наприклад, Угода про асоціацію не містить положень щодо імплементації закону про вільний рух робочої сили. Крім того, приплив прямих іноземних інвестицій є низьким через невизначеність у сфері безпеки, і в цій ситуації сприяння вільному руху капіталу може бути передчасним з економічної точки зору.

Процес інтеграції України до єдиного ринку може сповільнитися через додаткові витрати, які несе український бізнес на виконання певних правил ЄС.

Заходи з безпеки дорожнього руху можуть збільшити витрати та ціну послуг для українських транспортних компаній. Жорсткіший контроль за державною допомогою українським компаніям може обмежити можливості уряду підтримувати бізнес, що постраждав від війни. Тому є сенс застосовувати деякі з норм ЄС у післявоєнний період, щоб уникнути надмірних витрат і забезпечити безперешкодний процес інтеграції [2].

У цьому документі [11] ми обрали кілька секторів, які мають вирішальне значення для економіки та можуть сприяти подальшому прискоренню інтеграції України до ЄС, незважаючи на військову агресію з боку росії.

В умовах війни виконання контрактів АСАА ускладнилося наступними втратами: погіршення якості інфраструктури через будівництво, руйнування, втрату персоналу та зменшення доходів через бойові дії та окупацію територій. Пріоритетними заходами у секторі мають стати прискорення гармонізації

національних стандартів, імплементація Регламенту (ЄС) 2019/1020 про ринковий нагляд та посилення ринкового нагляду [3].

Посилити ринковий нагляд та інституційну спроможність національних органів ринкового нагляду шляхом прийняття технічних регламентів щодо упаковки та відходів упаковки, які не були імплементовані в рамках Угод про асоціацію.

Інтероперабельність систем залізничного транспорту та відходів упаковки. Для повної інтеграції Україна повинна повністю імплементувати законодавство ЄС про вільний рух товарів, починаючи зі статті 1, та модернізувати свою мережу інфраструктури якості.

У 2022 році частка сільськогосподарської продукції в товарному експорті коливається в межах 50%. Тому торгівля сільськогосподарською продукцією є ключовою для підтримки економічної життєздатності під час війни. Дві глави права ЄС важливі для інтеграції аграрного сектору: Глава 11 "Сільське господарство та розвиток сільських територій" та Глава 12 "Безпека харчових продуктів, санітарна та фітосанітарна політика" [11]. Пріоритетні дії в цій сфері повинні включати розвиток інфраструктури.

Покращення потужностей для зберігання та транспортування сільськогосподарської продукції з країн-сусідів України; просування українського сільськогосподарства як європейського партнера, а не як конкурента країнам-членам ЄС; узгодження концепції сільських територій та сільського розвитку із законодавством ЄС та включення України до програми TRACES. Для повної інтеграції в Глави 11 і 12 Україна повинна узгодити свою аграрну політику з цілями і механізмами Спільної аграрної політики ЄС (САП) і завершити імплементацію відповідного законодавства [11].

Війна змінила роль країн-членів ЄС як торговельних партнерів України, зокрема країн, що безпосередньо межують з Україною.

Частка Польщі, яка була основним покупцем українських товарів в ЄС, збільшилася з 20% до 24%. Польський експорт до ЄС у січні-листопаді 2022 року склав 6,2 млрд доларів США, що більш ніж на третину більше, ніж у попередньому році [11].

В результаті Польща стала найважливішим напрямком українського експорту серед окремих країн, обігнавши Китай, який займав цю позицію протягом багатьох років.

Однак найбільш помітною зміною є збільшення частки Румунії в українському експорті.

Очікується, що роль Румунії в українському експорті зростатиме наступним чином.

З січня по листопад 2022 року експорт до Румунії зріс на 155%, що зробило Румунію другим найбільшим експортним партнером України у світі та ЄС, а частка експорту до ЄС зросла більш ніж удвічі - з 6% до 14% [11].

Експорт до інших сусідніх країн також зростає як за обсягами, так і за вартістю. Наприклад, Угорщина стала четвертим за важливістю напрямком експорту, її частка зросла з 6% до 8%, а вартість експорту до Угорщини за 11 місяців 2021 року збільшилася на 47% [11].

Експорт до Словаччини у 2021 році зріс на 62%, а до Болгарії - на 85% [11].

Водночас експорт до Італії скоротився на 47%, і Італія опустилася з другого на п'яте місце серед напрямків українського експорту до ЄС. Експорт до Німеччини впав на 18%, але сама Німеччина залишилася на третьому місці за підсумками січня-листопада цього року [11].

У географічній структурі імпорту з ЄС також відбулися зміни, але вони були менш драматичними: Польща також стала найбільшим постачальником України, але її частка зросла з 17% у 2021 році до 20% за перші 11 місяців 2022 року, а вартість імпорту збільшилася на 12% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Німеччина, яка раніше була найбільшим постачальником ЄС, опустилася на друге місце: імпорт з Німеччини впав на 24% в першій половині 2011 року. Вартість імпорту з Болгарії та Румунії зросла на 286% і 81% відповідно, піднявшись з 15-го і 12-го місця на 3-тє і 6-тє, але все ще значно відстаючи від країн-лідерів - Польщі та Німеччини.

Товарна структура українського експорту до ЄС суттєво змінилася на користь сільськогосподарської продукції, тоді як експорт чорних металів зменшився.

При цьому експорт чорних металів також зменшився. У 2021 році частка сільськогосподарської продукції та харчових продуктів становила 29%, тоді як за 11 місяців 2022 року - 45%. Найбільшою зміною стало збільшення експорту зернових культур (HS 10), який зріс більш ніж удвічі - з 7% до 16% експорту до ЄС [11].

Важливо зазначити, що зростання експорту зернових відбулося переважно за рахунок збільшення експорту кукурудзи, яка, як правило, не обкладається митом, тому скасування тарифних квот на цей товар не мало "ефекту відкриття". Експорт олій та жирів (HS 15), зокрема соняшникової олії, зріс на 46%, і оскільки тарифи на цей товар вже були нульовими відповідно до Угоди про асоціацію, нові торговельні заходи на користь України не мали впливу і тут.

За даними Держпродспоживслужби, станом на 30 листопада 2022 року 177 українських компаній виробляли продукцію тваринного походження.

Кількість українських компаній-виробників продукції тваринного походження, які є членами Європейського Союзу, становить 417 (184 харчові компанії та 233 нехарчові компанії). Наступні українські компанії мають право експортувати продукцію для споживання людиною до ЄС: виробники молока - 39; виробники м'яса птиці - 5; виробники м'яса - 2; виробники риби - 32; та виробники нехарчової продукції - 5.

Наступні українські компанії мають право експортувати нехарчову продукцію до ЄС: 32 виробники риби, 5 виробників яєць та яєчних продуктів, 72 виробники меду, 1 виробник харчового колагену, 1 виробник кишкової сировини, 27 виробників равликів, 49 виробників казеїну, 67 виробників пір'я та пуху, 46 виробників шкіри, 22 виробники кормів для непродуктивних тварин, 32 виробники нехарчових субпродуктів, 3 000 виробників м'яса та птиці, 2 виробники м'яса та риби, 5 виробників нехарчової продукції. нехарчових субпродуктів, 3 виробники технічної сировини, 4 виробники мисливських трофеїв, 9 виробників органічних добрив та 1 виробник племінного матеріалу. Яловичина, свинина, м'ясопродукти, інкубаційні яйця, жива риба, креветки, ріпак, канولا, інші ракоподібні, олійні культури, цукровий буряк.

Однак спрощення логістичних та митних питань не усуває технічних бар'єрів для виходу на європейський ринок, тобто виробничий процес має відповідати визначеним вимогам, а сам продукт - технічним специфікаціям ЄС (а також національним специфікаціям, що відповідають європейським вимогам), вимогам безпеки та маркуванню. Це викликає занепокоєння, оскільки 417 підприємств, що виробляють продукцію тваринного походження для експорту в ЄС, становлять лише невелику частку виробничих потужностей України. Водночас вимоги до готової продукції поширюються і на сировину та постачальників сировини. Загальноєвропейські вимоги до якості сировини, наприклад, м'яса, можуть вимагати інвестицій для приведення тих же процесів виробництва м'яса та подальшої попередньої обробки у відповідність до стандартів ЄС.

Малі виробники потребують підтримки. Іншими словами на цьому етапі кожному сектору необхідно проаналізувати власні можливості та потреби, що ускладнюється військовими діями, енергетичною та логістичною нестабільністю, а також фінансовими обмеженнями.

Україна продовжує поступово наближатися до технічних регламентів Європейського Союзу та системи стандартизації, метрології, сертифікації, оцінки відповідності та ринкового нагляду Європейського Союзу.

Більшість зобов'язань та завдань у сфері технічного регулювання, визначених Угодою про асоціацію та Додатком III, виконано. Наразі завершується попередня оцінка інфраструктури якості України з метою підписання Угоди про асоціацію. Найближчим часом європейські експерти оцінять діяльність системи сертифікації, системи державного ринкового нагляду та органів з оцінки відповідності.

1.3. Державне регулювання ринку м'яса і м'ясної продукції

Різкі коливання цін на м'ясо призводять до значного скорочення виробництва. Тому ринок м'яса, який є одним з найкращих у світі, заслуговує на особливу увагу та посилене державне регулювання. Зокрема, економічно розвинені країни створили

найбільш сприятливу систему державного регулювання, де держава регулює не лише ціни на цю продукцію, а й відносини між виробниками та переробниками. У статті висвітлено існуючі напрями державного регулювання м'ясопродуктового підкомплексу в Україні. Оскільки розвиток тваринництва, зокрема виробництва свинини, має важливе значення в контексті національної продовольчої політики, держава впровадила низку нормативно-правових актів, спрямованих на розвиток галузі тваринництва, зокрема свинарства. Слід зазначити, що заходи зі штучного створення єдиного формату виробництва, переробки та реалізації продукції тваринництва із залученням сільськогосподарських товаровиробників, комбікормових і переробних підприємств, закупівельних і торговельних організацій усіх форм власності, банків, а також вітчизняних та іноземних інвесторів є абсолютно невиправданими.

Одним з основних завдань аграрної політики є створення умов для ефективного функціонування м'ясопродуктового підкомплексу, забезпечення повноцінного постачання населення сировиною в обсягах, необхідних для сталого економічного зростання та соціального розвитку країни. Загалом в Україні виробляється близько 2,5 млн тонн м'яса (у 2022 році було забито 2,39 млн тонн). М'ясо птиці становить 48,9% від загального обсягу виробництва м'яса, свинина - 31,3%, яловичина - 17,9%. Спостерігається чітка тенденція до зменшення виробництва яловичини та збільшення виробництва м'яса птиці [4].

Ринок м'яса птиці є найбільш мобільним та ефективним в Україні. Не існує серйозних проблем з виробництвом, якістю, реалізацією та експортом м'яса птиці. 24 липня 2013 року Україна отримала дозвіл на експорт близько 0,5 тис. тонн українського м'яса птиці до Європейського Союзу [11]. Яловичина залишається найбільш проблемним ринком для України. Її виробництво є неефективним і майже три чверті зосереджено в господарствах населення. Питання є складним, але стратегічно важливим для вітчизняних виробників для розвитку сектору та відкриття нових ринків для експорту м'яса та м'ясопродуктів [9].

ЄС має відносно високий тарифний захист для м'яса та м'ясопродуктів. Наприклад, у 2022 році середній тариф становив 20,4%, тоді як в Україні - лише 11%.

Максимальний рівень тарифів у режимі найбільшого сприяння на м'ясопродукти в ЄС становить 134% порівняно з 20% в Україні. Тому для України важливо гарантувати експортні квоти до ЄС у розмірі 40 000 тонн свинини, 16 000 тонн м'яса птиці та напівфабрикатів з поступовим збільшенням до 20 000 тонн протягом п'яти років, а також 12 000 тонн яловичини на рік [10].

Сучасний напрямок державного регулювання м'ясо-молочного сектору в Україні чітко відображений у законодавстві, прийнятому за останнє десятиліття. Держава імплементувала низку законів, що регулюють розвиток тваринницького сектору, зокрема виробництво свинини. Це можна побачити в таблиці 4.

