

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

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту**

**Кафедра міжнародного обліку і аудиту**

**Галузь знань  
Спеціальність  
Спеціалізація (за наявності)**

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

**Форма навчання: очна (денна)**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА  
КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ УКРАЇНИ  
НА ГЛОБАЛЬНОМУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ**

**здобувачки Яремко Катерини Анатоліївни**

**Науковий керівник: к.е.н., професор Козак Вадим Григорович**

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

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

**Київ 2024**

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного обліку і аудиту

Галузь знань  
Спеціальність  
Спеціалізація (за наявності)

05 Соціальні та поведінкові науки  
051 Економіка  
Міжнародна економіка

**ПОГОДЖЕНО**

Керівник проектної групи (гарант)  
освітньо-професійної програми  
д.е.н., професор Я. М. Столярчук

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувачка кафедри  
міжнародного обліку і аудиту  
д.е.н., професор О. М. Галенко

\_\_\_\_\_ 2024 р.

\_\_\_\_\_ 2024 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

здобувачу вищої освіти Яремко Катерині Анатоліївни

очної (денної) форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

*на тему* «Конкурентна стратегія України на глобальному агропродовольчому ринку»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "07" грудня 2023 р. № 2230-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах наукових праць вітчизняних і закордонних дослідників, статистичних даних, інформації з відкритих джерел.

**План кваліфікаційної бакалаврської роботи**

|                      |  |
|----------------------|--|
| Розділ 1             | Глобальний агропродовольчий ринок: сутність та структура                                   |
| Розділ 2             | Стратегія України на глобальному агропромисловому ринку                                    |
| Об'єкт дослідження:  | конкурентна стратегія України на глобального агропродовольчого ринку                       |
| Предмет дослідження: | комплекс питань щодо конкурентної стратегії України на глобальному агропродовольчому ринку |

**Мета кваліфікаційної  
бакалаврської роботи:**

розробка рекомендацій з вдосконалення конкурентної стратегії  
України на агропродовольчому ринку

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

**У розділі 1** | Визначити сутність та структуру глобального агропродовольчого ринку.

Розглянути показники оцінки конкурентоспроможності країни та галузі на світових ринках.

Дослідити особливості конкуренції країн на світовому агропродовольчому ринку.

**У розділі 2** | Дослідити сучасний стан зовнішньоторговельних відносин України.

Розглянути шляхи та методику виходу агропідприємств України на світовий ринок.

Проаналізувати діяльність агропідприємств України серед світових конкурентів.

**Завдання підготував  
науковий керівник**

\_\_\_\_\_ **Козак В. Г.**

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**Завдання одержав  
здобувач**

\_\_\_\_\_ **Яремко К.А.**

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

## Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 60 сторінок, 3 таблиці, 2 рисунка, список використаних джерел з 40 найменувань, додатки.

### **Конкурентна стратегія України на глобальному агропродовольчому ринку**

*Об'єкт дослідження* – це конкурентна стратегія України на глобального агропродовольчого ринку.

*Предметом дослідження* є комплекс питань щодо конкурентної стратегії України на на глобальному агропродовольчому ринку.

*Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи* є розробка рекомендацій з вдосконалення конкурентної стратегії України на агропродовольчому ринку.

Звідси можна виділити основні *завдання*, які потрібно вирішити:

- визначити сутність і структуру глобального агропродовольчого ринку;
- розглянути показники оцінки конкурентоспроможності країни та галузі на світових ринках;
- дослідити особливості конкуренції країн на світовому ринку агропродовольства;
- здійснити аналіз сучасного стану зовнішньоторговельних відносин України на світовому ринку агропромислової продукції;
- розглянути шляхи та методику виходу агропідприємств України на світовий ринок;
- проаналізувати діяльність агропідприємств України серед світових конкурентів.

*Практичне значення отриманих результатів* Теоретичні та практичні положення дослідження у роботі сформовані у методичних вказівках та практичних рекомендаціях, які можуть бути використані для забезпечення конкурентних стратегій України в контексті виходу на світовий агропродовольчий ринок.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2024

Рік захисту роботи 2024

*Ключові слова:* конкурентоспроможність; агропромисловий ринок; світовий ринок.

**В і д г у к**  
на кваліфікаційну бакалаврську роботу  
здобувачки факультету міжнародної економіки і менеджменту  
освітньої програми Міжнародна економіка  
**Яремко Катерини Анатоліївни**  
на тему: «Конкурентна стратегія України  
на глобальному агропродовольчому ринку»

Сьогодні інтеграція сільського господарства, як напрямку галузі економіки України, в глобальний агропродовольчий ринок з одного боку, розширює можливості суб'єктів господарювання, а з іншого – створює додаткові труднощі для їх успішного функціонування. Так, істотно зростають вимоги до здатності національних виробників успішно конкурувати з іноземними виробниками подібних товарів і одночасно посилюється вплив політичних чинників на їх присутність на зовнішніх ринках. Все це ускладнюється економічною кризою, низькою активністю та ефективністю інноваційної діяльності, відсутністю державної підтримки, недостатнім рівнем управління тощо.

Авторкою на підставі наукових джерел проведено дослідження терміну «ринок» і поняття «аграрний ринок» зокрема, підсистем ринку агропромислової продукції. Для оцінки рівня конкурентоспроможності національного господарства запропоновано використовувати індекси-показники. Визначено різнорівневі особливості, що необхідно враховувати при обґрунтуванні концепції формування конкурентоспроможності підприємства.

Досліджуючи сучасний стан зовнішньоторговельних відносин України на глобальному агропродовольчому ринку здобувачка звертає увагу на неможливість жодної країни ефективно функціонувати відокремленою від інших. Це підтверджується відповідною статистичною інформацією. Визначено шляхи виходу агропідприємств України на глобальний ринок та запропоновано відповідні методики такого виходу. Питання аналізу діяльності агропідприємств України серед світових конкурентів чудово проілюстровано відповідними таблицями.

Висновки, зроблені авторкою за результатами дослідження, трансформовані у пропозиції, які після додаткового опрацювання можливо використати для розробки стратегії України на глобальному агропродовольчому ринку.

До недоліків варто віднести оформлення роботи, місцями стиль викладення матеріалу тощо.

У відповідності до Положення про запобігання академічному плагіату в ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (наказ № 13 від 16.01.2017 р.) кваліфікаційна бакалаврська робота Яремко К. А. перевірена на наявність академічного плагіату в програмному продукті, визначеному Університетом.

За результатами перевірки коефіцієнт схожості складає 11,8%, що є в межах допустимих норм.

Кваліфікаційна бакалаврська робота Яремко К. А. рекомендується до захисту перед ЕК з оцінкою 46 балів.

**Науковий керівник**  
**професор кафедри**  
**міжнародного обліку і аудиту, к.е.н.**

**Козак В. Г.**

31.05.2024

## Зміст

|   |    |
|---|----|
| <b>ВСТУП</b> .....  | 3  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ГЛОБАЛЬНИЙ АГРОПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА</b> .....                       | 5  |
| 1.1. Сутність та структура глобального агропродовольчого ринку.....                                   | 5  |
| 1.2. Показники оцінки конкурентоспроможності країни та галузі на світових ринках.....                 | 11 |
| 1.3. Особливості конкурентоспроможності на світовому ринку агропромислової продукції .....            | 15 |
| <b>РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЯ УКРАЇНИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ АГРОПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ</b> .....                        | 19 |
| 2.1. Сучасний стан зовнішньоторговельних відносин України на глобальному агропродовольчому ринку..... | 19 |
| 2.2. Шляхи та методика виходу агропідприємств України на глобальний агропродовольчий ринок.....       | 25 |
| 2.3. Аналіз діяльності агропідприємств України серед світових конкурентів..                           | 29 |
| <b>ВИСНОВОК</b> .....   | 39 |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....   | 43 |

## ВСТУП

Сьогодні сільське господарство є однією з найважливіших галузей української економіки, оскільки саме тут формуються продовольчі ресурси. Аграрний сектор України відіграє ключову роль у забезпеченні позитивного зовнішньоторговельного балансу країни, будучи справжнім флагманом економіки. Сільське господарство продемонструвало свою стійкість як під час пандемії COVID-19, так і в умовах війни, що розпочалась у 2022 році.

Незважаючи на те, що через військові дії посівна кампанія 2022 року стала найскладнішою за весь період незалежності України, аграрний сектор продовжує функціонувати, забезпечуючи продовольством як вітчизняне населення, так і світові ринки.

Україна володіє потужним агропромисловим комплексом, який не лише забезпечує продовольством власних громадян, а й робить країну одним із ключових гравців на світовому ринку. Завдяки традиційно високому експорту продовольства Україна відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки на планеті. Сприятливий клімат, родючі ґрунти та кваліфіковані кадри роблять Україну конкурентоспроможним виробником агропродовольчої продукції.

Агресивні дії Російської Федерації проти України 24 лютого 2022 року суттєво погіршили продовольчу безпеку в країні. Наслідком є руйнування логістичних ланцюгів, інфраструктури і господарств, що призвело до зменшення обсягів виробництва продовольства на підприємствах. Навіть в умовах військової загрози український аграрний сектор виявив високу стійкість і здатність адаптуватися до ризиків.

До початку повномасштабної війни Україна входила до п'ятірки лідерів з експорту зернових культур у світі, постачаючи за кордон  $\frac{3}{4}$  вирощеного в країні врожаю.

Проте залишається проблема підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників країни, адже сьогодні європейська та

євроатлантична інтеграція України неможлива без розвинутого аграрного сектору.

**Метою дослідження** є розробка рекомендацій з вдосконалення конкурентної стратегії України на агропродовольчому ринку.

Звідси можна виділити основні **завдання**, які потрібно вирішити:

- Визначити сутність і структуру світового ринку агропромислової продукції;
- Розглянути показники оцінки конкурентоспроможності;
- Дослідити особливості конкурентоспроможності на світовому ринку агропромислової продукції;
- Здійснити аналіз сучасного стану зовнішньоторговельних відносин України на світовому ринку агропромислової продукції;
- Розглянути шляхи та методику виходу агропідприємств України на світовий ринок;
- Оцінити конкурентоспроможність України на ринку агропромислової продукції;
- Проаналізувати діяльність агропідприємств України серед світових конкурентів.

**Об'єкт дослідження** – це глобальний агропродовольчий ринок.

**Предметом дослідження** є питання діяльності України на світовому ринку.

У роботі використано наступні **методи дослідження**: порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, абстрагування та дедукція.

**Інформаційна база** дослідження складається з праць вітчизняних та зарубіжних дослідників у сфері розвитку аграрної промисловості світу, дані зі служб статистики тощо.

**Структура роботи**: вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел та додатки.

## **РОЗДІЛ 1. ГЛОБАЛЬНИЙ АГРОПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА**

### **1.1. Сутність та структура глобального агропродовольчого ринку**

У процесі розвитку капіталістичних ідей, формування товарної структури стає домінуючою, а взаємодія у суспільстві все більше стає залежною від товарно-грошових відносин. Економіка, що базується на таких відносинах, отримує назву ринкова, де центральним елементом є ринок.