Табл 4. Правове регулювання розвитку галузі тваринництва України

Назва нормативного документа	Вплив на господарську діяльність підприємств з виробництва м'яса
Постанови КМУ України від 26 вересня 2012 р. № 986 та від 2 березня 2011 р. № 246 «Про внесення змін до Порядку використання сум податку на додану вартість, сплачених переробними підприємствами до спеціального фонду державного бюджету»	Забезпечують бюджетні дотації в сумі 1,5 грн. за свиней (крім свиноматок і кнурів) живою масою від 100 до 120 кг та 1 грн. за свиней (крім свиноматок і кнурів) живою масою від 120 до 150 кг за вирощені та продані на забій і переробку суб'єктам господарювання, які мають власні (орендовані) потужності для забою тварин
Закон України «Про Державний бюджет України на 2022 рік» із змінами, внесеними згідно із Законом від 21.11.2022 (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2022, № 5–6, ст. 60)	Державна підтримка галузі тваринництва здійснюється за рахунок коштів, які становлять 40% ПДВ, що, відповідно до Закону, сплачується юридичними особами при здійсненні ними операцій з постачання власної виробленої продукції (молока, молочної сировини, молочних продуктів, м'яса, м'ясопродуктів, шкури продукції переробки тварин (шкур, субпродуктів, м'ясо-косткового борошна), виготовленої з поставлених молока або м'яса в живій вазі сільськогосподарськими підприємствами, іншими юридичними і фізичними особами, у тому числі фізич-

	ими особами – підприємцями, які самостійно вирощують, розводять, відгодовують продукцію тваринництва
Податковий кодекс України / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011 р., № 13–17, ст. 209	Відповідно до гл. 2 «Фіксований сільськогосподарський податок» розд. 14 «Спеціальні податкові режими», визначає платників податку, базу об'єкт, предмет та ставку оподаткування
Про кооперацію. Закон України від 10.07.2003 р. № 1087-IV (редакція від 01.01.2013 р. на підставі офіційного документу № 5410-17)	Визначає основні положення кооперації у сільському господарстві, порядок створення, завдання та види кооперативів, принципи членства та управління, економічні засади діяльності та ін.
Про інноваційну діяльність. Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV (редакція від 06.10.2012 р. на підставі документу № 5460-VI)	Визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом
Постанова Кабінету Міністрів України від 17.09.2010 р. № 69/72 «Про затвердження програми розвитку свинарства на період до 2025 року».	Система розроблених заходів щодо забезпечення розвитку виробництва м'яса свиней направлена на забезпечення зростаючого попиту на свинину та забезпечення економічного зростання галузі свинарства не нижче +20%; збільшення виробництва свинини шляхом прискореного зростання поголів'я та підвищення середньодобових приростів до рівня 750 г/добу на відгодівлі при затратах корму до 3,3 нормових одиниць на кілограм приросту; збільшення поголів'я свиней порівняно з 2019 р. у 1,6 рази; виробництва комбікормів до 8,2 млн. т, а споживання преміксів – до 8,2 тис. т; виробництва свинини у 2025 р. довести до 1,82 млн. т у живій масі; забезпечити збільшити частку свинини у м'ясному балансі до 37–40%; виробництво експортно-орієнтованої продукції на рівні 100 тис. т
Про заходи щодо активізації роботи з розвитку тваринництва. Постанова КМУ від 20.08.2008 р. № 729	Державна підтримка створення і функціонування сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів із готівлі, переробки та збуту продукції тваринництва, штучного запліднення тварин та ін.; відшкодування підприємствам АПК ставок за користування кредитом у розмірі подвійної облікової

	авки Національного банку, але не більше ніж передбаченої нком у кредитному договорі, за рахунок коштів державного оджету для будівництва і реконструкції тваринницьких та гахівни- чих комплексів і ферм, закупівлі племінного олодняку, техніки та технологічного обладнання; придбання племінної худоби і птиці на умовах фінансового лізингу
--	--

Одним з інструментів, що використовувався для покращення ситуації у тваринницькому секторі, була державна підтримка тваринників шляхом надання дотацій на продаж худоби та птиці переробним підприємствам. До 1995 року існували цінові дотації на продукцію тваринництва. Після скасування субсидій у 1995 році тваринництво стало збитковим. У 1996-1997 роках цінові дотації на тваринницьку продукцію не надавались, що поглибило кризу в секторі [4].

Важливою причиною занепаду тваринництва стало скасування дотацій на закупівлю худоби та птиці, запровадження вільних цін, які навіть не покривали витрат, а також збитковість виробництва через зниження купівельної спроможності населення України, що призвело до падіння попиту на продукцію. Водночас агрохолдинги, які втратили купівельну спроможність, рідко купували товари, вартість яких можна було б компенсувати за рахунок ПДВ. ПДВ, який зріс з 20% до 28%, таким чином, став прямим і некомпенсованим податком на продукцію тваринництва [8].

У 2022 році відбулися значні зміни у державній підтримці галузі тваринництва, які негативно вплинули на деякі сектори: з прийняттям нового податкового законодавства тваринники знизили внутрішні ціни на 20%, оскільки були змушені перераховувати ці кошти до спеціального фонду в державному бюджеті. Наразі багато тваринників опинилися в дуже скрутному становищі, оскільки попит на м'ясо на внутрішньому ринку впав, а виробничі витрати зросли. У цій ситуації виробники можуть почати скорочувати поголів'я великої рогатої худоби без виваженої підтримки з боку держави, що поглибить кризу в секторі.

Структура споживання м'яса в Україні майже аналогічна структурі виробництва: близько третини - свинина, 21,3% - яловичина, 44,9% - м'ясо птиці та 2,4% - інше м'ясо.

Законопроект про м'ясо та м'ясні продукти, який має бути прийнятий в Україні найближчим часом, не вирішить проблеми у цій сфері одразу [11]. Основним завданням є проведення інституційних реформ, які сприятимуть сталому розвитку ринку м'яса в Україні. Виходячи з досвіду розвинених країн, цей законодавчий процес слід розділити на два напрями:

- Законодавча реформа для гарантування та офіційного контролю якості та безпечності м'яса та м'ясних продуктів;
- Врегулювання на законодавчому рівні фінансово-економічних та організаційних аспектів функціонування ринку м'яса, включаючи створення збалансованого механізму державного управління ринком м'яса.

Дослідження [5] показало, що існує нагальна потреба у модифікації та розвитку векторів державної політики у сфері тваринництва та м'ясопереробки за наступними напрямками:

- Сприяти впровадженню ефективних шляхів переробки, заохочувати використання свіжого та охолодженого м'яса, посилити контроль за вмістом та виробництвом ковбас з використанням рослинних замінників та низькоякісних побічних продуктів тваринного походження;
- Сприяти впровадженню та імпорту передових технологій для дешевого вирощування та переробки м'яса в країні та відмовитися від практики "комбінованих" субсидій на користь заохочувальних субсидій для підвищення ефективності виробництва та зниження виробничих витрат;
- Активна підтримка реструктуризації великих пострадянських м'ясопереробних комплексів та створення сучасних потужностей з первинної переробки м'яса у переробних кооперативах великих та середніх виробників худоби та птиці;
- Сприяння переробній кооперації між виробниками в цілому та встановлення довгострокових договірних відносин у групах стійких виробничих зон навколо

середніх та великих підприємств первинної переробки (від забою та переробки до виробництва м'яса та напівфабрикатів);

- Прискорення приведення національних стандартів у відповідність до міжнародних; стимулювання, створення та підтримка розвитку професійних та міжпрофесійних об'єднань виробників та переробників м'яса з метою просування національної продукції на цільові ринки, часткова передача цим об'єднанням функцій нормотворчості та контролю відповідності.

Пріоритетними напрямками вдосконалення законодавчого забезпечення аграрного сектору економіки, зокрема м'ясопродуктового підкомплексу, є:

- З метою вирівнювання економічних відносин у національній економіці необхідно прийняти Закон України "Про економічні відносини між галузями економіки", який передбачає запровадження єдиної норми прибутку на авансований капітал в усіх галузях економіки та прогресивної системи оподаткування надприбутків. Законопроект був підготовлений Інститутом аграрної економіки;
- З метою створення рівних умов державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, які працюють на землях різної якості, необхідно розробити проект Закону України про забезпечення рівних умов господарювання для сільськогосподарських товаровиробників, які працюють на землях різної якості;
- Організаційно-економічні засади виробництва та реалізації м'яса потребують удосконалення Закону України "Про м'ясо та м'ясні продукти"

Враховуючи різноманітні фактори, пов'язані зі станом м'ясопродуктового підкомплексу та перспективами його розвитку, необхідно сформувати комплексну систему державних заходів з регулювання ринку м'яса в Україні з метою створення сприятливих економічних, правових, організаційних та інших умов для зростання виробництва м'яса та надання належної допомоги вітчизняним товаровиробникам у фінансовій, правовій, інформаційній, дипломатичній та маркетинговій сферах.

Війна мала значний вплив на торгівлю України з ЄС. Масоване російське вторгнення та логістичні обмеження змусили Україну швидко зміцнювати економічні зв'язки з ЄС, особливо з найближчими сусідами - Польщею, Румунією, Угорщиною, Словаччиною та Болгарією. Водночас відбулася реорганізація товарних потоків, в

яких домінуючу роль в експорті відіграє сільськогосподарська та харчова продукція, а в імпорті - мінеральне паливо.

Однак у 2024 році очікується, що фізичні обмеження для торгівлі зменшаться завдяки подальшому розблокуванню морських коридорів та розвитку наземної інфраструктури.

Що стосується структури торгівлі у 2024 році, то очікується, що в експорті до ЄС збережеться висока частка сільськогосподарської та харчової продукції. Хоча у 2023 році очікувалось зниження сільськогосподарського виробництва через поглиблення кризи в аграрному секторі, експорт до ЄС залишатиметься пріоритетним, оскільки це найближчий і найпривабливіший ринок. Водночас експорт металопродукції залишатиметься низьким через проблеми з виробничими потужностями, багато з яких було зруйновано під час російського вторгнення.

РОЗДІЛ 2

Інфраструктура експорту м'ясної продукції: стан і проблеми

2.1 Аналіз ринку м'яса і м'ясопродуктів України в сучасних умовах

М'ясо та м'ясопродукти, як частина харчової промисловості, мають великий потенціал для розвитку та перспективи для збільшення експорту. Однак аналіз динаміки та структури експорту м'яса та м'ясопродуктів за останні роки свідчить, що позитивно розвивається торгівля лише окремими видами продукції (наприклад, м'ясом птиці та яловичиною), тоді як експорт інших видів продукції (свинини та субпродуктів) скорочується, а загроза імпортозалежності за цими видами продукції зростає.

За останні роки лише м'ясо птиці та їстівні субпродукти стали конкурентоспроможними на світовому ринку (Україна входить до п'ятірки найбільших експортерів курятини). Так, динаміка експорту цієї продукції є сприятливою: у 2020 році обсяг експорту м'яса птиці та їстівних субпродуктів зріс у 2,26 рази порівняно з 2015 роком, а обсяг експорту за 11 місяців 2021 року збільшився на 4,99% порівняно з попереднім роком. Таким чином, значення експорту продукції птахівництва у зовнішній торгівлі України зростає з кожним днем. Зокрема, частка такої продукції в структурі експортованих товарів за 11 місяців 2021 року склала 1,16% (1,07% у 2020 році та 0,37% у 2015 році) [2]

Заготівля та переробка (весь виробничий ланцюжок) агропромисловими підприємствами сприяла зростанню виробництва м'яса птиці в Україні та створила умови для експорту (якість продукції, відповідність вимогам країн-імпортерів, технології та логістика). У 2020 році близько 26,13% зібраного м'яса птиці (у перерахунку на забійну вагу) було перероблено та експортовано (порівняно з 12,45% у 2015 році). Загалом, експорт м'яса птиці та субпродуктів становить 86,09% від загального експорту м'ясної продукції. З огляду на високу рентабельність

виробництва (11,3% у 2020 році), зростаючий попит в Україні (3,33% зростання споживання курятини у 2020 році) та у світі (2,93% зростання у 2021 році), ця частина м'ясної галузі вважається найбільш перспективним напрямком для збільшення виробництва та експорту [2].

Експорт інших м'ясних продуктів, особливо замороженої та охолодженої яловичини, демонструє позитивну динаміку (1,90% між 2015 та 2020 роками та на 12,72% більше за перші 11 місяців 2021 року, ніж у 2020 році). Однак забій яловичини (-13,63% між 2015 і 2021 роками) та промислова переробка (-66,13%) значно скоротилися за останні роки. Очікується, що ця тенденція призведе до зменшення експорту яловичини та збільшення залежності від імпорту продуктів з яловичини [2].

У період з 2015 по 2020 рік експорт свинини скоротився на 61,98%, але експорт цього виду замороженого та охолодженого м'яса за останній рік зріс (на 24,17% за 11 місяців). Також було виявлено, що виробництво скоротилося як у сільському господарстві (на 8,21% у 2015-2021 роках), так і в промисловості (на 18,64%), і ця тенденція була зумовлена, зокрема, спалахом захворювань у тваринництві, які завдають значних збитків, а також збільшенням пропозиції імпортової продукції з нижчими цінами на ринку (наприклад, у 2018 році середньорічна експортна ціна м'яса птиці та їстівних субпродуктів становила 1,54 долара США за тонну, тоді як імпортна - 0,54 долара США за тонну). Для порівняння, у 2018 році середньорічна експортна ціна м'яса птиці становила 1,54 долара США за тонну, а імпортна - 0,38 долара США за тонну; експортна ціна свинини становила 2,15 долара США за тонну, а імпортна - 1,82 долара США за тонну) [2].

Порівняно з охолодженою та замороженою продукцією, експорт перероблених м'ясопродуктів в Україну значно менший: у 2021 році частка перероблених м'ясопродуктів у структурі експорту м'яса та м'ясопродуктів становила 1,29%. При цьому темпи зростання експорту перероблених м'ясних продуктів знизилися (з 33,91% у 2015-2020 роках) [2].

Загалом співвідношення між імпортом та експортом м'яса та м'ясопродуктів за останні роки зросло, досягнувши 3,56 у 2018 році порівняно з 0,55 у 2015 році. Позитивне значення співвідношення свідчить про перевищення експорту над

імпортом: Яловичина, свіжа чи охолоджена, морожена; м'ясо птиці та субпродукти; м'ясо овець і кіз (2016, 2019-2020 рр.) та м'ясо і субпродукти (від'ємне співвідношення 2015-2019 рр., яке зросло до 1,22 п.п. у 2020 р.), а також для перероблених м'ясних продуктів. Імпорт перевищував експорт для: свинина (2015, 2016 та 2019 роки), яловичина, свинина, баранина та субпродукти коней (2015-2019 роки), інше м'ясо та інші їстівні субпродукти (крім 2016 року), сало, бекон та жир птиці (2015-2020 роки) [2].

В Україні виробництво м'яса та м'ясопродуктів здебільшого орієнтоване на експорт. Проте в останні роки виникла низка проблем, які можуть вплинути на розвиток зовнішньої торгівлі м'ясом, зокрема в таких сферах:

- скорочення виробництва яловичини та свинини, що негативно впливає на експорт цієї продукції. Водночас на внутрішній ринок надходить імпортна продукція за нижчими цінами;

- виробництво курятини в Україні зосереджено в невеликій кількості великих господарств, що становить високий ризик для економіки (оскільки цей продукт займає високу частку в структурі експорту);

- частка м'ясо переробки у виробництві м'ясних продуктів є низькою, а сировина (як охолоджене, так і заморожене м'ясо) експортується в інші країни (частково на переробку).

Варто зазначити, що географічна структура експорту мороженої та охолодженої яловичини та свинини є найменш диверсифікованою (більшість експортується до 2-3 країн). Водночас, в останні роки близько 99% експорту свіжої або охолодженої та мороженої яловичини та свинини припадає на Білорусь та Туреччину (для порівняння, у 2014 році ця продукція експортувалася переважно до росії). Географічна структура експорту свинини демонструє аналогічну тенденцію (у 2014 році - переважно до росії); основними імпортерами свинини у 2020 році будуть Об'єднані Арабські Емірати, В'єтнам, Гонконг, Ангола та Грузія [8].

Для того, щоб українські виробники м'яса розширили ринки збуту та підвищили свою конкурентоспроможність на світовому ринку м'яса, необхідно вжити комплексних заходів щодо сприяння розвитку підприємництва та кооперації між

промисловим та сільськогосподарським виробництвом, розвивати співпрацю з країнами-експортерами м'ясної продукції, підвищувати інвестиційну привабливість та розвивати інноваційне виробництво високоякісної продукції, що відповідає вимогам та сертифікатам країн-імпортерів.

Серед українських м'ясних продуктів лише м'ясо птиці характеризується високими темпами зростання експорту завдяки високій прибутковості, зростаючому попиту на світовому ринку та швидкому виробничому циклу. Експортний потенціал інших видів м'яса (яловичини та свинини) можна очікувати на зниження. Така тенденція є наслідком низки проблем у розвитку тваринництва (неефективна організація постачання та переробки м'яса, що призводить до скорочення вирощування худоби малими підприємствами та домогосподарствами, неефективна реалізація державної програми стимулювання розвитку тваринництва тощо) та промислового виробництва м'яса (нестача сировини, застарілі основні фонди та технології виробництва, незадовільна логістика тощо). Вирішення цих проблем потребує системного підходу, що включає сприяння кооперації між сільським господарством та промисловим виробництвом, розвиток співпраці з імпортерами м'ясної продукції та захист інтересів національних виробників.

Створення сприятливого інвестиційного середовища та надання інформації про розвиток м'ясної галузі на національному та міжнародному ринках.

Серед інших перспектив дослідження - розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності української м'ясної продукції на світовому ринку.

2.2 М'ясна галузь економіки України: стан і експортний потенціал

Ринок м'яса - це сукупність соціально-економічних відносин між структурами сільського господарства, постачання, переробки та торгівлі, за допомогою яких здійснюється реалізація худоби та птиці, м'яса та м'ясопродуктів. Розвиток національної тваринницької галузі є основою для формування українського ринку м'яса. М'ясо виробляється сільськогосподарськими підприємствами, фермерськими

господарствами та господарствами населення, які виробляють більшу частину вітчизняної продукції тваринництва.

У 2020 році виробництво м'яса в Україні склало 2,2 млн. тонн, що є аналогічним показником до попереднього року, але структура виробництва змінилася. У структурі м'ясної промисловості зросло виробництво м'яса птиці, тоді як виробництво яловичини та свинини зменшилося [11].

М'ясо птиці - чи не єдиний сектор тваринництва, який демонструє стабільну тенденцію. Виробництво м'яса птиці зростає з року в рік, так само як і експорт м'яса птиці, а його географія розширюється. Внутрішній попит на цей продукт також зростає, оскільки він є найдешевшим порівняно зі свининою та яловичиною. У 2020 році в Україні було вироблено 1,2 млн тонн м'яса птиці, що на 3,5% більше, ніж у 2019 році [10].

Український ринок м'яса та м'ясопродуктів складається з добре налагодженої структури, яка охоплює не лише сільське господарство, первинну та промислову переробку, а й оптову та роздрібну торгівлю та споживачів кінцевої продукції галузі. Механізмом, що стоїть за цим, є ринок м'яса, який охоплює форми організаційно-економічних відносин між підприємствами різних сфер тваринництва і забезпечує рух товару на всіх етапах процесу вирощування - від розведення та відгодівлі тварин (видобутку сировини для виробництва м'яса) до виробництва кінцевого продукту та його реалізації кінцевому споживачеві.

Не всі господарства можуть бути потенційними експортерами на ринок м'яса. За нинішніх умов експортерами можуть стати лише ті великі господарства, які мають можливість акумулювати всі фактори виробництва та створити інфраструктурне середовище для експорту м'яса. Для розширення ринків збуту, в тому числі нових зовнішніх ринків, продукція агробізнесу повинна мати певні характеристики, такі як висока рентабельність виробництва (через значні витрати, пов'язані з виведенням продукції на зовнішні ринки), висока якість продукції та відповідність стандартам країн, з яких ця продукція імпортується.

Крім того, компанії повинні постійно вивчати ситуацію на зовнішніх ринках, щоб швидко реагувати на зміни в законодавстві та кон'юнктурі ринку.

Враховуючи, що метою зовнішньоекономічної політики України є інтеграція в Європу та просування української продукції на ринок ЄС, експортний потенціал м'ясної продукції може бути збільшений за рахунок вдосконалення та модернізації виробничих процесів та адаптації стандартів якості до вимог країн-імпортерів.

З метою виявлення можливостей вітчизняних сільськогосподарських підприємств щодо реалізації м'ясної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також організаційних аспектів підготовки до інтеграції в європейський ринок, проаналізуємо основні тенденції зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, темпи експорту м'яса та м'ясопродуктів з України за останні роки.

Так, у першому півріччі 2020 року експорт м'ясної продукції з вітчизняних господарств зріс більш ніж на 45% за рік і сягнув 176 тис. тонн. Позитивна динаміка експорту м'яса та м'ясопродуктів зумовлена насамперед широкою географічною диверсифікацією та закріпленням України на нових ринках після втрати російського ринку. До 2016 року росія була основним імпортером українського м'яса та м'ясопродуктів, тоді як у першому півріччі 2021 року український експорт на ринки Європи та Азії набрав ваги. У першому півріччі 2021 року темпи експорту м'яса та м'ясопродуктів з українських господарств зросли більш ніж на 45% у річному вимірі до 1,7 млн тонн [12].

У 2021 році Україна експортувала 163 000 тонн м'яса птиці до ЄС, випередивши Гонконг і Гану та посівши перше місце з експорту м'яса птиці до ЄС. Як наслідок, міжнародні експерти прогнозують, що Україна відіграватиме ключову роль на ринку м'яса птиці в ЄС. Варто зазначити, що в поточному році український експорт м'яса птиці до ЄС зріс на 41,9%. Варто зазначити, що високі імпортні тарифи захищають ЄС від імпорту м'яса птиці з третіх країн. Однак, навіть з урахуванням високих імпортних тарифів, ціни пропозиції на філе грудки з Бразилії та України знаходяться на рівні або нижче цін виробників з ЄС.

На думку експертів [5], з одного боку, європейські країни, які бажають розвивати економічні відносини з Україною, будуть зацікавлені в купівлі м'яса птиці лише в тому випадку, якщо ціна на м'ясо птиці в Україні буде нижчою, ніж ціна на м'ясо птиці в Європі, а з іншого боку, Україна повинна використовувати свої

конкурентні переваги, тобто мати доступну та стабільну кормову базу для виробництва м'яса птиці та розміщувати свої підприємства ближче до кордонів ЄС.

Крім того, з точки зору екологічної безпеки, створення великих спеціалізованих птахівничих комплексів в Україні може бути в інтересах Європи, оскільки великомасштабне виробництво м'яса та птиці завжди вимагає переробки відходів виробництва і посліду та створення екологічно безпечних умов.

З іншого боку, європейський ринок та інтереси фермерів захищає ЄС, тому освоєння європейського ринку є викликом для вітчизняних виробників м'яса птиці. Національна м'ясна та птахівнича промисловість повинна адаптуватися до вимог Європейського економічного простору, щоб не тільки закріпити здобутки, досягнуті завдяки розвитку, але й гарантувати вимоги до якості продукції [5]. Тому слід звернути увагу на директиви ЄС щодо контролю якості м'яса птиці.

Організація експорту м'яса та м'ясопродуктів до ЄС також потребує скоординованої співпраці компаній птахівничого підкомплексу з Міністерством аграрної політики та продовольства України, Державною ветеринарною та фітосанітарною службою України, а також фахівцями з аграрних ринків та зовнішньої торгівлі продовольством.

2.3 Інфраструктура підтримки експорту та міжнародної торгівлі для виробників м'ясної продукції

У рамках економічної перебудови зовнішньої політики України Міністерство закордонних справ України докладає зусиль для посилення своєї економічної групи та вдосконалення економічних служб посольств України за кордоном. Одним з основних завдань роботи МЗС є забезпечення безперебійного функціонування Ради експортерів та інвесторів при МЗС України - консультативно-дорадчого органу, який функціонує з 2013 року як ефективний механізм просування інтересів українських експортерів.

Наразі склад Ради експортерів та інвесторів оновлений на 80% і включає близько 200 асоціацій та компаній - представників державних бізнес-організацій; представників галузевих, міжнародних та двосторонніх асоціацій; компаній з різних галузей промисловості: сільського господарства та харчової промисловості, металургії, машинобудування, легкої промисловості, суднобудування, хімічної промисловості, ІТ, будівництва, надання консалтингових та юридичних послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

В рамках своєї діяльності REI регулярно опрацьовує запити від українських компаній, які шукають партнерів за кордоном, та від іноземних компаній, які працюють з українськими виробниками, а також надає своєчасну інформацію про виставки та бізнес-форуми (близько 80 іноземних країн у 2019 році) та тендери (близько 30 країн у 2019 році) [12].

З метою оптимізації технічної складової діяльності Ради у березні 2020 року було запущено новий веб-сайт www.rei.mfa.gov.ua, який наразі наповнюється актуальними комерційними пропозиціями від українських та іноземних компаній, потенційними тендерами, іноземними виставками, новинами та іншою корисною інформацією для українських експортерів. На сайті також розміщено актуальну інформацію про заходи, які вживаються іноземними державами для боротьби з епідемією COVID-19 та їх соціально-економічними наслідками, інформацію про найбільші іноземні бізнес-асоціації та професійні спілки, а також бази даних електронних торговельних майданчиків та бізнес-баз даних з усього світу [12].

МЗС працює над планом перетворення REI на ефективний механізм підтримки національних експортерів та іноземних інвесторів, а також розробляє нові алгоритми взаємодії між компаніями, МЗС та іноземними інституціями.

Офіс з просування експорту України (ОПУ) був створений з метою підтримки та просування експорту товарів та послуг українських виробників, розвитку експортного потенціалу українських компаній, допомоги українським компаніям у налагодженні співпраці та партнерства з іноземними компаніями, а також просування українських товарів та послуг за кордоном [12].

Для досягнення цих цілей Офіс використовує різні засоби:

- освітні програми;
- аналіз зовнішніх ринків;
- експортний консалтинг;
- допомога у пошуку партнерів.

Крім того, ЕРО спільно з партнерами розробило українську експортну марку, якою українські компанії можуть користуватися безкоштовно.

З початком карантинних заходів Служба зовнішніх зв'язків перевела свої послуги в онлайн-режим та запустила інформаційну сторінку для підтримки компаній під час COVID-19 [12].