Ринок - це певна сфера торгівлі, що визначає відносини між виробниками і споживачами і зв'язки, що склалися між ними. Тому ринок є однією з найважливіших економічних категорій у товарному способі виробництва, а його сутність виявляється у сфері торгівлі, яка характеризується системою економічних відносин між покупцями і продавцями, що відображає виробничі відносини конкретної суспільно-економічної формації [1].

Сучасна економічна система представляє собою комплекс взаємопов'язаних ринків, які можна класифікувати за різними критеріями, такими як об'єкти обміну, географічні аспекти та правові умови. Кожен ринок має власну інфраструктуру та характерний набір інструментів, необхідних для його функціонування. Ці ринки не існують ізольовано один від одного, а утворюють складну ринкову систему, яка діє як на національному, так і на глобальному рівнях, впливаючи на значну частину світової економіки [1].

У реальній практиці науково-технічний прогрес створює передумови для подальшого поглиблення спеціалізації виробництва, що вимагає економічної інтеграції на рівні окремих галузей. Цей процес призводить до того, що виробництво деяких товарів перевищує внутрішні потреби, тоді як інші види продукції у країні можуть бути недостатніми або зовсім відсутніми. Це призводить до появи міжнародного попиту та пропозиції, що формує світовий ринок. У той же час на світовій арені існує багато різних ринків, кожен з яких має

свої особливості розвитку. Це стосується і світового ринку сільськогосподарської продукції. Щоб краще зрозуміти суть цього процесу, можна розглянути поняття галузевого ринку, який є ринком подібної продукції, де підприємства конкурують за споживачів, виготовляючи схожі товари.

Методологія аналізу галузевих ринків використовується для пояснення ринкових процесів, які спрямовані на задоволення споживчого попиту виробників. Предметом дослідження галузевих ринків є закономірності їхньої діяльності та їх вплив на національну, регіональну та міжнародну економіку. Це включає взаємодії між економічними суб'єктами, які займаються схожою діяльністю, торгують схожими товарами і мають специфічні риси галузі, що визначають структуру цього ринку. Об'єктом дослідження економіки галузевих ринків є ринкові процеси, що впливають на поведінку учасників ринку та взаємовідносини між суб'єктами господарювання в конкретній галузі [5].

Сільськогосподарський ринок є складовою системи світового ринку і має свої унікальні особливості, які визначаються не лише процесами вирощування та збирання продукції. У ході своєї діяльності сільськогосподарські підприємства включають у себе інші галузі, такі як виробництво матеріально-технічних засобів для сільського господарства, транспортні послуги, переробка та зберігання сільськогосподарської продукції тощо. У результаті їх функціонування утворюється комплексний ланцюг, де кожна ланка взаємодіє з іншими для забезпечення ефективного виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції [5].

Аграрний ринок, який також часто називають сільськогосподарським, продовольчим або агропродовольчим, є одним із найважливіших секторів економіки. На цьому ринку продається та купується сільськогосподарська продукція та агропродовольчі товари, які є основою для продовольчої безпеки кожної країни. З моменту свого виникнення і до наших днів аграрний ринок залишається відносно простим за структурою, що робить його надійним інструментом для задоволення потреб кожного жителя як покупця, так і продавця продуктів харчування [2].

Дослідження вказують на принаймні два підходи до тлумачення сутності аграрного ринку:

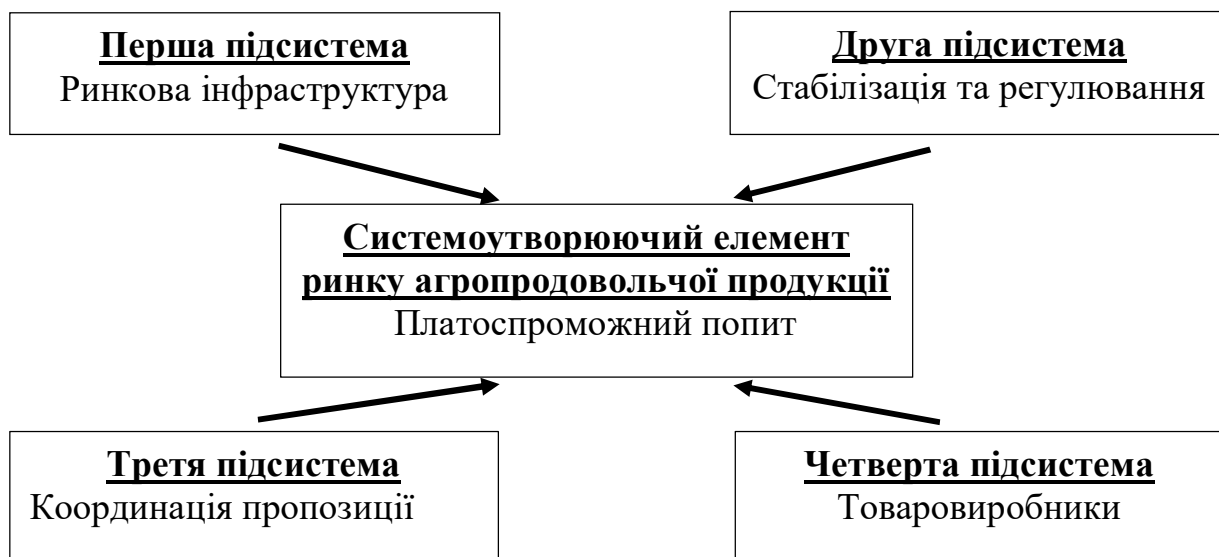
- аграрні та агропромислові ринки розрізняються за об'єктом економічних відносин. Аграрний ринок обмежується торгівлею сільськогосподарською продукцією (сировиною та продукцією після первинної обробки), тоді як агропромисловий ринок включає в себе також засоби виробництва;
- у другому підході агропромисловий ринок визнається тотожним аграрному, оскільки включає засоби виробництва в рамках останнього [1].

Важливо зазначити, що існування різних тлумачень поняття «аграрний ринок» свідчить про його складність і різноманітність, кожен з яких відображає той чи інший аспект природи аграрних ринків.

З огляду на те, що аграрний ринок переважно є економічним поняттям, ми розглядаємо його як систему економічних відносин, що виникають внаслідок розвитку соціального поділу праці. Ця система забезпечує обмін між виробниками та споживачами сільськогосподарської продукції для задоволення загальних потреб суспільства. Аграрний ринок об'єднує сфери виробництва та споживання сільськогосподарської продукції і включає їх у загальний економічний процес відтворення.

Світовий ринок сільськогосподарської продукції – це міжнародний ринок, де виробники продають свою сільськогосподарську продукцію іншим країнам. Продукція може бути як сировиною, так і після первинної обробки. Особливістю такого ринку є те, що на ньому також реалізуються засоби матеріально-технічного забезпечення для сільськогосподарського виробництва.

Для кращого розуміння змісту ринку агропромислової продукції слід розглянути систему його побудови. Структуру системи агропродовольчого ринку можна представити як цілісний набір взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем (рис 1.1).



**Рис. 1.1. Структура системи ринку агропродовольчої продукції [2]**

Перша складова системи ринку сільськогосподарської продукції - ринкова інфраструктура, яка активно взаємодіє з учасниками ринку, відтак враховує як попит, так і пропозицію. Одне з її головних завдань - генерація ринкових сигналів щодо попиту і ринкових цін на сільськогосподарську продукцію та продовольчі товари.

Друга підсистема, яка складається зі стабілізації та регулювання, враховує той факт, що вільноринкові моделі, засновані на принципах "laissez faire, laissez passer", можуть потенційно спричинити незбалансоване зростання та непотрібні цінові коливання.

Третя підсистема ринку - координація пропозиції - відповідає за розв'язання завдань окремих секторів продуктового ринку, пов'язаних з гарантуванням продовольчої безпеки.

Четверта підсистема охоплює сільськогосподарське виробництво і вимагає належного розуміння особливостей кожної галузі в умовах ринку. Вона також стимулює активну самоорганізацію та участь у формулюванні проблем та рішень в органах державного управління аграрним сектором України [2].

На аграрному ринку основним об'єктом торгівлі є сільськогосподарська продукція, що відрізняє його від інших ринків через такі особливості:

- попит на сільськогосподарську продукцію відрізняється низькою еластичністю;

- пропозиція сільськогосподарської продукції є циклічною та сезонною, залежить від природних та кліматичних умов;

- сільськогосподарська продукція має різне призначення: частина йде на подальшу переробку, частина споживається безпосередньо, а інша є сировиною для виробництва інших продуктів;

- велика кількість виробників та їх роздрібненість потребує створення ланок для збору та стандартизації продукції;

- сільськогосподарська продукція обмежена у термінах реалізації, що створює виклики у транспортуванні та зберіганні, вимагаючи добре налагодженої системи логістики.

Для стабільного функціонування та розвитку галузі сільського господарства необхідно враховувати наступні аспекти:

- планування та впровадження ефективних методів інструментів для підвищення продуктивності ресурсного потенціалу в сільському господарстві.

- оптимізація галузевої структури сільського господарства, спрямована на досягнення повного циклу виробництва продовольчої продукції, включаючи весь процес обробки.

- зниження рівня залежності країн від імпорту продовольства, що сприяє більшій самодостатності у виробництві їжі.

- підвищення економічної та соціальної безпеки, рентабельності господарюючих суб'єктів, а також розвиток сільських територій та раціональне використання природних ресурсів [5].

В основному діяльність торгівлі на міжнародних ринках контролює Світова організація торгівлі.

Світова організація торгівлі (СОТ) є ключовим гравцем на міжнародній арені, що вершить правилами торгівлі між країнами. Її головна місія – сприяти вільній та чесній торгівлі, роблячи її максимально простою, прозорою та вигідною

для всіх учасників. СОТ стала наступницею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), укладеної після Другої світової війни.

Створення СОТ стало справжнім проривом у світовій торгівлі з часів Другої світової війни. Ця організація втілила в життя більш сучасну модель міжнародної торгівлі, покликаної замінити спробу створити таку організацію в 1948 році.

Основні принципи і правила ГАТТ/СОТ включають наступне:

- торгівля без дискримінації, тобто взаємне надання найбільш сприятливого режиму у торгівлі і взаємне надання національного режиму товарам і послугам іноземного походження;

- регулювання торгівлі переважно тарифними методами - застосування митних тарифів як основного інструменту регулювання міжнародної торгівлі;

- відмова від використання кількісних і інших обмежень: це означає відмову від застосування кількісних обмежень, таких як квоти на імпорт або експорт товарів;

- транспарентність торговельної політики: це означає, що країни повинні надавати інформацію про свою торговельну політику, щоб інші країни могли бути повністю свідомі про умови торгівлі;

- вирішення торговельних спорів шляхом консультацій, переговорів і т.д.: це означає, що країни повинні спочатку намагатися вирішити торговельні спори шляхом консультацій і переговорів, перш ніж звертатися до більш формальних процедур, таких як судові процедури СОТ [13].