Експортно-кредитне агентство (ЕКА) є уповноваженою Урядом України установою, основною метою якої є підтримка та сприяння експорту товарів та послуг походженням з України. Основним завданням ЕКА є захист українських експортерів від ризиків неплатежів та фінансових втрат, пов'язаних з виконанням зовнішньоекономічних договорів (контрактів), шляхом страхування, перестрахування та надання гарантій.

Торгово-промислова палата України (ТПП України) представляє інтереси своїх членів з 56 країн світу та підписала 181 угоду про міжнародне співробітництво з іноземними партнерськими організаціями. ТПП України є засновником та координатором 45 двосторонніх ділових рад.

Палата надає практичну допомогу підприємцям, які здійснюють торговельно-економічні операції на внутрішньому та зовнішньому ринках, сприяє розвитку експорту українських товарів та послуг, а також пропонує своїм членам широкий спектр професійних послуг, включаючи зовнішньоторговельний консалтинг та оцінку ринків, незалежну оцінку товарів, оцінку рухомого та нерухомого майна, нематеріальних активів, штрих-кодів, патентно-ліцензійні послуги, оформлення документації.

Деякі програми міжнародних фінансових організацій та програми міжнародної технічної допомоги для українських МСП у сфері експорту та інтернаціоналізації [12].

Ці програми є ще одним інструментом сприяння експорту, спрямованим насамперед на підвищення конкурентоспроможності МСП з метою збільшення їхнього експортного успіху. Більшість з них стосуються покращення організації експортної діяльності, розвитку навичок працівників, підтримки в організації виставок або торгових місій тощо. Ось кілька прикладів найважливіших програм для промисловості:

- Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) збільшив свою програму підтримки торгівлі в Україні на 90 мільйонів доларів США (до 170 мільйонів доларів США) через Національний банк України (НБУ). Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) збільшив свою програму підтримки торгівлі в Україні на \$90 млн (до \$170 млн) через Національний банк України. Про це повідомляється на офіційному сайті ЄБРР. Програма забезпечить фінансування експортно-орієнтованих підприємств, сприятиме розвитку економіки України та створенню нових робочих місць. Підвищення ліміту торговельного фінансування дозволить збільшити підтримку та фінансування зовнішньоторговельних проектів, у тому числі у сфері малого та середнього бізнесу (МСП), які наразі є дуже важливими для українських підприємців [12].

- Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та його програма "Конкурентоспроможна економіка України" (КЕУ) є одним з найактивніших промоутерів експорту, який профінансував кілька торгових місій та навчальних програм для українських експортерів. Очікується, що нова програма підтримки (7,5 млн грн) профінансує шість проектів торговельних місій до 2024 року.

- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за дорученням Федерального уряду Німеччини створює кращі умови для українських компаній, які бажають продавати свою продукцію на європейському ринку. У рамках проекту "Імплементация та виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у сфері торгівлі" GIZ продовжує підтримувати бізнес у розвитку експортного потенціалу через кластерні ініціативи, головним чином у галузях машинобудування та креативних індустрій. Українські підприємці мають доступ до актуальної торговельної інформації через нещодавно створені платформи, такі як Платформа

технологічного регулювання (TRP) та Експортний портал (EP). Платформа TechUkraine має на меті представлення та просування українських стартапів за кордоном.

Збільшення експорту та покращення міжнародної торговельної співпраці, а також більша інтеграція у світові та європейські ланцюги доданої вартості є ключовими напрямками розвитку середньо- та високотехнологічного промислового сектору країни. Наразі національний контекст цього сектору визначається трьома основними факторами:

- Світова економічна криза і, як наслідок, звуження внутрішнього ринку України.

- Посилення державного протекціонізму та торговельних війн у розвинених країнах та регіоні в цілому.

- Криза в машинобудуванні та інших передових промислових технологіях, яка розпочалася в Україні задовго до 2020 року, що призвела до значного виграшу в експорті сировини.

Поєднання цих факторів посилило старі проблеми та створило нові виклики для всіх суб'єктів просування експорту, такі як прискорення та завершення розробки стратегій експортного сектору та краща координація дій численних учасників у мінливому середовищі.

Наразі сільськогосподарська продукція становить основу товарної структури українського експорту. Розширення зовнішньоторговельних зв'язків України зі світом, особливо в контексті європейської інтеграції, є важливим довгостроковим завданням. Європейський Союз є ключовим стратегічним гравцем на ринку збуту вітчизняної сільськогосподарської продукції. Поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків сприятиме розширенню експортного потенціалу вітчизняних сільськогосподарських підприємств, модернізації переробної галузі та експорту високоякісної продукції з високою доданою вартістю.

Тому для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародному ринку необхідно змінити регуляторний механізм у тваринницькій та м'ясопереробній галузях. Слід зазначити, що ринок м'яса є основою для сталого

розвитку сектору сільськогосподарського виробництва. Беручи до уваги основні аспекти національної стратегії сталого розвитку сільського господарства, розвиток тваринництва і, відповідно, внутрішнього ринку м'яса стоїть на першому місці серед пріоритетів аграрного сектору країни. Розвиток м'ясної галузі потребує системного підходу, що базується на стимулюванні кооперативних форм виробництва та переробки, пріоритетності дотацій, запровадження систем контролю якості, приведення технологічних практик у відповідність до міжнародних стандартів.

РОЗДІЛ 3

Напрями модернізації інфраструктури експорту м'ясної продукції

3.1 Розвиток державного сприяння експорту м'яса і м'ясної продукції в Україні

Війна, що триває в Україні, вже забрала тисячі життів цивільного населення та зруйнувала цивільну та іншу важливу інфраструктуру.

Згідно з результатами "Дослідження втрат від війни в українському сільському господарстві", підготовленого Дослідницьким центром продовольства та землекористування Інституту KSE у співпраці з Міністерством аграрної політики та продовольства України, загальні збитки, завдані конфліктом українському сільському господарству, сягнули 4,3 мільярда доларів США.

У структурі втрат найбільш значними є збитки, спричинені знищенням або частковим пошкодженням сільськогосподарських угідь та неможливістю збору врожаю - 2,135 млрд. доларів США. Сільськогосподарські угіддя зазнали двох основних видів шкоди: забруднення мінами та пряме фізичне пошкодження. Вартість обстеження земель з високим ризиком забруднення мінами та очищення постраждалих територій оцінюється в 436 мільйонів доларів США.

Вартість убитих тварин оцінюється у понад 136 мільйонів доларів США. Кількість тварин, забитих внаслідок російської атаки, оцінюється в 42 000 овець і кіз, 92 000 голів великої рогатої худоби, 258 000 свиней і понад 5700 голів домашньої птиці.

Південні регіони, які зараз страждають від російської окупації та важких бойових дій, також мають найбільш розвинену іригаційну інфраструктуру. Вартість заміни та ремонту пошкодженої іригаційної інфраструктури оцінюється у 225 мільйонів доларів США.

Окрім прямої шкоди землі, окупація, бойові дії та мінне забруднення обмежують доступ фермерів до землі та можливості збору врожаю. Внаслідок російського вторгнення не можуть бути зібрані близько 2,4 мільйона гектарів озимих культур вартістю 1 435 мільйонів доларів США.

Розвиток галузі тваринництва дає можливість розширити асортимент продукції для створення доданої вартості на кожному етапі ланцюга "тваринна сировина - збір - переробка - готова продукція - логістичні складові (різні канали збуту) - споживачі".

Військові дії призвели до руйнування тваринницьких ферм, а в деяких регіонах - до повного знищення поголів'я тварин на українських фермах, порушення ланцюга переробки тваринницької продукції та значного збільшення витрат на логістику та виробництво тваринницької продукції.

Військові дії та обмежений доступ виробників до ресурсів негативно впливають на сільськогосподарське виробництво в усіх регіонах України, але найбільше постраждали прифронтові регіони. Розвиток виробництва в цих регіонах може бути розглянутий лише за умови встановлення миру та відновлення балансу попиту та пропозиції.

Наприклад, частка тваринництва в регіонах, де тривають бойові дії, виглядає наступним чином Реалізація ВРХ на забій (у живій вазі) - 15%, виробництво молока - 22%, виробництво яєць - 22%.

Відсоток поголів'я худоби на територіях, де відбуваються військові дії, є таким: велика рогата худоба - 18% (молочна худоба - 20%), свині - 27%, вівці та кози - 18% та птиця - 20%.

Підприємства, що працюють у мирних зонах, мають специфічні ресурси для забезпечення внутрішнього ринку продуктами харчування, які повністю відповідають мінімальним нормам споживання, а також для задоволення експортного попиту на продукцію тваринництва, зокрема м'ясо птиці, курячі яйця та окремі види молочної продукції.

За прогнозами балансу попиту та пропозиції, у 2022 році виробництво молока в господарствах усіх категорій очікується на рівні 7,3 млн тонн, виробництво м'яса -

2,5 млн тонн, експорт молочної продукції - 150 000 тонн, імпорт молочної продукції - 720 000 тонн, експорт м'яса - 526 000 тонн, імпорт м'яса - 253 000 тонн.

Після підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом Україна має виконати свої зобов'язання щодо приведення національних правил та процедур у відповідність до європейських стандартів. Це стосується і питань та принципів надання державної підтримки експорту. Невиконання положень Угоди поставить вітчизняних виробників у складні конкурентні умови порівняно з виробниками з ЄС.

Відповідно до правил консолідованої версії ДФЄС, стаття 107 передбачає, що будь-яка допомога в будь-якій формі, що надається державами-членами або через національні ресурси, яка сприяє виробництву певних підприємств або певних товарів і таким чином створює або може створити конкуренцію, є несумісною з внутрішнім ринком, оскільки вона впливає на торгівлю між державами-членами.

Наступні види допомоги можуть вважатися сумісними з внутрішнім ринком

(a) допомога, яка сприяє економічному розвитку територій з надзвичайно низьким рівнем життя або високим рівнем безробіття, а також територій, зазначених у статті 349, беручи до уваги структурну, економічну та соціальну ситуацію на цих територіях;

(b) допомога, яка сприяє виконанню важливих проектів, що становлять спільний європейський інтерес, або усуненню значних перешкод для економічного функціонування держав-членів;

(c) допомога для сприяння конкретним видам економічної діяльності або розвитку конкретних секторів економіки, якщо така допомога не має негативного впливу на умови торгівлі та не суперечить загальним інтересам

(d) допомога для сприяння культурному розвитку та захисту культурної спадщини, якщо така допомога не впливає на умови торгівлі та конкуренцію в Союзі і не суперечить загальним інтересам

(e) будь-яка інша категорія допомоги, визначена рішенням Ради за рекомендацією Комітету [7].

Наявність інституцій, які надають належну підтримку для полегшення доступу компаній на міжнародні ринки, є ознакою економічно розвиненої країни, що підвищує інвестиційну привабливість регіону.

В Україні експортна інфраструктура на регіональному рівні характеризується наступним чином:

- Структурні підрозділи департаментів економічного розвитку відповідних обласних державних адміністрацій;
- Торгово-промислові палати з представництвами в регіонах.

Вищезазначені організації надають консультації та інформацію з наступних питань у межах своєї компетенції та можливостей: розробка експортних стратегій, аналіз ринку, вимоги до продукції, правила доступу на ринок, перевірка надійності партнерів та пошук ділових партнерів (покупців, агентів, продавців) в Україні та за її межами [4].

Ця регіональна інфраструктура здебільшого орієнтована на великі компанії. Відсутність дистанційних електронних послуг обмежує доступ МСП до експортних процедур та експертів, які займаються стратегічними і тактичними питаннями виходу на європейський ринок.

Експортний сектор регіону включає низку державних та комерційних організацій, банків та кредитних установ, страхових компаній, які працюють на фондовому та інвестиційному ринках і виконують функції, спрямовані на забезпечення нормального функціонування бізнесу, включаючи адміністрацію, установи та служби, що підтримують економічну діяльність МСП.

Уряди впроваджують ефективну систему експортних субсидій за допомогою таких інструментів, як кредити, страхування та експортні гарантії. Основною метою цих інструментів є надання гарантій від певних ризиків на зовнішніх ринках. Таким чином, держава бере на себе зобов'язання компенсувати експортерам їхні втрати і, надаючи дешеві кредити виробникам, створює умови для отримання ними певних гарантій на міжнародному ринку. Загалом, дефіцит кредитних ресурсів в Україні та низьке співвідношення кредитів до ВВП майже в усіх регіонах свідчить про

недостатній фінансово-кредитний потенціал для стимулювання економічної активності [7].

Реформована система державного управління має забезпечувати належне виконання політичних рішень та правових норм, бути прозорою, передбачуваною та клієнтоорієнтованою, прагнути до сталого економічного зростання, сприяти розвитку підприємництва та інвестицій. Крім того, ефективне державне управління має характеризуватися раціональним використанням фінансових і людських ресурсів, створенням умов для саморозвитку громадян і перетворенням держави на привабливого та ефективного роботодавця [3].