Сьогодні СОТ є єдиною міжнародною організацією, яка встановлює правила світової торгівлі. На її 164 члени припадає понад 98% світової торгівлі.

Отже, світовий ринок сільськогосподарської продукції описує сукупність відносин, що виникають у результаті обміну сільськогосподарською продукцією між різними країнами. Ці відносини включають в себе не лише самі продукти, а й засоби для сільського господарства. Такий обмін сприяє виробникам і споживачам у всьому світі отримати доступ до необхідних ресурсів і продуктів, що сприяє ефективному функціонуванню сільськогосподарського сектора на міжнародному рівні.

## **1.2. Показники оцінки конкурентоспроможності країни та галузі на світових ринках**

В умовах глобалізації, що характеризується розширенням, поглибленням та прискоренням зв'язків на світовому рівні, зростанням відкритості та взаємозалежності країн, конкурентоспроможність стає ключовою умовою сталого розвитку для будь-якого суб'єкта господарювання, регіону чи країни.

Концепція конкурентоспроможності галузі базується на наступних принципах: спочатку необхідно визначити, що розуміється під терміном "галузь". З погляду неокласичного підходу, це сукупність подібних фірм, що виробляють схожі товари та змагаються за ціну. З інституціональної точки зору, галузь це не лише група виробників, а також зовнішня інфраструктура. Таким чином, варто враховувати, що конкурентоспроможність галузі формується з одного боку через успішність фірм всередині галузі, а з іншого - через стан зовнішнього середовища та рівень розвитку міжгалузевих інститутів.

Для ефективного управління конкурентоспроможністю необхідно чітко розуміти її критерії, фактори, методи формування та організації управління.

Згідно з Європейською економічною комісією ООН, високий рівень конкурентоспроможності країни передбачає досягнення наступних умов (або хоча б деяких з них):

1. Зростання експортної частки. Експортери повинні постійно розширювати свою присутність на зовнішніх ринках, збільшуючи обсяги та частку експортованої продукції.
2. Експорт високотехнологічної продукції. Структура експорту має зміщуватися в бік товарів з високою доданою вартістю, що використовують сучасні технології. Це свідчить про інноваційність та динамічність економіки.
3. Збільшення питомої вартості експорту. Середня ціна експортованих товарів країни має зростати, що свідчить про їх високу якість, конкурентоспроможність та затребуваність на світовому ринку.

Особливо гостро питання конкурентоспроможності стоїть перед сектором сільського господарства, адже саме він не лише забезпечує країну продовольством, але й реалізує потужний ресурсний потенціал, формуючи значну частку товарного експорту.

У сучасному світі, сповненому глобальної нестабільності та криз, питання конкурентоспроможності стає ще більш актуальним на всіх рівнях управління. Незважаючи на значний науковий доробок у цій сфері, деякі аспекти, такі як критерії, чинники та складники конкурентоспроможності, все ще залишаються недостатньо чітко визначеними та дослідженими.

Критерій конкурентоспроможності – це ознака, що використовується для оцінки, визначення та класифікації рівня конкурентоспроможності. Він пов'язаний з певними вимогами, яким має відповідати об'єкт оцінювання. Критерій, як ключова характеристика, відображає властивості об'єкта та його сутнісні характеристики. Тому розуміння критеріїв конкурентоспроможності є не лише основою для її оцінки, але й ключовим фактором у формуванні її найважливіших характеристик.

Узагальнюючи і доповнюючи результати наукових досліджень, можна виокремити такі критерії конкурентоспроможності виробників сільськогосподарської продукції:

- стійкість виробництва та реалізації продукції, здатність підприємства утримувати або збільшувати обсяги виробництва та частку ринку на різних рівнях - регіональному, національному і міжнародному;
- ефективність виробництва та реалізації продукції, здатність до оптимізації виробничих процесів та витрат, що дозволяє підприємству досягати більшого виходу продукції за менші витрати;
- витратно-цінові переваги, забезпечення конкурентоспроможної цінової пропозиції на ринку;
- якість продукції, відповідність стандартам та іншим нормам якості, що забезпечує задоволення потреб споживачів і зміцнення репутації виробника;

- фінансова стабільність та забезпеченість, здатність підприємства забезпечити потрібні фінансові ресурси для ефективної діяльності;
- екологічність продукції, виробництво та постачання продукції без застосування шкідливих для людей та довкілля речовин та технологій;
- інноваційність продукції, використання новітніх технологій та ідеї для створення нових продуктів або покращення існуючих;
- відомість продукції (бренду, виробника, експортера) наявність і доступність інформації про виробника та його продукцію для споживачів;
- репутація виробника, надійність, обов'язковість та гнучкість в умовах контрактів, а також добросовісна конкуренція на ринку;
- зручність за способами, термінами постачання та оплати, здатність підприємства відповідати вимогам замовників;
- добросовісна конкуренція, утримання частки ринку без застосування штучних заходів, що спотворюють ринковий механізм [13].

Саме сукупність цих критеріїв, як ключових ознак конкурентоспроможності, є необхідною умовою її забезпечення в сучасних динамічних умовах глобального економічного простору.

Конкурентоспроможність є складним та багатовимірним показником, особливо коли йдеться про конкурентоспроможність країни в цілому. Визначити взаємозв'язок економічних показників та конкурентоспроможності можливо, якщо мати доступ до повної та об'єктивної інформації про економічну ситуацію у країні. Важливо також розкрити процеси взаємодії та взаємозалежності між конкурентоспроможністю та якістю бізнес-середовища у країні.

Проте слід зазначити, що будь-який аналіз конкурентоспроможності країни, тобто спроба провести рейтинговий аналіз, є оцінкою конкурентоспроможності "приймаючої" країни, коли "гра ведеться на її території". Часто для розуміння сутності конкурентоспроможності підприємства використовують концепцію М. Портера, яка дозволяє оцінити конкурентоспроможність підприємства в контексті груп підприємств, які належать до однієї галузі. [3].

У той же час, конкурентоспроможність залежить від економічних, соціальних та політичних умов, які визначають стан країни або виробника на місцевих та міжнародних ринках. [4, с. 31]. Отже, конкурентоспроможність країни в цілому полягає в її здатності виробляти товари та послуги, що відповідають міжнародним стандартам, в умовах вільної торгівлі. [5, с. 39].

У рамках формування стратегічної політики економічного розвитку, конкурентоспроможність національної економіки розглядається як оцінка країни її можливості у виробництві товарів та послуг, які відповідають світовим стандартам на вільному й справедливому ринку [6]. Це також відображається у здатності країни створювати внутрішні та зовнішні умови, що сприяють розвитку бізнесу і забезпечують населенню стабільне зростання доходів та покращення якості життя [7, с. 22-23]. Важливим аспектом конкурентоспроможності країни є її здатність підтримувати ефективність національного виробництва. Це передбачає адаптацію до мінливих умов світової економіки та внутрішнього попиту. Завдяки цьому країна може розкрити свої конкурентні переваги та досягти кращих соціально-економічних показників, ніж її конкуренти. Іншими словами, конкурентоспроможність стає ключем до забезпечення сталого економічного зростання [8].

Оцінка рівня конкурентоспроможності національного господарства зазвичай базується на двох індексах-показниках:

1. GCI (Global Competitiveness Index) – це глобальний індекс конкурентоспроможності, який передбачає прогноз економічного розвитку на 5-8 років і визначає здатність національного господарства досягти стійкого зростання за певними параметрами.
2. EDB (Ease of Doing Business Index) – це індекс легкості ведення бізнесу, який відображає результати діяльності економік країн з ефективним регуляторним середовищем для бізнесу, захищаючи суспільні інтереси. За конкретним переліком базових показників, країни, які є лідерами за рейтингом Doing Business, є більш конкурентоспроможними на світовому ринку.

Оскільки ці показники враховують зовнішній вплив на українську економіку, а також внутрішні фактори, важливо створити внутрішню систему оцінки конкурентоспроможності фірм, регіонів і галузей. Це дозволить управлінцям об'єктивно оцінити проблеми та вжити відповідних заходів для поліпшення ситуації. Формування і підтримка такої системи виглядає найбільш природним для державного інституту статистичної звітності та оцінювання [9].

### **1.3. Особливості конкурентоспроможності на світовому ринку агропромислової продукції**

Глобальний ринок агропродовольства є одним з найважливіших секторів світової економіки, що забезпечує продовольчу безпеку мільярдів людей. Проте, як і будь-який ринок, він не оминає жорсткої конкуренції, яка змушує всіх учасників постійно вдосконалюватися та шукати нові шляхи розвитку.

Конкуренцію розглядають як постійний процес взаємного конкурування між учасниками ринку, які діють у тому ж самому сегменті і прямують до визнання та здобуття фінансової вигоди шляхом пропонування товарів і послуг споживачам [9].

Конкуренція спонукає до пошуку нових, більш досконалих форм організації бізнесу, розробки та впровадження технологічних досягнень. Водночас конкуренція між учасниками ринку буде проявлятися лише у відповідному середовищі, що передбачає реалізацію конкурентних факторів (вільний вхід і вихід підприємств, свобода бізнесу тощо).

В умовах глобалізації суспільного виробництва агропромисловий сектор стрімко розвивається і потребує якнайшвидшого виходу на світовий ринок. Основою цього результату є створення конкурентного ринкового середовища. Конкуренція є однією з основ швидкого розвитку агропромислового виробництва.

Підвищення ефективності агробізнесу значною мірою залежить від забезпечення конкурентних умов, а саме прозорості на товарних ринках, сприяння узгодженим діям вітчизняних суб'єктів з метою підвищення їх

конкурентоспроможності на міжнародних товарних ринках за умови виключення або обмеження відповідних внутрішніх товарів на конкурентному ринку.

З розширенням ринку неминуче посилюється й конкуренція між виробниками товарів та продукції. Це зумовлено зростанням кількості "гравців" на ринку, що веде до збільшення пропозиції та надає споживачам ширший вибір. Українська продукція сільського господарства має свої переваги на світовому ринку, в той час як мають місце і, так звані, слабкі місця.

Агропромислове виробництво має низку унікальних особливостей, які потребують ретельного вивчення при розробці концепції конкурентоспроможності підприємства. Ця концепція охоплює сукупність методів та підходів до визначення структури, принципів, завдань, інструментів та стратегій розвитку агропромислових підприємств.

Серед таких особливостей варто враховувати:

- природно-кліматичні умови, в яких підприємство здійснює свою діяльність, такі як якість землі та інші природні фактори;
- рівень використання земельних, трудових та матеріальних ресурсів у порівнянні з конкурентами;
- організаційний рівень виробничих процесів та технологій на підприємстві порівняно з конкурентами [10].

В розвинених країнах конкуренція в аграрному секторі перейшла на інноваційний рівень розвитку, що стало нормою у всіх галузях, включаючи сільське господарство. Хоча базові ресурси, такі як земля і природно-кліматичні умови, мають велике значення, конкурентні переваги, засновані лише на них, є нестійкими. Тому в розвинених країнах в аграрному секторі активно використовують інновації.