Що стосується сприяння регіональному економічному розвитку та експорту в цілому, а також політичних і комерційних ризиків експортної діяльності, то практика країн-членів ЄС показує, що це відповідальність держави, яка має в своєму розпорядженні низку інструментів для захисту вітчизняних виробників, залучаючи до виплати компенсацій уряди інших країн, міжнародні організації, міжнародні суди тощо. Приватні кредитні та страхові установи не можуть і не мають можливості займатися цими питаннями. Тому страхові компанії стягують вищі премії за страхування експорту. Як зазначалося вище, при наданні експортних кредитів держава більше зацікавлена у стимулюванні експорту, ніж приватні установи.

Ці фактори призвели до того, що розвинені європейські країни створили спеціалізовані установи - експортно-кредитні агентства. Експортно-кредитні агентства - це незалежні страхові установи, банки або міністерства, які надають державну підтримку експорту шляхом страхування політичних і комерційних ризиків та надання гарантій з метою забезпечення конкурентних умов для просування продукції компаній на міжнародних ринках, а також заохочення та гарантування іноземних інвестицій [8].

Тривалий час сприяння експорту в Україні розглядалося дещо під іншим кутом зору, а саме як субсидування певних галузей та виробників. Державні структури виступали за надання пільг, стимулів, "податкових канікул" тощо на користь представників великих приватних компаній, наближених до влади, що мало великий

вплив на формування незбалансованої географічної та товарної структури зовнішньої торгівлі в цілому та експорту зокрема [9].

20 грудня 2016 року в Україні було прийнято рішення про створення Кредитно-експортного агентства та прийнято Закон України "Про забезпечення розширення масштабного експорту продукції українських виробників шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту" [10]. На необхідність створення ЕКА в Україні також вказує пункт 122 Плану дій сталого розвитку "Україна-2020" від 2015 року щодо створення спеціальної установи [11]. Метою Закону є створення механізму державної підтримки експорту, створення умов для реалізації державної політики страхування, забезпечення та здешевлення експортних кредитів, поліпшення показників торговельного балансу та в цілому сприяння економічному розвитку.

Відповідно до статті 5, основними завданнями експортно-кредитних агентств є:

1) Захист українських експортерів від ризиків неплатежів та фінансових втрат у зв'язку з виконанням зовнішньоекономічних контрактів (договорів) шляхом страхування, перестрахування та надання гарантій.

2) Впровадження сучасних фінансових технологій у механізм підтримки зовнішньої торгівлі та експорту шляхом страхування, перестрахування та надання гарантій.

3) Розвиток експорту товарів (робіт, послуг) українського походження та підвищення конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг) українського походження на світовому ринку.

4) Участь у впровадженні операційної моделі експортно-кредитних агентств.

Страхування експортних кредитів залишається одним з найважливіших питань, що стоять перед українським урядом у стимулюванні вітчизняного експорту МСП.

Низький рівень експортної активності МСП, відсутність експортних та інвестиційних стимулів, а також нерозвиненість регіональної експортної інфраструктури (включаючи елементи інноваційної виробничої інфраструктури) призвели до низького рівня участі малого бізнесу у зростанні регіональної економіки.

Це є системною проблемою для розвитку інститутів інноваційної інфраструктури в старопромислових регіонах.

Однією з основних слабких сторін експортної системи в регіонах є відсутність зв'язків для передачі винаходів та послуг між виробниками та кінцевими споживачами". V. Демченко зазначає, що "..... Найбільш ефективною формою взаємодії в інноваційній системі є мережа, яка оптимізує трансакційні витрати порівняно з ринком або ієрархічними відносинами. Такий підхід підвищує ефективність взаємодії між державним і приватним секторами, компаніями, комерційними і громадськими організаціями, освітніми і науково-дослідними установами в інноваційному процесі" [13].

Останніми роками спостерігається тенденція до створення глобальних мереж інноваційної діяльності, зокрема Європейської бізнес-мережі (EBN) та мережі інноваційних релейних центрів (IRC), які мають на меті залучення компаній та організацій до інноваційної діяльності [14].

У світовій практиці захист прав та інтересів виробників здійснюється через створення незалежних організацій та торговельних асоціацій, які є ключовим ефективним елементом експортної інфраструктури в розвинених країнах.

Г. Чижиков пропонує наступне визначення терміну "торговельна асоціація": ".... торговельне об'єднання - це специфічна інклюзивна, структурно-функціональна система організації в правовому полі, незалежна від держави, уряду чи будь-якого іншого органу, яка захищає інтереси та задовольняє потреби своїх членів, що вступають до об'єднання на добровільних і рівноправних засадах; діяльність об'єднання має чітко визначену місію і слугує єдиній меті та фінансується за рахунок коштів, отриманих від членських внесків та комерційної діяльності, що не суперечить цілям об'єднання. суперечить їхній місії" [15].

Саме тому підприємці в багатьох країнах бачать переваги вступу до профспілок та вирішення проблем бізнесу [21].

Кількість офіційно зареєстрованих профспілок різних рівнів у нашій країні коливається в межах 400-500 одиниць. При цьому слід мати на увазі, що не вся задекларована кількість об'єднань є реально діючими. Зокрема, це об'єднання,

засновані на так званих "хибних принципах", тому говорити про те, що об'єднання роботодавців в Україні є реально діючими, було б некоректно. За даними В. Биковця, кількість реально функціонуючих бізнес-асоціацій на всіх ієрархічних рівнях системи не перевищує 200 одиниць, якщо виключити ті, що створені для отримання субсидій або з політичною метою [20].

Таким чином, за співвідношенням кількості офіційно зареєстрованих профспілок до кількості підприємств Україна знаходиться майже на одному рівні з розвиненими країнами, але низький рівень активності пояснюється формальним характером багатьох об'єднань. Існує низький рівень довіри між суб'єктами господарювання, незацікавленість влади в їх діяльності, недостатня фінансова підтримка, відсутність мотивації та нерозуміння необхідності структурної інтеграції між суб'єктами господарювання.

Слід зазначити, що в деяких країнах-членах ЄС (Німеччина, Італія, Австрія) законодавчо закріплено обов'язкове членство бізнесу в торгово-промислових палатах та ремісничих об'єднаннях, що дає змогу членам об'єднань вести більш ефективний діалог з органами влади. У розвинених європейських країнах бізнес-організації відповідають за моніторинг та спрямування підприємницької діяльності, видачу дозволів, ліцензій та технічних регламентів, розробку та забезпечення дотримання правил і стандартів професійної діяльності, а також переслідування недобросовісних учасників ринку [22].

Європейський досвід організації експортної політики свідчить про те, що держава повинна посилити підтримку експортерів. У запропонованому напрямі посилення ролі МСП у регіональній системі потребує поглиблених досліджень, зокрема визначення узгодженого комплексу інструментів підтримки експорту як на регіональному, так і на національному рівнях.

Перспективним напрямом подальших досліджень є аналіз окремих складових експортної інфраструктури МСП та їх теоретичний і практичний розвиток. Разом з тим, європейська інтеграція України зумовить зміну пріоритетів політики підтримки експортерів у регіоні з метою посилення конкурентних позицій українських малих

підприємств на європейському ринку та захисту внутрішнього ринку через розвиток інструментів підтримки експорту.

3.2 Стратегія розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції

Впровадження та використання інновацій та техніко-технологічних рішень є необхідною умовою сучасного розвитку будь-якого підприємства, галузі чи країни, оскільки їх активізація визначає загальний рівень конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Адже широке впровадження інновацій сприяє підвищенню продуктивності праці, економії всіх видів ресурсів, зниженню собівартості та цін на сільськогосподарську та харчову продукцію, збільшенню обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та підвищенню ефективності аграрного виробництва, що впливає на інвестиційну привабливість.

Незважаючи на нестабільність інноваційної діяльності, українське сільське господарство намагається інтегрувати результати передових науково-технічних розробок та застосовувати їх у власному виробництві.

Тому, відповідно до останніх тенденцій, відродження тваринницького сектору має робити акцент на використанні інноваційних технологій та технологій відновлюваної енергетики, таких як сонячні, вітрові та біогазові установки.

У нинішніх умовах доречно звернутися до досвіду інноваційної діяльності зарубіжних агробізнесів, яка ґрунтується на таких напрямках розвитку

- 1) раціональне та ефективне використання кормів і підвищення їх якості
- 2) впровадження енергоємних та енергозберігаючих технологій.

Аналіз сучасної практики зовнішньоторговельних відносин показує, що адміністративні бар'єри доступу підприємств на міжнародні ринки поступово лібералізуються і водночас зростає низка неформальних бар'єрів, зумовлених історичними, ментальними та економічними чинниками, які можуть бути подолані або прийняті та реалізовані з урахуванням організаційних та економічних можливостей експортера [21].

Тому, враховуючи необхідність подолання різного набору бар'єрів для виходу на зовнішній ринок, експортна стратегія підприємств створюється для вирішення таких основних завдань

- 1) Виконання адміністративних вимог зовнішніх ринків (сертифікати, ліцензії);
- 2) Зміна технології виробництва відповідно до критеріїв якості та безпечності продукції та потреб споживачів на зовнішніх ринках;
- 3) Дослідження непрямих шляхів виходу на ринок обраної країни;
- 4) продовження терміну початку експортної діяльності.

Стратегія подолання бар'єрів виходу на міжнародний ринок визначається рівнем зовнішніх ринкових бар'єрів та внутрішньою спроможністю компанії подолати існуючі бар'єри. Оскільки зовнішні ринки відрізняються за кількістю бар'єрів, їх носіями та висотою, стратегія подолання бар'єрів виходу на ринок розробляється з урахуванням цих бар'єрів [19].

Залежно від наведених вище даних, ми пропонуємо чотири основні альтернативні стратегії подолання бар'єрів виходу на зовнішні ринки, а саме

- 1) Стратегія адаптації до вимог зовнішнього ринку;
- 2) Стратегія обходу бар'єрів входу на зовнішні ринки;
- 3) непряма стратегія виходу на зовнішні ринки;
- 4) стратегія розширеного проникнення на зовнішній ринок.

Ці стратегії детально розглянуті нижче. Під стратегією адаптації до вимог зовнішніх ринків слід розуміти довгостроковий план, спрямований на постійну реалізацію стратегічних дій з розробки плану вимог, виконання яких є обов'язковою умовою доступу на відповідний зовнішній ринок, зокрема тих, що стосуються майбутнього об'єкта угод та здійснення адміністративних процедур, а також способу організації доступу продукції на ринок. Ці вимоги висуваються різними організаціями (державою, споживачами, конкурентами тощо) і впливають на безпеку компанії, якість продукції, мінімальний обсяг закупівлі тощо.

Реалізація стратегії адаптації до вимог зовнішнього ринку полягає в пристосуванні предмета контракту і процедури виходу на зовнішній ринок до офіційних вимог і традицій цього ринку.

Виробничі стратегії розробляються та впроваджуються з метою адаптації продукції до потреб зовнішніх ринків на основі технічних вимог кожного конкретного зовнішнього ринку.

Маркетингова стратегія, яка підтримує вихід компанії на зовнішні ринки, є недиференційованою маркетинговою стратегією, що базується на низці маркетингових заходів, спрямованих на задоволення основних потреб споживачів, які розглядаються як однорідна група.

У логістичній стратегії стратегія загальної оптимізації логістичних витрат спрямована на зниження витрат шляхом вибору найкращого логістичного рішення в кожній логістичній функції та підтримує адаптивну стратегію для подолання бар'єрів для входу на ринок.

Стратегія низьких цін допомагає створити конкурентну перевагу для м'ясної продукції на висококонкурентних ринках і на ринках з низькою купівельною спроможністю споживачів.

Залучення м'ясопереробних компаній до реалізації інвестиційних програм у країнах-імпортерах є інвестиційною стратегією, яка підтримує адаптаційні стратегії, спрямовані на подолання бар'єрів доступу до зовнішніх ринків. Наразі уряди африканських країн активно залучають іноземних інвесторів до участі в інвестиційних проектах на основі державно-приватного партнерства (ДПП) для підтримки реалізації національної політики, спрямованої на постачання товарів на внутрішні ринки та розвиток внутрішнього виробництва.

Ми рекомендуємо розглядати обхідну стратегію доступу до зовнішніх ринків як довгостроковий план послідовної реалізації стратегічних заходів для досягнення стратегічної мети - виходу на високобар'єрні транзитні ринки.

Ця стратегія застосовується до ринків, які є закритими для українського імпорту м'яса, але привабливими завдяки високій ефективності виходу на них. До типових бар'єрів, що перешкоджають імпорту м'яса на певні зовнішні ринки, належать неузгодженість системи контролю за хворобами тварин та транскордонних перетинів у пандемічних зонах; довготривала реєстрація країн та суб'єктів, яким дозволено імпортувати продукцію до цієї країни; неузгодженість формату ветеринарного

сертифікату та вимог щодо максимального вмісту небезпечних речовин у кінцевому продукті; бюрократичні дозвільні процедури в країні-імпортері тощо. Так, згідно з аналітичними дослідженнями, Південно-Африканська Республіка визначена як перспективний ринок для імпорту м'яса птиці та свинини з України. Однак імпорт м'яса з України на ринок ПАР заборонений через відсутність належного ліцензування м'ясної продукції. Ліцензії на імпорт видаються за результатами перевірок ветеринарної служби України, підприємств з виробництва комбікормів та підприємств з виробництва м'яса і м'ясопродуктів потенційних експортерів м'ясної продукції до ПАР [22].