Один з важливих чинників підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора - це стимулювання інноваційної діяльності на сільськогосподарських підприємствах. Завдяки інноваціям багато країн не тільки подолують економічний спад, але й здійснюють структурні зміни в економіці та розширюють асортимент та конкурентоздатність на ринку продукції. Розробка,

впровадження та поширення нових товарів, послуг та технологічних процесів визначають ключові аспекти зростання економіки, зайнятості, інвестицій, зовнішнього торговельного обороту та покращення якості продукції, а також оптимізації використання ресурсів і підвищення ефективності виробництва. [11].

Суть аналізу конкурентоспроможності продукції полягає в оцінці її властивостей, що дозволяє визначити її місце на ринку та потенціал.

Цей процес передбачає декілька ключових етапів:

1. Вибір критеріїв оцінювання: Визначення характеристик, за якими буде оцінюватися продукція. Ці критерії можуть включати технічні, економічні та нормативні показники.

2. Визначення значень критеріїв для аналізованої продукції: Вимірювання або оцінювання обраних характеристик для продукції, що досліджується.

3. Вибір бази для порівняння: Визначення значень обраних показників для продукції конкурентів.

4. Порівняння отриманих результатів: Зіставлення характеристик аналізованої продукції з характеристиками продукції конкурентів.

Основні властивості конкурентоспроможності продукції включають технічні, економічні та нормативні аспекти. Технічні характеристики визначають фізичні особливості продукту, такі як його вигляд, смак, і застосування. Економічні показники оцінюються через ціну продукту та витрати, необхідні для його виробництва та реалізації. Нормативні показники відображають вимоги, стандарти та регулятивні норми, якими має відповідати продукція [13].

Основні фактори, які можуть допомогти агропідприємствам ефективно конкурувати на світовому ринку в умовах зростаючої глобальної конкуренції, включають:

- Навички і досвід, що виражаються у низькій собівартості продукції, технологічних інноваціях, низькому рівні відходів продукції, якісному обслуговуванні, досвіді роздрібною торгівлі, унікальних методах реклами та просування товарів на ринок і використанні електронної комерції.

- Цінні матеріальні активи, такі як сучасні виробничі потужності (включаючи земельні ресурси), вигідне розташування, налагоджена система збуту продукції, право власності на цінні природні ресурси (наприклад, земельні ділянки для сільськогосподарського використання), нові інформаційні системи для ефективної логістики, автоматизації та роботизації виробничих процесів, висока ліквідність активів та інше.
- Цінні організаційні ресурси, такі як система контролю якості продукції, передові технології, патенти, стабільна клієнтська база, стійке фінансове становище та кредитна історія, ефективна система управління поставками, надійні мережі, програмне забезпечення для логістики та електронної комерції, спілкування з постачальниками та споживачами через Інтернет та інші.
- Цінні нематеріальні активи, такі як позитивний імідж торговельної марки, добра репутація, відданість покупців, кваліфіковані кадри з багатим досвідом, передові знання та мотивацією до постійного вдосконалення, спроможність до швидкої розробки та виведення на ринок нових продуктів, гнучка організаційна структура та інші фактори.
- Конкурентні можливості, що базуються на інноваціях, широкій мережі дилерів, співпраці з ключовими постачальниками, інноваційному підході до бізнесу, гнучкій організаційній структурі та інші.
- Партнерства або спільні підприємства, що сприяють співробітництву з партнерами та зміцнюють конкурентоспроможність на світовому ринку.

Отже, конкурентоспроможність є ключовим поняттям, від якого залежить діяльність не лише підприємства, але і всієї сфери разом. Щоб стати важливим гравцем на будь якому ринку, потрібно дотримуватись певних правил та методик, які допоможуть втриматись на лідерських позиціях.

## РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЯ УКРАЇНИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ АГРОПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ

### 2.1. Сучасний стан зовнішньоторговельних відносин України на глобальному агропродовольчому ринку.

Сьогодні жодна країна не може ефективно розвиватись, залишаючись відокремленою від інших держав та ізольованою від глобальних процесів, що відбуваються у її регіоні. Зовнішня торгівля стає ключовим індикатором економічного розвитку. Україна, інтегруючись у світову торгівлю, повинна враховувати детермінанти, пов'язані з процесами глобалізації, та адаптуватися до тенденцій розвитку світової торгівлі:

- Стрімке зростання світового товарообороту зумовлене прагненням країн до активної участі в ньому.
- Ускладнення товарної структури світового ринку відбувається через появу інноваційних та високотехнологічних товарів.
- Зміна географічної структури світової торгівлі обумовлена зростанням впливу Китаю та нових індустриальних країн.
- Інноваційно-інвестиційна діяльність транснаціональних корпорацій посилює їх вплив на розвиток світової торгівлі.
- Розширення обсягів світової торгівлі послугами через цифровізацію господарського життя та поширення інформаційних технологій [14, с. 14].

Україна має розвинений агропродовольчий сектор, який не лише забезпечує населення країни харчовими продуктами, але й активно виступає на міжнародних ринках з ключовими сільськогосподарськими товарами. Завдяки потужному експорту продуктів харчування Україна є одним з головних гарантів світової продовольчої безпеки. У попередні роки Україна була одним з найбільших експортерів зернових у світі, експортуючи більше третини своєї виробництва, при цьому внутрішнє споживання зернових становило лише 20–25%. Країна постачала значну частку світового експорту пшениці, кукурудзи та соняшникової олії. Зараз, завдяки підтримці партнерів, Україна продовжує

залишатися ключовим постачальником на світових ринках, з часткою в більше ніж 10% міжнародної торгівлі зерном та соняшниковою олією.

У 2023 році частка агропродовольчої продукції в загальному експорті України зросла до 62%, порівняно з 53% у 2022 році. Для минулого року було характерне сповільнення темпів зниження зовнішньої торгівлі у вітчизняному аграрному секторі. У порівнянні з 2022 роком, оборот імпоротно-експортних операцій зменшився на 0,7 млрд. дол. США, що становить відміну від попереднього року, коли він скоротився на понад 6 млрд дол. США через зменшення як експорту, так і імпорту.

Згідно з даними Державної митної служби України, за підсумками 2023 року Україна експортувала агропродовольства (групи 1-24 УКТЗЕД, а також казеїн, альбуміни, шкури, хутро, вовна та ін.) на суму 22,1 млрд. дол. США. І хоча показник 2023 року на 21% менше рекорду 2021 року у 27,9 млрд. дол. США, він став п'ятим за часів незалежності України. [15].

Вітчизняний агропромисловий комплекс за останні 30 років виробництва аграрної продукції зробив прогресивний крок вперед у вирощуванні зернових та зернобобових культур (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Експорт з України зернових, зернобобових (з продуктами їх переробки) та борошна 2023/2024 МР, тис. т станом на 03.05.2024. [16]

| Зернові та зернобобові                  | 2023/2024 |   | 2022/2023                         |   |
|---|-----------|---|-----------------------------------|---|
|   | Всього    | Всього,<br>в тому<br>числі:<br>у травні<br>2024 | Всього<br>станом на<br>03.05.2023 | в тому числі:<br>у квітні 2023<br>станом на<br>03.05.2023 |
| <b>Всього, у т. ч.</b>                  | 41607,0   | 242,0   | 41906,0                           | 311,0   |
| Пшениця                                 | 15848,0   | 70,0  | 14483,0                           | 98,0  |
| Ячмінь                                  | 2205,0    | 3,0   | 2469,0                            | 8,0   |
| Жито                                    | 1,2       | 0   | 17,9                              | 0   |
| Кукурудза                               | 23074,0   | 168,0   | 24628,0                           | 204,0   |
| борошно пшеничне,<br>тис.тонн           | 82,4      | 0,4   | 123,9                             | 1,2   |
| борошно інше, тис.тонн                  | 4,7       | 0   | 5,0                               | 0   |
| <b>Борошно разом,<br/>тис.тонн</b>      | 87,1      | 0,4   | 128,9                             | 1,2   |
| <b>Експорт<br/>разом(зерно+борошно)</b> | 41723,0   | 243,0   | 42078                             | 313,0   |

Аналізуючи інформацію, що наведена у таблиці 2.1., можна зробити висновок, що динаміка експорту зернових, зернобобових та борошна з України не є цілком критичною, як для країни, яка перебуває в стані війни і коли порушення системи для агросектору є однією із цілей ворога.

Обсяг експорту продукції агропромислового комплексу перевищує обсяг експорту товарів металургійного сектору в п'ять разів, хоча раніше протягом

десятиліть ці два сектори були досить рівнозначними у надходженні валютної виручки в Україну (табл.2.2).

Таблиця 2.2

## ТОП 10 товарних груп експорту [16]

| №  | Продуктова група             | Приріст,% |
|----|------------------------------|-----------|
| 1  | Зернові культури             | 17,1      |
| 2  | Жири та олія                 | 3,1       |
| 3  | Чорні метали                 | -51,1     |
| 4  | Насіння олійних рослин       | -10,8     |
| 5  | Електричні машини            | -32,1     |
| 6  | Руди, шлак і зола            | -54,1     |
| 7  | Деревина і вироби з деревини | -20,3     |
| 8  | Залишки і відходи харчопрому | 27,5      |
| 9  | Вироби з чорних металів      | -10,8     |
| 10 | М'ясо та їстівні субпродукти | -3,9      |

Протягом січня-серпня 2023 року українські експортери здобули найбільший прибуток від продажу за кордон зернових культур, таких як кукурудза, пшениця, ячмінь, гречка, сорго та жито. Ця група продуктів склала чверть від загального обсягу експорту за згаданий період, сягнувши \$6,1 млрд.

Друге місце в рейтингу експорту посідає продуктова група "жири та олії", яка становить 15,4% від загального експорту за вісім місяців. До цієї групи входять переважно соняшникова, соєва та ріпакова олії, а також у значно менших обсягах маргарин, жири та віск. Загальна сума продажів склала \$3,8 млрд.

Лідерами за приростом частки в товарному експорті порівняно з аналогічним періодом минулого року стали:

- зернові культури (частка в експорті зросла на +6,9 п.п. – до 25%), по яких чистий приріст обсягів склав +\$887 млн;
- жири та олії (+2,8 п.п. – до 15,4%);

- залишки та відходи харчопрому (+1,2 п.п. – до 3,6%);
- цукор і кондитерські вироби (+1 п.п. – до 1,4%).

Після створення власного морського коридору, що настало після виходу Росії з так званої "зернової угоди", експорт зерна та інших товарів трохи зростає. Однак кілька місяців по тому, Україна стикалася з тривалою блокадою кордону з боку Польщі.

Повномасштабне вторгнення Росії та блокування нею чорноморських портів України змусили країну змінити географію експорту, зосередившись на європейському ринку. Протягом восьми місяців 2023 року найбільш динамічно зростали поставки українських товарів до Румунії, Іспанії та Бельгії. Окрім країн ЄС, суттєво збільшилися обсяги експорту до Китаю, Єгипту та Ізраїлю. Детальніше у Додатку В.

Україна займає третє місце серед постачальників агропромислової продукції до країн Європейського Союзу. За період з січня по серпень 2023 року Україна експортувала до ЄС сільськогосподарської продукції на 7,96 мільярдів євро, що на 1,48 мільярда євро (або 23%) більше, ніж за аналогічний період минулого року.

За даними Державної митної служби, у 2023 році Україна імпортувала агропродукції на 7,1 млрд доларів США, що майже на 13% більше, ніж у 2022 році (6,3 млрд дол. США) [15].

Країни-члени Європейського Союзу знову стали основними постачальниками сільськогосподарської продукції до України, збільшивши обсяги експорту на 9% до 3,7 мільярдів доларів. Їх частка в українському імпорті агропродовольства п'ятий рік поспіль перевищує 50% і становить 51,6% [17].

З 2017 року Польща непохитно посідає перше місце серед основних постачальників сільськогосподарської продукції до України. Протягом 2023 року їй вдалося збільшити обсяги продажів сільгосптоварів на український ринок до 950 мільйонів доларів США, що значно перевищує показник 2022 року (881 млн дол. США).

1. Туреччина (627 млн дол. США);
2. Німеччина (534 млн дол. США);

3. Італія (337 млн дол. США);
4. Норвегія (304 млн дол. США);
5. Франція (282 млн дол. США);
6. Нідерланди (278 млн дол. США);
7. Сполучені Штати Америки (252 млн дол. США);
8. Іспанія (233 млн дол. США);
9. Китай (216 млн дол. США).

У загальній структурі імпорту агропродуктів до України виділяються кілька основних груп товарів:

- плоди, ягоди і горіхи (812 млн дол. США);
- риба і морепродукти (804 млн дол. США);
- алкогольні та безалкогольні напої (719 млн дол. США);
- вироби з тютюну (494 млн дол. США);
- різні харчові продукти (473 млн дол. США);
- насіння й плоди олійних культур (411 млн дол. США);
- відходи, корми для тварин (411 млн дол. США),
- овочі (373 млн дол. США).

Навіть при повномасштабній війні, ініційованій Росією, імпорт продовольства в Україну у 2023 році продемонстрував стійкість і здатність до відновлення. За результатами року обсяг імпорту агропродовольчої продукції досяг четвертого за вартістю рівня за всю історію незалежності України. Це свідчить про поступову адаптацію як бізнесу, так і споживачів до функціонування економіки в умовах воєнних дій [18].

Щодо загального огляду зовнішньоторговельних відносин, у 2023 році Україна експортувала товарів на суму \$36 млрд, тоді як імпорт досяг \$63,5 млрд. Обсяг експорту товарів з України зменшився вже другий рік поспіль: у 2021 році він склав \$68,2 млрд, а у 2022 році — \$44,2 млрд.

У 2023 у відповідь на дії Росії, щодо припинення виконання домовленостями в рамках Зернової угоди, Україна створила власний Український

морський коридор. Це дозволило поступово відновити експорт зернових та інших товарів морським шляхом, а також поновити морський імпорт.

Окрім блокади портів, Україна також зіткнулася з блокадою сухопутного кордону з боку Польщі. Це негативно вплинуло на український експорт та імпорт, а також призвело до зменшення податкових надходжень до бюджету.

2023 рік став знаковим для зовнішньоторговельних відносин України на глобальному агропродовольчому ринку. З одного боку, війна з Росією спричинила значні проблеми з логістикою та експортом української продукції, що призвело до зростання цін на світових ринках та дефіциту певних продуктів харчування. З іншого боку, Україна змогла диверсифікувати свої експортні маршрути та знайти нових партнерів, що дало можливість зберегти та навіть збільшити обсяги експорту агропродовольчої продукції.

Незважаючи на всі виклики, Україна продовжує активно розвивати свої зовнішньоторговельні відносини.

## **2.2. Шляхи та методика виходу агропідприємств України на глобальний агропродовольчий ринок**

Глобалізація економічного розвитку вимагає зміцнення ролі зовнішньоекономічної діяльності підприємств і розвитку євроінтеграційних процесів в Україні. Умови глобальної інтеграції національних економік вимагають від підприємств активної зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства означає обмін товарами та послугами, переміщення матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів між різними країнами, а також участь та функціонування підприємства на міжнародному ринку [20].

Щоб забезпечити успішну й тривалу діяльність підприємства як конкурентоздатного учасника на міжнародному ринку, на початковому етапі його функціонування, перед ним стоїть низка завдань, які зазначені на рис. 2.1.

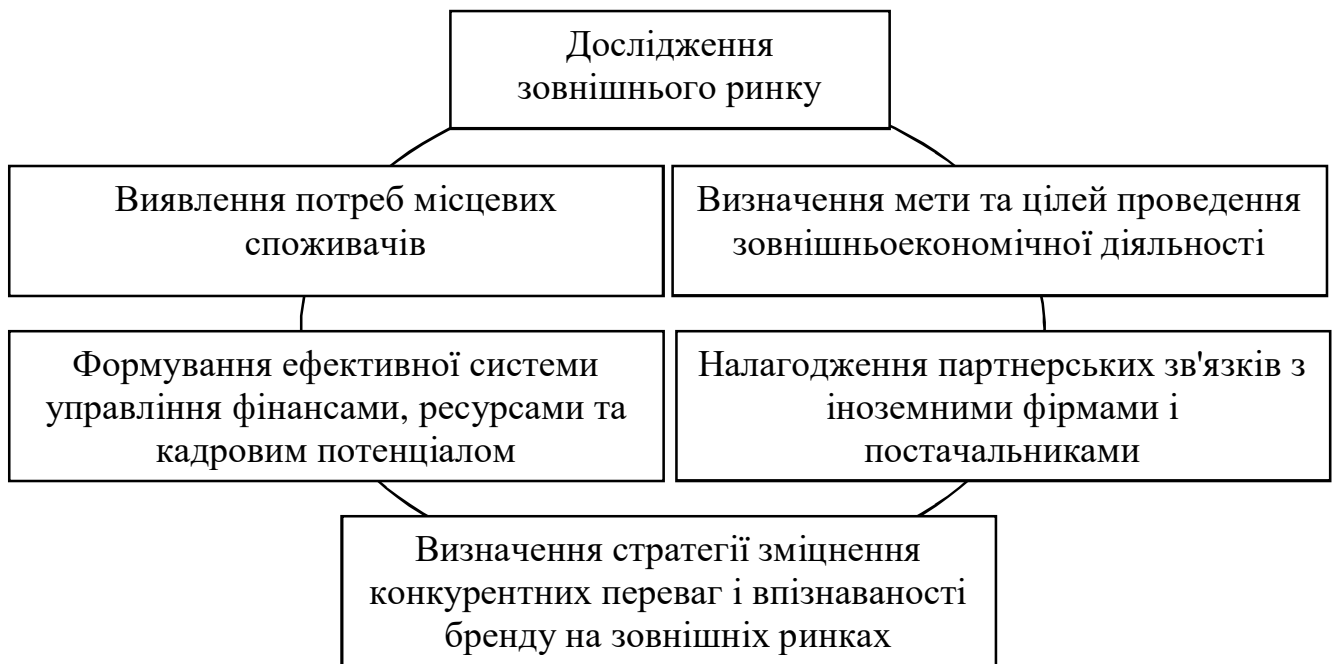


Рис. 2.1. Базові завдання підприємства для довгострокового функціонування на зовнішніх ринках [21]

Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві передбачає вибір стратегії виходу на зовнішні ринки, що залежить від цілей та розмірів підприємства, характеристик товару та бажання контролювати продажі. Важливо також врахувати потенційний обсяг продажу, витрати на транспортування товарів та наявність кваліфікованого персоналу.

Експортні операції, як частина міжнародної торгівлі, є ключовим джерелом прибутку для підприємства і держави в цілому. Переваги експорту перед іншими формами виходу на зовнішні ринки включають мінімальні ризики при вході та легкість виходу на ринок, а також мінімальні інвестиційні витрати.

Міжнародна інвестиційна співпраця або прямі іноземні інвестиції, які включають в себе вкладення іноземних інвесторів у підприємства на території інших країн з метою отримання прибутку та контролю над активами, є іншим важливим аспектом зовнішньоекономічної діяльності. [23].

На даному етапі, у зв'язку з широкою глобалізацією, підприємства сільськогосподарського сектору активно виходять на міжнародні ринки, розпочинаючи боротьбу за лояльність клієнтів і збільшення своєї частки на ринку,

щоб покращити фінансове положення. Адаптація вітчизняного законодавства до вимог Європейського Союзу у сфері сільського господарства дозволяє українським компаніям експортувати свою продукцію за кордон та успішно пройти сертифікацію якості, що сприяє зміцненню конкурентних переваг вітчизняних фермерів на міжнародних ринках і спонукає до підвищення якості виробів. Виходження на зовнішні ринки потребує від підприємства досконалої стратегії, значних фінансових затрат, людських ресурсів і часу, що в свою чергу супроводжується жорсткою конкуренцією за потенційних споживачів [42].

У сучасних умовах з високим рівнем конкуренції на аграрному ринку, зовнішньоекономічна стратегія, яку використовують українські агропідприємства, потребує перегляду та удосконалення. Основні шляхи для поліпшення цієї стратегії включають:

- розширення географії експорту, зокрема в Азію та Африку, що пов'язане зі зростанням споживання продуктів зернових культур через збільшення населення;
- переорієнтація на нові логістичні маршрути, зокрема використання залізничного та автомобільного транспорту, а також портів сусідніх країн під час конфліктних ситуацій на території України;
- підвищення якості продукції для експорту шляхом поліпшення ефективності перевезення, оскільки якість зерна може погіршуватися під час транспортування.
- ефективне використання енергоресурсів за допомогою енергозберігаючих технологій, що допоможе знизити собівартість зернової продукції.
- покращення іміджу компаній на міжнародному ринку через участь у виставках, ярмарках та активну корпоративну соціальну відповідальність.
- ці заходи допоможуть українським агропідприємствам підтримувати конкурентну позицію та збільшувати свою присутність на міжнародних ринках.

Серед загальних напрямків для підвищення конкурентоспроможності можна виділити наступні: поліпшення якісних характеристик, використання

передових технологій, підвищення ділової репутації, регулювання цінової політики та постійний аналіз ринку для своєчасного реагування на зміни.

Ключовим елементом для покращення позицій на ринку є своєчасне вдосконалення вироблених товарів та підготовка і організація виробництва нових продуктів. Проте в Україні існують фактори, які ускладнюють зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на міжнародних ринках. Серед них — низький рівень розвитку фінансово-кредитної системи, недостатня розвиненість сфери страхування від виробничих і кредитних ризиків, а також недостатня інфраструктура в агропромисловому комплексі, що призводить до збільшення вартості виробництва. (Додаток Д).

Україна продовжує підтверджувати свою позицію як важливий учасник на світовому ринку продовольства, активно розширюючи свою товарну і географічну структуру експорту навіть у період повномасштабної війни.