Тому обхідна стратегія подолання вхідних бар'єрів реалізується за допомогою різних методів, зокрема

- виробнича кооперація з компаніями, що виробляють м'ясо та м'ясні продукти в країні транзиту
- прямі інвестиції для створення виробничих потужностей у країні призначення;
- поєднання обох методів.

Виробнича кооперація означає, що українські виробники м'яса постачають напівфабрикати на виробничі потужності на ринку країни призначення, де вони переробляються зі зміною товарного коду і потім продаються на цьому ринку. Різниця в рівні вхідних бар'єрів для напівфабрикатів та готової продукції визначає економічну ефективність цього методу.

Крім того, закриття нігерійського ринку для імпорту м'ясної продукції активізувало розвиток стартап-проектів з будівництва потужностей з виробництва м'яса та м'ясопродуктів за участю українських інвесторів.

Узагальнення стратегій виходу компанії на зовнішні ринки дозволило визначити доцільну послідовність їх реалізації, яка залежить від рівня бар'єрів на зовнішньому ринку та спроможності компанії подолати вхідні бар'єри.

Показано, що якщо компанія не має необхідних ресурсів, зокрема компетенцій, для подолання бар'єрів на зовнішніх ринках, доцільно реалізовувати комплексну стратегію проникнення як комплекс підготовчих заходів для забезпечення майбутнього доступу на цільовий зовнішній ринок [18].

Запропонована логіка послідовного впровадження стратегій приєднання визначає послідовність етапів реалізації залежно від внутрішніх можливостей компанії. Так, якщо відсутні необхідні людські, фінансові та організаційні можливості, варто віддати перевагу реалізації комплексної стратегії входження. Якщо є ресурсний потенціал, але недостатньо компетенцій для подолання бар'єрів виходу на зовнішні ринки, доцільно використовувати стратегію непрямого виходу. Якщо компанія має всі необхідні ресурси для подолання бар'єрів виходу на зовнішній ринок, вона може реалізувати стратегію диверсифікації або стратегію адаптації. Досвід, набутий компанією у подоланні бар'єрів виходу на міжнародні ринки, також дозволяє їй реалізувати стратегію дивергенції. Залежно від рівня ринкових бар'єрів, ця стратегія може реалізовуватися паралельно зі стратегією непрямого входження [15].

Низький рівень бар'єрів та низькі витрати на їх подолання дозволяють компанії реалізувати стратегію адаптації, яка збалансовує вимоги зовнішнього ринку зі здатністю компанії до них пристосуватися.

Вибір стратегії визначається не тільки періодом реалізації стратегічних цілей, ступенем бар'єрів виходу на зовнішні ринки, але й питаннями, які впливають на здатність подолати бар'єри входу. Наприклад, якщо компанія має достатню компетенцію і здатна самостійно подолати бар'єри виходу на зовнішні ринки, найбільший вплив на експорт матимуть стратегії диверсифікації та адаптації.

Існування бар'єрів, які можна подолати у співпраці з країною-експортером (наприклад, через міжурядові угоди про економічне співробітництво, угоди з ветеринарними регуляторними органами країни-імпортера у формі ветеринарних сертифікатів), спонукає м'ясопереробні компанії впроваджувати стратегії розширеного або непрямого доступу через міжнародних посередників [17].

Бар'єри в країні-імпортері (організація каналів збуту, валюта, мита, бар'єри для конкуренції тощо) змушують компанії використовувати стратегію тривалого входження (якщо імпорт м'ясної продукції в Україну заборонений), стратегію непрямого входження (якщо роздрібні мережі є монополістами, конкуренція є

жорсткою тощо) та стратегію диверсифікації (якщо існують торговельні преференції для третіх країн).

Таким чином, рівень вхідних бар'єрів та суб'єкти, які впливають на можливість подолання вхідних бар'єрів, мають значний вплив на вибір стратегії виходу на ринок.

Галузь тваринництва потребує реорганізації. За даними Державної служби статистики, у 2021 році в Україні налічувалося 2,2 мільйона фермерських господарств, які утримували понад 1 мільйон голів великої рогатої худоби (з них 424 000 дійних корів), 622 свиноферми, 510 овечих ферм та 103 козівницькі ферми.

Кількість підприємств, що займаються переробкою та виробництвом тваринницької продукції, коливається від 600 до 400. Ситуація показує, що більшість підприємств мають проблеми з "вузьким та однорідним" асортиментом продукції, застарілим обладнанням та неефективним управлінням.

Очевидною стала проблема побудови ланцюгів постачання та інфраструктури. Необхідно передбачати внутрішній попит та експортні кластери (локації), створювати відповідні моделі, залучати найкращих фахівців та новітні технології, максимально роботизувати виробничі процеси. З цією метою рекомендується створювати вертикально інтегровані кластери та будувати модульні заводи, що є інновацією у тваринницькому секторі країни.

Тому необхідно терміново відновити тваринницький сектор під час відновлення миру шляхом будівництва 150 типових ферм великої рогатої худоби, 56 свиноферм і 8 птахофабрик, що сприятиме відновленню 120 000 молочних корів, 67 000 свиноматок і 8 мільйонів курей-несучок.

Також необхідно відновити державну підтримку галузі за рахунок видатків державного бюджету шляхом реалізації програм прямої підтримки розвитку тваринництва для стимулювання відновлення коштів населення та відновлення, збереження і розведення поголів'я худоби як джерела створення нових робочих місць, розвитку аграрного підприємництва та забезпечення продовольчої безпеки.

Пропонується запровадити нові напрями державної підтримки після завершення конфлікту, в тому числі дотації на закупівлю племінного поголів'я, (потреба у фінансуванні - 1015,0 млн грн), дотації за утримання худоби та

бджолосімей (потреба у фінансуванні - 4550,0 млн грн) та племінну дотацію за вагу ремонтного молодняку корів та бичків (400 000 грн). Крім того, необхідне фінансування на відновлення пошкоджених (зруйнованих) ферм і тваринницьких комплексів (550 000 грн).

Необхідне фінансування у розмірі 6,15 млрд грн на рік протягом щонайменше трьох років поспіль.

3.3 Обґрунтування рекомендацій розвитку інфраструктури експорту м'ясної продукції на підприємстві «Каштан 4»

Етап підготовки до виходу на ринок у системі стратегічного експортного планування складається з вибору стратегії подолання перешкод на шляху до виходу на обраний ринок та планування логістичної інфраструктури за кордоном. Комплекс заходів, передбачених на цьому етапі, спрямований на подолання перешкод на шляху реалізації стратегії. Найбільш типовими перешкодами у компанії «Каштан 4» є: відсутність чіткої стратегії виходу на зовнішні ринки, переоцінка можливостей компанії, невідповідність технології виробництва продукції потребам зовнішнього ринку, слабка поінформованість споживачів про експортну продукцію компанії, погана організація збуту продукції.

Етап виходу на ринок - це період, протягом якого здійснюється низка організаційних та фінансових заходів, спрямованих на забезпечення виходу експортера на цільовий ринок. Перешкодами для виходу на ринок у компанії «Каштан 4» є: низька рентабельність товару на даному ринку, високі логістичні витрати, проблеми з конвертацією валюти країни-імпортера в іноземну валюту, неможливість своєчасної оплати за поставлений товар.

Найважливішими заходами розвитку фінансового планування є розрахунок загальних витрат, пов'язаних з експортом продукції, забезпечення дотримання цінової стратегії та стратегії подолання бар'єрів входу на ринок, а також управління платіжними та валютними ризиками.

Комплекс організаційних заходів, що вживаються компанією «Каштан 4» при виході на зовнішній ринок, залежить від фінансових можливостей компанії та обмеженості часу, що є в розпорядженні для реалізації обраної стратегії. Відповідно до встановлених критеріїв, система заходів організаційного планування включає заходи, пов'язані з відкриттям представництв на зарубіжних цільових ринках, а також інші форми злиття, поглинання або створення нових потужностей з виробництва м'яса та м'ясопродуктів. Сильна позиція даної компанії на зовнішньому ринку дозволить отримати іноземне фінансування та кредити для укладення зовнішньоекономічних контрактів.

Успішне проходження підготовчого етапу виходу на зовнішні ринки дасть компанії можливість зміцнити свої позиції та збільшити експортний потенціал. Основними перешкодами для виходу компанії на зовнішній ринки є бар'єри конкуренції, обмежені можливості збільшення частки ринку, низькі темпи зростання населення, доходів, купівельної спроможності населення, зростання споживання м'ясної продукції на душу населення тощо.

Дослідження набору та рівня бар'єрів входження компанії на зовнішні ринки виявило широкий спектр можливостей, методів та засобів їх подолання, що зумовило розробку альтернативних стратегій подолання бар'єрів входження, а саме: стратегії адаптації до вимог зовнішніх ринків; стратегії обходу бар'єрів входження на зовнішні ринки; стратегії опосередкованого входження на зовнішні ринки; стратегії входження на зовнішні ринки в довгостроковій перспективі. Характеристика особливостей кожної стратегії гарантує точність їх ідентифікації та корисність в умовах наявності бар'єрів на зовнішніх ринках.

Проведене дослідження умов реалізації запропонованих стратегій подолання бар'єрів входження дозволило сформулювати логічну послідовність реалізації цих стратегій залежно від ступеня бар'єрів на зовнішньому ринку та внутрішніх можливостей підприємства щодо їх подолання. Реалізація стратегій у такій послідовності забезпечує раціональне використання ресурсів компанії, послідовний розвиток навичок для подолання бар'єрів для входу та мінімізації вхідних витрат.

Процес виходу на зовнішній ринок є синтезом реалізації комплексу заходів на кожній з наступних фаз: вивчення зовнішнього ринку; підготовка до виходу на ринок; вихід на ринок; закріплення на ринку. Враховуючи, що кожна з цих фаз пов'язана з комплексом адміністративних, організаційних, фінансових, ментальних та матеріально-технічних перешкод, успішна реалізація фаз гарантується лише за умови розробки комплексу заходів, спрямованих на досягнення мети кожної фази.

Система заходів стратегічного плану, спрямованих на подолання бар'єрів на кожному етапі процесу виходу на зовнішній ринок, дає можливість визначити ресурси, визначити етапи, оцінити витрати та спрогнозувати ефективність реалізації обраної стратегії виходу на зовнішній ринок на основі усунення його бар'єрів.

Ефективний вихід вітчизняних фірм на міжнародні ринки та їх довгострокова життєздатність залежать від наявності ефективної стратегії подолання бар'єрів входу. Стратегія, про яку йдеться, - це довгостроковий план послідовної реалізації стратегічних заходів, спрямованих на задоволення комплексу вимог міжнародних ринків, який визначає пріоритети, джерела ресурсів та шляхи їх отримання, а також послідовну реалізацію заходів, що забезпечують відповідність підприємства регуляторним, економічним та інституційним вимогам. Розробка такої стратегії має базуватися на послідовній реалізації конкретних заходів на кожному з наступних етапів: визначення носіїв бар'єрів та суб'єктів, що впливають на їх подолання, оцінка рівня бар'єрів виходу на зовнішні ринки, порівняльна характеристика бар'єрних характеристик кожного зовнішнього ринку, узагальнення внутрішніх бар'єрів виходу на міжнародні ринки, оцінка витрат на подолання бар'єрів виходу, оцінка бар'єрів входу, визначення системи організаційних, фінансових, конкурентних, репутаційних ресурсів для подолання бар'єрів міжнародної торгівлі тощо.

Основними бар'єрами для національних виробників м'яса та м'ясопродуктів на міжнародних ринках є відсутність міжурядових угод, брак інформації (про ціни, конкурентів, попит тощо) та нестача фінансових ресурсів. Серед бар'єрів, з якими стикаються країни-імпортери (бар'єри входу на ринок), найбільш важливими є вимоги до стандартизації виробничого процесу та продукції (м'яса та м'ясопродуктів), різні торговельні традиції та високі митні бар'єри. Виявлення низки цих бар'єрів сприятиме

раціональному використанню обмежених ресурсів при формуванні стратегії виходу компаній на міжнародні ринки.

ВИСНОВКИ

Ринок м'яса є невід'ємною частиною національного агропродовольчого ринку і являє собою широке та специфічне середовище для розвитку ринкових відносин, в якому задіяні практично всі громадяни, незалежно від їх національності, традицій харчування, соціально-економічного статусу та рівня доходів. Розвиток національного ринку м'яса та м'ясопродуктів перебуває під значним впливом світових тенденцій. Тому важливим є дослідження його поточного стану та прогнозування основних показників світового ринку [2].