Протягом останніх років Україна відзначається динамічним проникненням на зовнішні ринки та розширенням експорту продукції агропромислового комплексу. За січень–лютий 2024 року обсяг експорту склав 6811,5 млн. доларів США, що становить 105,0% порівняно з аналогічним періодом 2023 року. Щодо імпорту, він склав 10038,2 млн. доларів США, що становить 98,6% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року [25].

Участь України у СОТ істотно сприяла її виходу на світовий ринок. Вступ до цієї організації став важливим кроком у подальшій інтеграції країни в світову економіку та забезпеченні недискримінаційного та передбачуваного режиму для українських товарів і послуг на ринках інших членів СОТ.

Участь в багатосторонніх переговорах дозволяє Україні захищати свої національні торговельно-економічні інтереси і брати участь у формуванні нових світових торгових правил. Після приєднання до СОТ Україна стала членом групи країн, які увійшли до СОТ за статтею XII Угоди про заснування СОТ.

На даний момент до цієї групи належать 22 країни, включаючи Україну. Члени цієї групи внесли значний вклад у лібералізацію торгівлі в межах СОТ

порівняно з організаторами організації, тому під час багатосторонніх переговорів вони намагаються взяти на себе менші зобов'язання.

Членство України у цій групі дозволяє їй захищати стабільність своїх зобов'язань, що містяться у Протоколі про вступ України до СОТ та додатках до нього.

Отже, вихід України на світовий ринок агропромислової продукції та розвиток її конкурентоспроможності потреба вдосконалення та впровадження багатьох заходів, які підходять від стандарти закордонних споживачів та виробників, а також покращують продукцію нашого вітчизняного виробника.

### **2.3. Аналіз діяльності агропідприємств України серед світових конкурентів**

Світове агропродовольче господарство є однією з найважливіших галузей економіки, адже воно забезпечує продовольчу безпеку мільярдів людей. Агропідприємства відіграють ключову роль у цій системі, адже вони виробляють продукти харчування, переробляють їх, а також доставляють до споживачів.

Загалом, підприємництво є самостійною, систематичною, ініціативною господарською діяльністю, яка проводиться на власний ризик у всіх галузях, незалежно від форм власності. Це стосується і сільського господарства нашої держави, оскільки завдяки розвитку бізнес-середовища аграрний сектор швидко та ефективно адаптується до ринкових умов.

Водночас сільське господарство є особливою і важливою галуззю економіки у різних країнах. Тому можна сказати, що виробництво сільськогосподарської продукції є ключовим для існування населення кожної країни.

Незважаючи на те, що продукція АПК та харчової промисловості становить 62% загального експорту України, війна кинула низку серйозних викликів перед агрохолдингами країни. Втрата активів на окупованих територіях, мінування земель, блокада портів, руйнування інфраструктури, дефіцит робочої сили – це лише деякі з проблем, з якими стикається українське сільське господарство.

Однак, попри все, аграрний сектор лишається однією з небагатьох галузей, яка зберегла позитивний фінансовий результат в умовах війни. Це стало можливим завдяки злагодженій роботі аграріїв, урядовій підтримці та сприятливим кон'юнктурним умовам на світовому ринку.

Досягнення рекордної рентабельності операційної (20,3%) та загальної (13,6%) діяльності в умовах війни свідчить про стійкість та адаптивність українського аграрного сектору.

78,4% підприємств галузі змогли забезпечити позитивний результат, навіть попри відчутні втрати в результаті військової агресії.

Багато компаній агропромислового комплексу зазнали збитків попри мільярдні виторги. Однак були й прибуткові (табл. 2.3; Додатку Ж).

Таблиця 2.3

## ТОП-5 найбільших компаній українського агросектору [26]

| № | Компанія        | Спеціалізація                           | Виторг,<br>млрд грн | Збиток/при<br>буток, млрд грн |
|---|-----------------|---|---------------------|-------------------------------|
| 1 | Kernel          | Соняшникова<br>оля, зерно,<br>кукурудза | 129,5               | -3,1                          |
| 2 | МХП             | Курятина,<br>м'ясопереробка,<br>зернові | 85,4                | -8,4                          |
| 3 | UkrLandFarming  | Яйця, зернові,<br>скотарство            | 25-35               | Інформація<br>відсутня        |
| 4 | «АДМ Юкрейн»    | Зернотрейдинг,<br>виробництво<br>олії   | 25,2                | -1,6                          |
| 5 | «Агропросперіс» | Пшениця,                                | 20-30               | Інформація                    |

|  |  |                        |  |          |
|--|--|------------------------|--|----------|
|  |  | кукурудза,<br>соняшник |  | відсутня |
|--|--|------------------------|--|----------|

Основну частку займають три лідера, це Kernel, МХП та UkrLandFarming, які є основними гравцями на ринку, не тільки в Україні.

Kernel - провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, який є ключовим постачальником сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Компанія експортує свою продукцію в більш ніж 70 країн світу. Компанія заснована в 1995 році. На даний момент Kernel відповідає за приблизно 8% світового виробництва соняшникової олії.

Земельний банк «Кернела» — 363 тис. га

На аграрному ринку Кернел практично у кожній номінації є лідером. Вони є провідним експортером зерна та олії, мають найбільший земельний банк у країні, найпотужніші споруди для зберігання зерна та найбільший приватний парк вагонів-зерновозів.

Повномасштабне російське вторгнення застало компанію на піку сезону з максимальними товарними запасами та боргами.

Абсолютним шоком для країни стала зупинка експорту через українські чорноморські порти. Кернел після початку вторгнення був вимушений призупинити діяльність усіх заводів з переробки соняшнику(лише у квітні відновилася переробка на Полтавському МЕЗі (Полтавський олійноекстракційний завод), також ще п'ять заводів були поступово запущені до початку осені, але ще два МЕЗм перебували в окупації на Харківщині.

Загалом в своєму звіті за 2022 фінансовий рік Кернел оцінював свої втрати від військових дій у понад \$500 млн [27].

Переробні потужності — 3 млн т насіння соняшнику в рік, або 1,3 млн т соняшникової олії наливом і 1,2 млн т соняшникового шроту в рік.

Компанія Kernel присутня у магазинах під різними торговими марками, серед яких "Щедрий Дар", "Стожар", "Чумак Золота", "Чумак Домашня" і "Любонька".

Крім того, «Кернел» є членом таких організацій, як Американська торгова палата в Україні, Європейська бізнес асоціація, GAFTA, Федерація асоціацій торгівлі олійними культурами, насінням і жирами (FOSFA), «Укроліяпром», Українська зернова асоціація, U.S.-Ukraine Business Council та UNIC.

У четвертому кварталі фінансового року 2023 року (квітень-червень), фінансові результати компанії Kernel в порівнянні з попередніми періодами трохи погіршилися через нестабільну роботу зернового коридору з українських глибоководних портів. Однак за весь 2023 рік фінансові показники компанії в цілому вважаються задовільними.

Найкраща ситуація залишається в сегменті переробки олійних культур. У четвертому кварталі фінансового року Kernel переробив 644 тисячі тонн соняшнику, що перевищує середньорічний обсяг. Обсяг реалізації соняшникової олії протягом квітня-червня також був високим і склав 319 тисяч тонн. Однак прибутковість переробки та продажів знизилась у порівнянні з попередніми періодами. Загальний EBITDA напрямку в звітному кварталі становив \$50 мільйонів, або \$157 на одну тонну олії, що менше, ніж середньорічний прибуток на одну тонну в розмірі \$237 [27].

Миронівський хлібопродукт (МХП) є найбільшим виробником та експортером курятини в Україні. Компанія спеціалізується на виробництві курятини та вирощуванні зернових, а також здійснює інші аграрні види діяльності, такі як виробництво м'ясо-ковбасних виробів і готових до вживання м'ясних виробів.

МХП контролює всі етапи виробництва курятини, починаючи від вирощування зернових та олійних культур, виробництва комбікормів, до вирощування поголів'я та переробки птиці. Компанія також володіє виробництвом інкубаційних яєць, а також займається збутом, дистрибуцією та продажем м'яса птиці.

Миронівський хлібопродукт (МХП) увійшов на восьме місце у рейтингу "100 найбільших приватних компаній України" за 2021 рік, який склав журнал Forbes.

Власником компанії є Юрій Косюк.

Загальна кількість працівників становить 30 000 осіб.

Торгові марки МХП включають "Наша Ряба", "Легко", "Башинський", Kurator, Skott Smeat, Döner Маркет, "М'ясомаркет", "Секрети шефа", ХО перекусити.

Експортна виручка МХП зросла до \$1,8 млрд, що на 13% більше, ніж за попередній період, і становив 60% від загальної виручки (у 2022 році - \$1,6 млрд, 61%).

Операційний прибуток зріс до \$339 млн, що на 33% більше, ніж за попередній рік (\$255 млн), при цьому операційна маржа залишилася майже незмінною на рівні 11% (у 2022 році - 10%).

Скоригований показник ЕВІТДА (за вирахуванням МСФЗ 16) Миронівського хлібопродукту зріс на 16% до \$445 млн (порівняно з \$384 млн у 2022 році); маржа за цим показником залишилася незмінною і становила 15%.

Чистий прибуток склав \$142 млн (у порівнянні зі збитком в \$231 млн у 2022 році), що в основному обумовлено негрошовим збитком від курсових різниць у розмірі \$40 млн за 2023 рік, порівняно з \$365 млн за 2022 рік.

Обсяг виробництва м'яса птиці в Україні залишився стабільним на рівні 718 644 тонн (у порівнянні з 697 071 тонною у 2022 році).

Експорт м'яса птиці з України збільшився на 8% до 396 923 тонн (порівняно з 368 380 тоннами) [29].

Заснована у 2007 році, група компаній Ukrlandfarming є одним з найбільших агрохолдингів в Україні. Серед інших агрохолдингів Ukrlandfarming відзначається потужностями для зберігання продукції. Однак, останній раз компанія опублікувала фінансові результати в 2017 році, коли при доході в 658 млн доларів вона зазнала великих втрат за чистим прибутком.

На 2020 рік земельний банк компанії майже дорівнює Kernel, за потужностями трохи перевищує, а за кількістю співробітників виявляється далеко позаду. UkrLandFarming акцентує увагу на виробництві яєць, вирощуванні зернових культур і скотарстві.

За даними Продовольчої та Сільськогосподарської Організації ООН (FAO), з 1990-х років споживання калорій на душу населення в середньому зросло на 10%. Одночасно з цим збільшується кількість жителів Землі, що підвищує вже значну потребу у продовольстві.

Виробництво м'яса за останні 30 років подвоїлося, проте в країнах, що розвиваються, його споживання все ще відстає від західних держав. За оцінками аналітиків, цей розрив буде зменшуватись, що призведе до зростання потреби в кормі для тварин.

Збільшення споживання приносить вигоду аграріям. Попит на їхню продукцію зростає, а завдяки розвитку технологій, удосконаленню добрив і посівному матеріалу вдається підвищувати врожайність. Минулий рік виявився особливо вдалим для сільськогосподарських виробників у фінансовому плані. За цей період ціни на світових ринках зростали: пшениця - на 31%, кукурудза - на 36%, цукор - на 29%, а кава - навіть на 83%. Однією з причин цього є глобальна інфляція, яка, за оцінками експертів, хоч і зменшиться у 2022 році, все ж залишиться високою, що означатиме подорожчання продуктів [30].

Дослідження діяльності агрохолдингів, які є формою організації агропромислового виробництва, показує, що їх головним методом створення є інвестування капіталу, який може бути як вітчизняний, так і з-за кордону. Спочатку ці інвестиції спрямовуються в переробну промисловість, що дозволяє швидше обернути капітал та отримувати прибуток. Це стосується таких галузей, як олієжирова, борошномельна, хлібопекарська, цукрова, м'ясо-молочна промисловість. Наступним етапом інвестицій є розвиток сфери збуту продукції шляхом розбудови логістики та створення власної торговельної мережі. З набуттям необхідних фінансових ресурсів на третьому етапі створюється власне сільськогосподарське виробництво через оренду земельних ділянок та часткову

закупівлю майнових паїв, а також придбання необхідного обладнання, зокрема, сучасної техніки.

У 2021 році в Україні в секторі сільського господарства та агробізнесу обсяг здійснених та анонсованих угод злиття та поглинань (M&A) склав \$234 млн, згідно з інформацією інвестиційного порталу InVenture.

Сільськогосподарський сектор виявився на другому місці за обсягами інвестицій, поступившись IT сектору, кількістю угод, здійснених у 2021 році складала 19.

Іноземні компанії, що працюють у сільському господарстві України на сьогоднішній день, включають Fromageries Bel, Louis Dreyfus, AgroFeed Kft., Limagrain, Grain Alliance, Glencore Agriculture Limited, Risoil S.A., Vaderstad та Sierenz [31].

Отже, діяльність агрокомпаній на території України має досить успішні показники та лідери у цій сфері є важливими гравцями не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках. Не менш важливим для розвитку сільського господарства є й інвестиції. Наразі іноземних інвесторів було б у кілька разів більше, якби не гучні справи щодо них в українських судах та нестабільного стану в умовах ведення воєнних дій на території України. Але це справа часу, то ж через декілька років ми матимемо зовсім інший результат.

Щодо загального огляду діяльності українських підприємств в секторі сільського господарства в умовах війни:

Збір урожаю сільськогосподарських культур виявився значно вищим, ніж потреби внутрішнього споживання, досягаючи в 1,5–3 рази більше. Наприкінці грудня 2023 року аграрії зібрали 79,2 млн тонн продукції, включаючи зернові та зернобобові культури на 58,4 млн тонн, олійні культури на 20,8 млн тонн, і цукрові буряки на 11,9 млн тонн [32]. Це стало можливим завдяки високій врожайності зернових культур, яка сягнула до 55 центнерів з гектара. За оцінками Української конфедерації аграрних виробників (УКАБ), у 2023 році виробництво зернових культур зросло на 10 % порівняно з 2022 роком, олійних культур – на 18 %. Виробництво цукрових буряків збільшилося на 29 % порівняно з 2022 роком.

Збір культур, зокрема кукурудзи, триває, і станом на 11 січня 2024 року кукурудзу обмолотили на 90 % від прогнозу. Згідно з поліпшеним прогнозом Міністерства аграрної політики, у 2023 році аграрії зможуть зібрати 81,3 млн тонн зернових та олійних культур, включаючи 59,7 млн тонн зернових та 21,6 млн тонн олійних.

Потреби в м'ясі та м'ясопродуктах на внутрішньому ринку в цілому задовольняються. Споживання свинини, яловичини та м'яса птиці зросло з 54,1 кг на душу населення у 2022 році до 54,7 кг у 2023 році. У середньому, українці в 2023 році споживали 27 кг птиці та 7,4 кг яловичини на душу населення, що становить зростання порівняно з 2022 роком (26,2 кг птиці та 7 кг яловичини відповідно). У той же час, споживання свинини зменшилося, у 2023 році українці спожили 19,8 кг свинини на рік, у порівнянні з 20,3 кг у 2022 році.

Виробництво також зросло: було вироблено більше м'яса птиці на 32 тисячі тонн (до 1 млн 285 тисяч тонн), яловичини – на 4 тисячі тонн (до 272 тисяч тонн). Цей ріст власного виробництва дозволив зменшити імпорт усіх трьох видів м'яса на 52 тисячі тонн, до рівня 108 тисяч тонн.

Вітчизняна молочна галузь на сільгоспприємствах поступово відновлюється. Виробництво молока за січень-грудень 2023 року вже досягло попередньої воєнної динаміки і склало 2 млн 807 тисяч тонн (у порівнянні з 2 млн 767,7 тисяч тонн у 2021 році), що на 6% більше, ніж у 2022 році [33].

Нарощується виробництво овочів. У 2023 році в Україні посіяно цибулі та моркви на 8,1% та 6,1% більше відповідно до 2022 року. Загальна площа посівів капусти збільшилася на 1,7%. Також зросла площа посівів картоплі на 2% та столового буряку на 7%. На початок листопада 2023 року українські аграрії збрали майже 29 млн тонн овочів, з найбільшим обсягом у картоплі – 21,2 млн тонн. Також було зібрано помідорів – 1,4 млн т, капусти – 1,3 млн т, цибулі – 877 тис. т, моркви – 810 тис. т, буряку – 766 тис. т, огірків – 681 тис. т та інших овочів – 1,3 млн тонн [34].

У третьому кварталі 2023 року попит на овочі стрімко збільшився за рахунок винятково сприятливих погодніх умов та зростання виробництва в деяких областях. Це дозволило повністю компенсувати наслідки для овочівництва

внаслідок негативних безпекових умов у південних регіонах та руйнування Каховської ГЕС [35].

Під впливом вдалих урожаїв та збільшення обсягів виробництва в 2023 році ціни на овочі залишалися на рівні нижчому, ніж у 2022 році. Зокрема, ціни на набір для борщу, що включає картоплю, цибулю, моркву, капусту і буряк, знизилися на 11%. Найбільше зниження цін спостерігалось у випадку цибулі та моркви – на 48% і 33% відповідно. Хоча ціни на картоплю відчутно зросли, вони залишаються одними з найнижчих у Європі [37].

Попит на плодово-ягідні культури у громадян повністю задовольняється, незважаючи на втрати через війну – 25% площ ягідників та 20% площ садів. Однак, області, такі як Вінницька, Чернівецька, Хмельницька, Дніпропетровська, Львівська та Полтавська, які є основними виробниками цих продуктів, здатні повністю задовольнити попит на них. Уряд активно надає грантову підтримку для розвитку галузі садівництва, ягідництва та виноградарства, виділивши, наприклад, у 2023 році гранти на створення нових садів обсягом понад 2 тисячі гектарів. Обсяги експорту агропродукції поступово відновлюються [38].

У 2023 році, за попередніми оцінками, обсяг експорту агропромислової продукції різних видів склав 67,5 мільйонів тонн, що є на 15% більше, ніж у 2022 році. Проте, експортний виторг за цей період становив 21,9 мільярда доларів США, що на 8% менше, ніж у попередньому році. Це зумовлено падінням цін на більшість видів агропродукції порівняно з попереднім роком, а також високими витратами на експортну логістику [39].

Початок повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року значно вразив аграрний сектор України та щойно створений ринок сільськогосподарських земель. Під час блокади морської торгівлі, запровадженої Росією серед лютого, експорт сільськогосподарської продукції було припинено, а ринок землі зупинив свою діяльність ще у день вторгнення. Однак завдяки міжнародній підтримці Україна частково відновила експорт сільськогосподарської продукції і залишилася одним з головних світових постачальників зернових. Ще через два місяці після вторгнення український

ринок землі відновив свою роботу, а ціни на землю практично повернулися до попередніх рівнів до початку війни.

## ВИСНОВОК

Сьогодні агропромисловий сектор для України є пріоритетною сферою для внутрішнього економічного розвитку та базою для розширення зовнішньоекономічних відносин.

Розвиток агропромислового комплексу є важливим елементом продовольчої безпеки держави. Україна має сприятливі умови для прогресу в аграрному секторі, що дозволяє забезпечувати внутрішнє споживання якісної та екологічно чистої продукції АПК і розширювати її експорт на міжнародному ринку.

Головними учасниками ринку є сільськогосподарські підприємства, які виступають двигуном розвитку агропромислової сфери.

В Україні налічується велика кількість підприємств, що займаються агропромисловою продукцією, але найбільших 3 агрохолдинга, з найбільшим виторгом є: Kernel, МХП, «UkrLandFarming». Перші два мають найбільший в Україні земельний банк.

Незважаючи на безпрецедентні руйнування, завдані війною, українська промисловість продемонструвала свою стійкість та здатність до адаптації. Це стало можливим завдяки комплексу заходів та ініціатив, вжитих на різних рівнях:

- 1) На державному рівні:
  - розроблено та впроваджено програми підтримки промисловості, спрямовані на убезпечення роботи підприємств та мінімізацію наслідків втрат;
  - запроваджено податкові та інші пільги для промислових підприємств;
  - здійснено спрощення бюрократичних процедур для ведення бізнесу.
- 2) На рівні підприємств:
  - підприємства адаптували свої виробничі процеси до нових умов роботи;
  - Переорієнтували логістичні ланцюжки поставок;
  - Розширили асортимент продукції, що випускається;
  - Здійснили інвестиції в модернізацію виробництва.

Війна в Україні поставила перед країною безпрецедентні виклики, зокрема, у сфері продовольчої безпеки та економічного розвитку.

Україна проявила стійкість та адаптивність у своєму аграрному та промисловому секторах, що дозволило не лише забезпечити внутрішні потреби в продуктах харчування, а й залишитися активним у світових ринкових процесах. Внутрішні потреби населення у продовольчих товарах були вповні задоволені, а прийняті заходи спрямовані на запобігання різкому зростанню цін на їжу, розвиток ланцюгів постачання та збуту сільськогосподарської продукції. Незважаючи на агресію нападника, Україна підтвердила свою репутацію гаранта продовольчої безпеки на світовій арені й закріпила цей статус. Важлива роль промисловості та сільського господарства у забезпеченні економічної стійкості країни під час війни та відновлення після неї вимагає розробки напрямків і заходів державної політики, спрямованих на підтримку реформ і ініціатив, а також створення основ для довгострокового розвитку.

За даними Державної митної служби України, у 2023 році Україна продемонструвала значні успіхи в експорті агропродовольчої продукції, сягнувши вражаючого показника в 22,1 млрд доларів США (групи 1-24 УКТЗЕД, а також казеїн, альбуміни, шкури, хутро, вовна та ін.)

Водночас, імпорт агропродовольства склав 7,1 млрд доларів США.

Цей значний торговий профіцит підкреслює високу конкурентоспроможність української аграрної продукції на світовому ринку.

Саме конкурентоспроможність має розглядатися як один з ключових факторів, що стимулює українські агропромислові підприємства до виходу на зовнішні ринки.