Ринок м'ясної продукції тваринництва слід розглядати як сукупність обмінних відносин всередині м'ясопродуктового підкомплексу та між ним і зовнішніми споживачами продукції. Ринок м'ясної продукції тваринництва виконує такі функції регулювання обсягів виробництва, забезпечення виробників інформацією про попит і пропозицію продукції, сприяння зростанню обсягів виробництва за рахунок раціонального використання матеріальних ресурсів, стабілізація цін на промислову продукцію, зниження виробничих витрат на одиницю продукції, забезпечення прибутковості кожного підприємства, що працює ефективно, і сприяння прискоренню науково-технічного розвитку галузі [3].

Виробництво м'яса є одним із видів економічної діяльності, що забезпечує продовольчу безпеку країни, є джерелом зростання ВВП та задовольняє важливі фізіологічні потреби в харчуванні. Розвиток виробництва м'яса та м'ясопродуктів є індикатором стану розвитку сільськогосподарського виробництва в країні, а також показником добробуту населення та купівельної спроможності країни.

Виробництво м'яса в Україні має достатній потенціал для подальшого зростання експорту, але сукупність бар'єрів для виходу на міжнародні ринки обмежує це зростання.

Експорт товарів становить близько 81% від загального обсягу експорту України, більшість з яких є традиційними товарами, такими як сільськогосподарська продукція, метали та мінеральні продукти, а також продукція машинобудування. Аналіз динаміки українського експорту показує, що розвиток експорту протягом

останнього десятиліття відбувався виключно за рахунок посилення торгівлі цими товарами [2].

Заходи, необхідні для пожвавлення сектору, включають спрощення торговельних процедур, маркетинг та маркування сільськогосподарської продукції, а також активну участь у міжнародних торговельних ярмарках та виставках. Для збільшення обсягів торгівлі та залучення інвестицій Україна повинна краще використовувати преференційні заходи, передбачені чинними угодами про вільну торгівлю, та розпочати переговори про укладення нових угод.

Покращення умов виходу на ринок та доступу до нових ринків, розвиток і створення нових економічних можливостей та гармонізація регуляторної бази сприятимуть створенню нових робочих місць та подальшому зростанню української економіки.

Ефективність виходу та діяльності українських компаній на тому чи іншому зовнішньому ринку залежить від ефективності розробки та реалізації стратегії подолання бар'єрів. Пропонуються наступні альтернативні стратегії: стратегія адаптації (низка покрокових заходів, пов'язаних з розробкою плану виконання вимог, які є передумовою виходу на відповідний зовнішній ринок, зокрема вимог щодо сфери майбутньої господарської діяльності та здійснення адміністративних процедур і способів доставки продукції), обхідна стратегія (вихід через транзитні ринки), стратегія непрямого виходу (розвиток багатоканальних ланцюгів дистрибуції та логістики), стратегія опосередкованого виходу (розвиток багатоканальних ланцюгів дистрибуції та розвиток мережі дистриб'юторських та логістичних послуг). Вибір компанією того чи іншого типу стратегії залежить від багатьох факторів, зокрема від ступеня вхідних бар'єрів на потенційному ринку та здатності компанії подолати вхідні бар'єри.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна збільшила експорт м'яса на 45%. УНІАН: офіційний сайт. URL: <https://economics.unian.ua/agro/2064394-ukrajina-zbilshila-eksport-myasa-na-45.html>
2. Маховський, Д. В. Сучасні тенденції розвитку регіонального ринку м'яса в Україні / Д. В. Маховський. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки: зб. наук. пр. / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2017. Вип. 33. С. 58-64.
3. Україна стала лідером з експорту м'яса птиці Євросоюзу /. URL: до <https://day.kyiv.ua/uk/news/130318-ukrayina-stala-liderom-z-eksportu-myasa-ptyci-do-yevrosoyuzu>
4. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність м'ясного скотарства України: теорія і практика: моногр) П. Р. Пуцентейло. Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2011. 420 с.
5. Аверчева Н. О. Економічні проблеми і перспективи європейської інтеграції м'ясного птахівництва України. Науковий вісник Ужгородського національного університету /. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_1_2016ua/3.pdf
6. Тюха І. В., Полінчик-Ярова Т. В. Стан, тенденції і перспективи розвитку українського експорту продукції АПК. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2019. Т. 25. No 1. С. 56-64. DOI: <https://doi.org/10.24263/2225-2924-2019-25-1-7>
7. Гераймович В. Л., Гуменюк І. Л., Кубай О. Г. Сучасний стан розвитку галузі та експорту продукції тваринництва України. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. No 5. С. 36-45.
8. Пати́ка Н. І., При́б К. А. Світовий ринок продуктів тваринного походження та напрями посилення позицій України на ньому. Modern Economics. 2019. No 13. С. 194-200. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/5652/patyka.pdf?sequence=1&isAllowed>

9. Іщук С. О. Проблеми і перспективи розвитку м'ясопереробних виробництв в Україні. Соціально- економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. 2019. Вип. 6(140). С. 3-9. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2019-6-1>

10. Товарна структура зовнішньої торгівлі України. Державна служба статистики України: сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt0720_u.htm

11. Інтеграція України до внутрішнього ринку ЄС в умовах війни <https://www.kas.de/documents/270026/22934445/UA+2023+UCEP+Ukraine%27s+integration+into+the+EU+internal+market+in+the+condition+of+war+challenges+and+opportunities+.pdf/ca22c1d7-45ee-3e2c-d874-bd8dfb1a1710?version=1.0&t=1686055086884>

12. Регулювання ринку м'яса. Зелена книга https://cdn.regulation.gov.ua/d5/97/6a/21/regulation.gov.ua_Регулювання%20ринку%20м'яса%20WEB.pdf

13. Демченко В.В. Проблеми формування інституційного середовища інноваційного розвитку регіонів. Регіональна економіка. 2017. No2. С. 59–70.

14. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво : монографія. З.С. Варналій. Київ : Знання України, 2015. 463 с.

15. Чижиков Г.Д. Бізнес-асоціації в умовах інтеграції України в світове господарство : автореф. дис. докт. екон. наук : 08.05.01. Донецьк, 2016. 40 с.

16. Olson M. Power and Prosperity: Outgrowing Communist and Capitalist Dictatorships. New York, Basic Books, 2010. 360 p.

17. Doner R., Schneider B.R. Business Associations and Economic Development: Why Some Associations Contribute More Than Others . Business and Politics. 2010. Vol. 2. P. 261–288. URL: https://www.researchgate.net/publication/4985234_Business_Associations_and_Economic_Development_Why_Some_Associations_Contribute_More_Than_Others (дата звернення 26.01.2019).

18. Лужанська Т. Підвищення спроможності галузевих/професійних громадських органі- зацій як важливий фактор розвитку національного бізнесу. Матеріали II Міжнародної конфе- ренції «Членство України в СОТ: перспективи для

національного малого та середнього бізнесу» URL:
www.wto.inform.org.ua/files/850.ppt (дата звернення 26.01.2019).

19. Гурняк І.Л. Торгово-промислові палати у системі зовнішньоекономічних зв'язків України : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.05.01. Київ, 2014. 24 с.

20. Биковець В. Вплив громадських об'єднань підприємців на становлення і розвиток малого та середнього бізнесу в Україні: регіональний аспект. Економіка та держава. 2017. №4. С. 23–25.

21. Плєсков М. Світова практика громадських об'єднань підприємців. Рейтинг. 2016. №17. С. 4–9

22. Долгальова О.В., Девятка В.В. Удосконалення діяльності бізнес-асоціацій як не- від'ємної складової інфраструктури підтримки підприємств малого бізнесу в Україні. Економічний вісник НТУУ «КПІ». URL:
http://economy.kpi.ua/files/files/12_kpi_2008.pdf (дата звернення 01.02.2019).

23. Сегментація закордонного ринку // Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. 2006. URL: <https://library.if.ua/book/54/3914.html>.

24. Стратегии проникновения на внешний рынок, характеристика и условия использования. URL: <https://studfiles.net/preview/5623372/page:2/>.

25. Швагер О.Р. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств: формування методики аналізу. 2017. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/89.pdf>

26. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 2008. 720 с. URL:
http://pidruchniki.com/1043101641715/marketing/marketingovi_doslidzhennya.

27. Кобєлева Т.О. Світові фінансові, валютні, кредитні та товарні ринки: особливості розвитку, планування, ціноутворення, облік та оподаткування. 2016. URL:
http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/khpi_Press/30772/1/Kobeleva_Koniuktura_mizhnarodnoho_2016.pdf.

28. Конъюнктура рынка // Основы национальной экономики. URL:
<http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/konyunktura-rynka.html>.

29. Ігнатюк А. І. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник К.: ВПЦ "Київський університет", 2015. 448 с.

30. Статистика рынка товаров и услуг: Учебник / Под ред. И. К. Беляевского. М: Финансы и статистика, 1995.

31. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.1991 No 959- XI (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, No 29. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

32. Кожевникова Л. К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю // Економіка та держава. 2014. No 8. С. 85-88. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_8_21.

33. Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия как объект стратегического анализа. URL: <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/4121-strategiya-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-predpriyatiya-kak-ob-ekt-strategicheskogo-analiza.html>.

34. Базові стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: сутність, характеристика. URL: <https://studfiles.net/preview/3904143/>.

35. Пітель Н. Я. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в умовах глобалізації // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2015. Вип. 87(2). С. 120 - 128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zhpumus_2015_87%282%29_17.

36. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход // Классики кейнсианства. М., 1997. Т. II. 466 с.

37. Оболенцева Л.В. Кон'юктурні дослідження галузевого ринку: підручник Х.: ХНАМГ, 2010. 249 с.

38. Левицький В.В. Формування стратегій розвитку підприємств на засадах прогнозування кон'юктури ринку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук.: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)". Львів, 2008. 24 с.

39. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Соломенцев И. А. Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг // Научное издание. Одесса: ОГЭУ, 2006. 205 с.

40. Бодров В.Г., Балдич Н.І, Гусєв В.О. Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку: наук. метод. К.: НАДУ, 2011. 80 с.
41. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua/>.
42. Експортна стратегія України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-ua>.
43. Войчак Д.А. Сегментно – структурні зрушення в інфраструктурі агропродовольчого ринку України / Д.А. Войчак // Економіст. – 2015. – № 7. – С. 27–30.
44. McKinsey Global Institute, Infrastructure Productivity: How to Save \$1 Trillion a Year, January 2013.
45. Обеспечение инклюзивности и эффективности агропродовольственных систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://www.fao.org/about/what-we-do/so4/ru/>.
46. Fortune Global 500. Food production. Food Consumer Products [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fortune.com/global500>.
47. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства і сільських територій в Україні на 2015–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/node/16025>.
48. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
49. Україна від кризи до економічного зростання. План модернізації України. Федерація роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://modernization.fru.org.ua/ua>.
50. European Commission website. URL: <https://ec.europa.eu>.

ДОДАТКИ

Додаток А

1. Robert P. Bentz (University of Illinois at Urbana-Champaign): Acquiring and managing financial resources, 2007

The author of the book proves the importance of the effectiveness in the management of the financial resources for the corporations. He claims that The major financial concerns of an extension organization can be described rather simply:

Extension organizations have too few financial resources, given the nature and size of their missions;

Managers and other staff members do not know and apparently cannot find out how many resources are available for use in dealing with a particular problem or program activity;

2. Mick Broadbent, John Cullen: Managing Financial Resources, 2013

The book creates a very good basis for the research of our current topic, because it addresses the complicated issues of financial planning and control. These include performance measures and cost analysis, methods of improving profitability and techniques of financial monitoring and control. Real examples and case studies are used throughout to illustrate points in a practical context.

3. Franco Modigliani and Merton H. Miller: The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment, 2010

The main point of the authors is that the “cost of capital” to a firm in a world in which funds are used to acquire assets whose yields are uncertain. Rational decision-making which are equivalent under certainty has two criteria, namely the maximization of profits and the maximization of market value. According to the first criterion, a physical asset is worth acquiring if it will increase the net profit of the owners of the firm. But net profit will increase only if the expected rate of return, or yield, of the asset exceeds the rate of interest. According to the second criterion, an asset is worth acquiring if it increases the value of the

owners' equity, i.e., if it adds more to the market value of the firm than the costs of acquisition.

4. Norton, George. Introduction to Economics of Agricultural Development: a textbook / G. W. Norton. W. Norton. - New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill, Inc., 1993.

Economics of agriculture and agro-industrial business. Theory and strategies of agricultural development. Economic aspects. Problems of environmental protection. Credit and pricing policies. Trade and agricultural development. Production of agricultural products. Pricing, profits. Macroeconomics. Credit.

5. Porter, Michael. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. Porter. Porter. - New York: The Free Press A Division of Macmillan, Inc.; London: Collier Macmillan Publishers, 1985.

Industrial management, competition, and economic planning strategies. The author of this book is Michael Eugene Porter (1947), an American economist and professor of business administration at Harvard Business School. He developed the theory of competitive advantage of countries and is a specialist in the study of economic competition, including competition in international markets.

6. Szita, János. Perspectives for all-European economic co-operation / J. Szita. Szita; translator K. Ravasz. - Leyden: A. W. Sijthoff; Budapest: Akadémiai Kiadó, 1977.

The book is devoted to economic co-operation between European countries. The author describes the main changes in the world and their impact on the economic co-operation of European countries, reveals the main features and aspects that can set the direction for co-operation, considers the main possible areas where countries can co-operate, as well as the mechanisms and institutional systems of co-operation.

7. Lipnack, Jessica. The teamnet factor: bringing the power of boundary crossing into the heart of your business / J. Lipnack, J. Stamps. - Essex: Oliver Wight Publications, Inc, 1993.

For successful business and mutually beneficial co-operation, the authors suggest creating partnership networks with other companies, competitors, suppliers, customers, regional and international partners, and provide practical information on how to quickly start working in a team and what methods to use to select partners.

8. How Accounting Works: a Guide for the Perplexed / J. D. Edwards [et al.]. - Homewood, Illinois: DOW JONES- IRWIN, 1983.

Fundamentals of Accounting. Accounting system. Share capital. Calculation of profit in merchandising companies. Non-current assets. Analyses of financial statements. Measuring profits in manufacturing companies. Planning and productivity analyses. Cost and profit analyses.

9. Golzen, Godfrey. Working for yourself: the Daily Telegraph guide to self-employment / G. Golzen. Golzen. - 11th ed. - London: Kogan Page, 1989.

The first part of the book is devoted to the basic principles of business and is intended for those who have decided to start a small business. The second part deals with specific self-employment opportunities, which are divided into those requiring capital investment and those requiring minimal investment.

10. Frank, Robert. Microeconomics and behaviour / R. H. Frank. - New York; St. Louis; San Francisco: McGraw-Hill Book, Inc., 1991.

Textbook on microeconomic analysis. The problems of consumer choice, the role of disinterested motives in personal behaviour, the role of the state in regulating market economy, the problems of time choice and choice under uncertainty are considered in detail. The theory of the firm, production costs, price formation under conditions of different markets and factors of production are presented in detail. All the main issues are considered with the use of specific tasks.

11. Debelak, Don. Total marketing: capturing customers with marketing plans that work / D. Debelak. Debelak. - Homewood, Illinois: Dow-Jones-Irwin, 1989.

A book for managers and employees of client-oriented companies, small businesses and retail shops. It consists of four parts: analysing the business, developing a marketing strategy and its implementation in the business, making an effective marketing plan.

SUMMARY

The diploma work "Creation of a modern infrastructure for the export of meat products of Ukraine", written by Maria Korniakova, has a high level of quality and consists of 3 parts. The essence of the export infrastructure of agro-industrial products as a factor of the country's competitiveness, directions of Ukraine's integration into the EU internal market of agro-industrial products in the conditions of war, state regulation of the market of meat and meat products are clarified and specified

The article comprehensively analyses the market of meat and meat products in Ukraine in the current conditions, the state and export potential of the meat industry of Ukraine, and the infrastructure for supporting exports and international trade for meat producers. The author also substantiates the directions of development of state support for the export of meat and meat products in Ukraine, the main provisions of the strategy for the development of meat export infrastructure. Recommendations for the development of meat export infrastructure at the Kashtan 4 enterprise are described.

Keywords: international activity, management, export, infrastructure, meat products.

КОРОТКИЙ ЗВІТ ПОДІБНОСТІ

За результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагіатною інтернет-системою Unicheck



Ім'я користувача:
Міжнародної торгівлі і маркетингу Іщенко Анна

ID перевірки:
1016006303

Дата перевірки:
14.12.2023 16:15:46 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
14.12.2023 16:23:30 EET

ID користувача:
100005724

Назва документа: Корнякова М.М. Створення сучасної інфраструктури експорту м'ясної продукції України

Кількість сторінок: 61 Кількість слів: 12705 Кількість символів: 99701 Розмір файлу: 79.82 KB ID файлу: 1015690882

10.9% Схожість

Найбільша схожість: 3.94% з Інтернет-джерелом (http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_11/economic_11_2.pdf)

9.97% Джерела з Інтернету 318 Сторінка 63

7.18% Джерела з Бібліотеки 204 Сторінка 66

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

КОПІЯ ТЕЗ ДОПОВІДІ

Корнякова М. М.

«Міжнародна торгівля та маркетинг» 5 курс

Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – д. е. н., завідувач, професор кафедри міжнародної

торгівлі і маркетингу

Циганкова Т. М.

СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

Недостатня увага до формування ефективних моделей функціонування та розвитку інфраструктури, а також брак інвестиційних капіталовкладень у дану сферу призвели до того, що в Україні сучасний стан інфраструктури характеризується глибокими інституційними й організаційно-економічними провалами, нездатністю забезпечувати об'єктивне ціноутворення в аграрній сфері, стійку взаємодію усіх учасників сільськогосподарського виробництва та безперешкодний рух аграрної продукції за усіма ланками продовольчого ланцюга. Це погіршує стан продовольчої безпеки в країні та світовій економіці в цілому, адже за рядом продовольчих товарів Україна посідає провідні позиції на глобальному ринку.

Отже, сучасна глобальна інфраструктура — це комплекс галузей по-кликаних забезпечувати ефективне функціонування всіх секторів світової економіки і попереджувати проблеми розвитку (глобальні, регіональні, ринкові, секторальні). Оскільки одним з чинників розв'язання глобальної продовольчої проблеми є готовність інфраструктури забезпечити ринкові відносини щодо продукції АПК, то інфраструктура глобального аграрного ринку є надважливим компонентом. Об'єктивність потреби у функціонуванні глобальної інфраструктури

агропродовольчого ринку (ГІАР) не оминати, адже виробництво продовольства не може бути призупинено з огляду на колосальні ризики масової загибелі населення від голоду або зниження до небезпечного рівня здоров'я нації через неповноцінне харчування є найстрашнішим з усіх ризиків. До ключових рис ГІАР відносимо:

- обслуговуючий характер;
- залежність місткості ринку від рівня розвиненості інфраструктури;
- нерівномірність та асиметричність розвитку;
- складність визначення кількісних параметрів;
- необхідність випереджаючого розвитку відносно ринку.

Нині у вітчизняному АПК виробляється понад 10 % ВВП України, забезпечується близько 40 % притоку валютної виручки та 95 % місцевого населення продуктами харчування. Динаміка частки випуску продукції сировинної і переробної галузей сільського господарства у ВВП України в останні десятиліття характеризувалась циклічністю. Зокрема, у період 2000—2007 рр. відбулось зменшення з 30,9 % ВВП (54,3 млрд грн) до 15,2 % (109,9 млрд), але далі зросла до 27,5 % (544,2 млрд) у 2015 р., однак з подальшим циклічним падінням до 23,7 % (707,8 млрд) у 2017 р. Це засвідчує як низьку диверсифікованість економіки, так і активний пошук вітчизняними виробниками ніш на динамічному глобальному ринку. Це призвело до значного посилення в останні роки міжнародної аграрної спеціалізації України у системі міжнародного поділу праці і значної деіндустріалізації вітчизняної економіки. Українська недиверсифікована структура обумовлює втрату стійкості до кон'юктурних коливань глобальних сировинних ринків і можливостей стійкого розвитку.

Сучасні кількісні й якісні параметри функціонування агропромислових бірж значно поступаються міжнародній практиці, що засвідчує практичну відсутність в Україні повноцінного біржового обігу аграрної продукції, значний брак локальної концентрації попиту і пропонування та високоефективної організації торговельних операцій. Ключовими причинами гальмування розбудови масштабного за обсягами і диверсифікованого за структурою біржового сегменту сільськогосподарської торгівлі слід визначити:

- наявність значних труднощів зі зберіганням готової продукції;
- відсутність чіткого профілю спеціалізації;
- значний брак матеріально-технічної бази сультивного забезпечення й інформаційно-консультативного забезпечення;
- повільні темпи впровадження форвардних, ф'ючерсних й опціонних контрактів;
- слабка зацікавленість трейдерів і некомпетентність виробників;
- орієнтація керівників аграрних компаній на операції у тіньовому секторі для мінімізації податкових платежів й економії фінансових ресурсів.

Відносно новою інституційною формою ІАР в Україні є оптові ринки сільськогосподарської продукції. У їх будівництво приватними інвесторами було вкладено близько 1 млрд грн, з яких 365 млн грн компенсовано з державного бюджету. Статус даних інституцій отримали 12 суб'єктів господарювання у 10 регіонах України, однак реально працюють лише два — оптові ринки «Столичний» у Києві та «Шувар» у Львові. На жаль, ринок «Господар» (м. Донецьк) частково зруйнований і не функціонує, адже перебуває на тимчасово окупованій території, а «Азовський» (м. Маріуполь) розташований поблизу лінії розмежування, а тому має незначні обсяги товарообігу, низьку завантаженість торговельних площ і брак оптових покупців. Утім, ці об'єкти оптових ринків є перспективними, адже за структурними, функціональними, організаційними і технологічними характеристиками щодо приймання й обслуговування вантажопотоків найбільшою мірою відповідають потребам середніх і великих сільськогосподарських виробників.

Такий стан призводить до того, що малі та середні вітчизняні сільгоспвиробники відчують значний брак інфраструктурних можливостей реалізації продукції. І хоча у період 2000-2017 рр. частка домашніх господарств у загальному випуску сільськогосподарської продукції в Україні скоротилась з 61,8 до 39,5 % на тлі зростання частки нефінансових корпорацій і сектору загального державного управління, однак селяни і фермери виробляють нині до 80 % молока, 43 % м'яса, 95 % картоплі, 84 % інших овочів, 85 % плодів та ягід. Усі вони потребують розвинутих оптових ринків з метою збуту вироблених сільськогосподарських товарів,

і з року в рік ці потреби зростають. У даному контексті варто відзначити, що з загальної кількості особистих селянських господарств країни лише близько 20 % є ринково орієнтованими, а 41 % є напівкомерційними дрібними господарствами.

Висхідною точкою інфраструктурної ескалації в Україні має стати розвиток дорожньої і транспортної інфраструктури. Нині вітчизняні сільськогосподарські виробники відчують значний брак якісного автомобільного і залізничного транспортного обслуговування, особливо у пікові періоди сільськогосподарських кампаній, відсутність транспарентного ринку агроперевезень, а також потерпають від украй неякісних транспортних послуг. Хоча транспортні послуги формують близько 12 % ВВП України, тут сконцентовано майже 15 % сукупних виробничих фондів і близько 6 % сукупної робочої сили, однак має спостерігатися низький рівень використання транзитного потенціалу (70 %) та потенціалу транспорту загального користування (50 %). При цьому, не дивлячись на високу частку у валютних надходженнях частка сільськогосподарської продукції у загальному обсязі вантажоперевезень залізничного транспорту становить лише 11 %, а автомобільних перевезень — 14 %. Крім морального та фізичного старіння головними причинами, що гальмують розбудову ефективного логістичного обслуговування сільськогосподарського виробництва, найчастіше називаються такі:

- порушення графіків доставки аграрної продукції;
- значний брак тягової сили і рухомого складу;
- постійно зростаючі транспортні тарифи, у т.ч. «Укрзалізниці»;
- посилення непрогнозованих природньо-кліматичних ризиків;
- недостатня потужність вітчизняних елеваторів;
- втрати вітчизняного морського і річкового флоту та портової інфраструктури.

Аграрна інфраструктура спроможна підвищити економічну ефективність сільськогосподарського виробництва. Втрати сільськогосподарської продукції на різних ланках продовольчого ланцюга досягають 20 дол. США на кожну тонну сільськогосподарської продукції, або 600 млн дол. на рік з урахуванням нинішніх обсягів експортних поставок вітчизняних аграріїв на світові ринки. Як свідчить досвід держав Західної Європи і Північної Америки, розвиток транспортно- логістичного

сектору дає змогу знизити витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи на 15—20 % за одночасного збереження матеріального потоку, прискорення швидкості обігу матеріальних ресурсів на 20—40 % і скорочення їх запасів на 50—200%.

Література:

1. Бородіна О.М. Інтеграція дрібних сільськогосподарських виробників до агропродовольчих ланцюгів доданої вартості: методологічні підходи та емпіричні дослідження / О. М. Бородіна // Економіка і прогнозування. 2014. №2. С. 73-84.

2. Вострякова В. І. Актуальність упровадження концепції управління агропродовольчими ланцюгами постачання для мінімізації втрат підприємств АПК / В. І. Вострякова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Випуск 7. Частина 1. С. 68–71.

3. Маслак О. Бюджетування агровиробництва — 2017 / О. Маслак // Пропозиція. 07.01.2017. URL: <http://propozitsiya.com/ua/byudzhetuvannya-agrovyrubnyctva> 2017.

4. Присяжнюк Н. О необходимости и направлениях углубления аграрной реформы / Н. Присяжнюк, П. Саблук, М. Кропивко // Экономика Украины. 2011. № 6. С. 4–16.