Високий рівень конкурентоспроможності визначає вибір найефективніших методів та засобів для ведення виробничо-експортної діяльності в аграрному секторі.

Для збільшення та зміцнення експортного потенціалу аграрної продукції України необхідно втілити ряд комплексних заходів:

### 1. Стимулювання виробництва.

Перехід від сировинного до кінцевого продукту, заохочення виробництва не лише сировини, але й якісних та безпечних продуктів харчування, а також продукції переробної промисловості. Це дозволить збільшити додану вартість української аграрної продукції на світовому ринку.

Впровадження інновацій та сучасних технологій, підтримка досліджень та впровадження інноваційних методів вирощування, збирання, зберігання та переробки сільгосппродукції. Це підвищить продуктивність, зменшить втрати та покращить якість кінцевої продукції.

### 2. Справедлива державна підтримка.

Створення прозорих та рівних умов для всіх учасників ринку. Надання державної підтримки не лише великим агрохолдингам, але й малим та середнім фермерам. Спрямування коштів на розвиток інфраструктури, логістики та наукових досліджень в аграрному секторі.

### 3. Підвищення кваліфікації кадрів.

Вдосконалення системи освіти та підготовки кадрів для аграрного сектору. Навчання фермерів, агрономів, інженерів та інших фахівців сучасним методам ведення сільського господарства. Підвищення рівня володіння іноземними мовами для кращої комунікації з міжнародними партнерами.

### 4. Залучення інвестицій.

Створення сприятливого інвестиційного клімату в аграрному секторі. Надання податкових пільг та інших стимулів для залучення прямих іноземних інвестицій. Спрощення процедур експорту аграрної продукції.

### 5. Розвиток науки та прогнозування.

Підтримка наукових досліджень в галузі агротехніки, селекції та генетики. Впровадження сучасних методів прогнозування врожаїв, цін на світовому ринку та інших факторів, що впливають на аграрний сектор. Використання даних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Втілення цих заходів дозволить Україні суттєво збільшити експорт аграрної продукції, зміцнити свої позиції на світовому ринку та забезпечити стійке зростання економіки.

Конкурентоспроможність експортної продукції сільськогосподарського сектору АПК важливо розглядати як значущий критерій в процесі виходу підприємств України на міжнародний ринок та як складову вибору засобів та методів виробничо-експортної діяльності.

Необхідними заходами для зміцнення позицій вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках є: короткострокове та довгострокове планування, державна економічна, фінансова та нормативна підтримка, залучення іноземних інвестицій, інтенсифікація виробництва, реформування цінової політики, розвиток збуту, земельних відносин та також зниження імпоротної залежності України від кінцевої продукції іноземних країн.

Недостатнє фінансування інноваційних процесів в аграрному секторі знижує конкурентоспроможність України. Тому необхідно приділяти достатню увагу розвитку агропромислового сектору для створення конкурентоспроможної продукції. Одним із варіантів подолання цієї ситуації є проведення досліджень через внутрішні джерела, тобто забезпечення робочими місцями та системами заохочення молодих вчених, залучення іноземних експертів і, врешті, споживачів.

З моменту здобуття незалежності Україна міцно утвердилася як один з світових лідерів з виробництва та експорту сільськогосподарської продукції. Її якісна та різноманітна продукція користується високим попитом не лише в країнах Європи, але й у Північній та Південній Америці, а також в окремих країнах Азії та Африки.

Стабільний попит на українську агропродукцію відкриває ширні можливості для розвитку аграрного сектору. Однак, в умовах мінливої геополітичної та економічної ситуації, аграрним підприємствам необхідно постійно шукати нові шляхи для збереження та зміцнення своїх конкурентних позицій на світовому ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федосєєва Г.С. Світовий ринок сільськогосподарської продукції: теоретичний та практичний аспекти розвитку. Інтелект XXI № 1 '2017  
URL: [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017\\_1/3.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_1/3.pdf)
2. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи /Т.Г. Дудар В.Т. Дудар: Економічна думка, 2009. – 246 с.  
URL: <https://cutt.ly/dHUksyz>
3. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
4. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения / Г.М. Скударь. – К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
5. Калініченко Б.В. Теоретико-методологічні підходи до аналізу конкуренції на агропродовольчому ринку України. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 5-1 (05). С. 7-11.
6. Крапивний І.В. Конкурентоспроможність економіки та чинники її зростання / І.Крапивний, Н.Нілова // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2004. – №6(65). – С.12-16.
7. Хаджоян А.О. Конкурентоспроможність як соціально-економічне поняття і категорія / А.О. Хаджоян // Економічний вісник НГУ. – 2008. – №4. – С.19-25
8. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я.А.Жаліло, Я.Б.Базиліук, Я.В. Белінська та ін.]; За ред. Я.А.Жаліла. – К.: НІСД, 2005. – 388 с
9. Шепіцен А.О. Оцінка конкурентоспроможності аграрного підприємства /А.О. Шепіцен // Фінанси України. — 2003. — № 8. — С. 66—73.
10. Сутність і особливості конкурентоспроможності підприємств в аграрній сфері економіки. А. О. Сітковська. АГРОСВІТ № 10, 2012  
URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/10\\_2012/8.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/10_2012/8.pdf)

11. Скупський Р. М., Волосяк М. В. Конкуренентоспроможність аграрного сектора економіки як похідна інноваційного розвитку: БІЗНЕСІНФОРМ № 11 '2012.  
URL: [business-inform-2012-11\\_0-pages-150\\_154.pdf](https://business-inform-2012-11_0-pages-150_154.pdf)
12. Ahmad, Y.K., & Qais, A.D. (2017). Sales nationality and debt financing impact on firm's performance and risk: Evidence from Jordanian companies. *EuroMed Journal of Business*, 12(1). P. 103-126.
13. Розвиток агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 2020 - 204 с.
14. Міценко Н. Г., Кабаці Б. І., Федоренко А. О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. *Економічні науки*. 2021. № 62. С. 12–21.
15. Державна митна служба України URL: <https://customs.gov.ua/> (Дата звернення: 03.05.2024)
16. Міністерство аграрної політики та продовольства України.  
URL: <https://minagro.gov.ua/> (Дата звернення: 03.05.2024)  
Гвоздєва О., Корнелюк Р. Сильне плече аграріїв. URL: <https://forbes.ua/money/silne-pleche-agrariiv-za-visim-misyatsiv-2023-go-agrosector-prinis-ukraini-u-pyat-raziv-bilshe-viruchki-nizh-metalurgiya-zagalom-mi-eksportovali-tovariv-na-245-mlrd-yaki-kraini-kupuyut-ukrainske-dosli-11102023-16579> (Дата звернення: 05.05.2024)
17. Кириченко А. Україна збільшила імпорт агропродукції: що і у кого закуповуємо. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/import-agroprodukciji-v-ukrajinu-shcho-i-u-kogo-zakupovuyemo-12535032.html> (Дата звернення: 05.05.2024)
18. Духницький Б. 2023 року імпорт агропродукції до України зростав загалом, включаючи закупівлі у головних регіонах-постачальниках URL: <http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/3734-2023-roku-import-ahroproduktsiyi-do-ukrayiny-zrostav-zahalom-vklyuchayuchy-zakupivli-u->

- [holovnykh-rehionakh-postachalnykakh-bohdan-dukhnytskyi.html](http://holovnykh-rehionakh-postachalnykakh-bohdan-dukhnytskyi.html) (Дата звернення: 05.05.2024)
19. Multi-factor portfolio matrix “McKinsey”. (2021). Neganova, V. P., & Smelik, N.L. (2011). Dynamics of the transformation of the economic system of the agrarian sector. *Journal of Economic Theory*, 1, 96–103.
20. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (Дата звернення: 07.05.2024).
21. Болквадзе Н.І., Лібич І.С. Стратегії виходу підприємств аграрного сектору на зовнішні ринки. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1255/1210> (Дата звернення: 07.05.2024).
22. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. Університет ДФС України. Ірпінь, 2019. 410 с.8.
23. Цибуленко М. О., Дунська А.Р. Організаційно-економічні аспекти здійснення ЗЕД на підприємствах України під час кризи. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/73394/68771> (Дата звернення: 07.05.2024)
24. Stankiewicz-Mróż A., Perederii V. Foreign economic activity of enterprises. *Lodz*. 2018. 147 p. URL: [http://repozytorium.p.lodz.pl/bitstream/handle/11652/1944/Foreign\\_econ\\_activ\\_S\\_tankiewicz\\_Mroz\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repozytorium.p.lodz.pl/bitstream/handle/11652/1944/Foreign_econ_activ_S_tankiewicz_Mroz_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Дата звернення: 07.05.2024)
25. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення: 07.05.2024)
26. Петрушко Л. 20 найбільших компаній в українському АПК. Місія – зрости, попри війну. Кому це вдалось. URL: <https://forbes.ua/company/misiya-zrosti-popri-viynu-20-naybilshikh-agrovirobnikiv-i-eksporteriv-ukraini-17112023-17334> (Дата звернення: 07.05.2024)
27. Офіційний сайт компанії Кернел. URL: <https://www.kernel.ua/ua/> (Дата звернення: 07.05.2024)

28. Zoska, Ya., Zykun, N., & Fayvishenko, D. (2020). Branding as a social communication technology for managing consumer behavior. *International Journal of Management*, 11(6), 1027 -1037.
29. Тарасовський Ю. МХП закінчив 2023 рік із прибутком \$142 млн, виручка перевищила \$3 млрд. URL: <https://forbes.ua/news/mkhp-zakinchiv-2023-rik-iz-pributkom-viruchka-perevishchila-3-mlrd-02052024-20948> (Дата звернення: 07.05.2024)
30. Спецпроект Мінфіну. 5 способів інвестувати в сільське господарство України та світу. URL: <https://special.minfin.com.ua/ua/sicapital/investyciyi-v-silске-hospodarstvo> (Дата звернення: 07.05.2024)
31. Що заважає активному інвестуванню в український агросектор?  
URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/12/681316/> (Дата звернення: 07.05.2024)
32. Сільське господарство в умовах воєнного часу: другий рік боротьби за виживання. УКАБ. 2023. URL: [https://www.ucab.ua/ua/pres\\_sluzhba/novosti/silске\\_gospodarstvo\\_v\\_umova...](https://www.ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/silске_gospodarstvo_v_umova...) (Дата звернення: 07.05.2024)
33. Молочно-товарні ферми вийшли на довоєнні рівні виробництва молока в 2023 році. АВМ. 2024. URL: <https://avm-ua.org/uk/post/molocno-tovarni-fermi-vijsli-na-dovoenni-riv...> (Дата звернення: 07.05.2024)
34. У цьому році фермери зібрали 29 млн тонн овочів. У лідерах Житомирщина та Дніпропетровщина / Міністерство аграрної політики та продовольства України. 2023. 22 лист. URL: <https://minagro.gov.ua/news/u-comu-roci-fermeri-zibrali-29-mln-tonn-ovo...> (Дата звернення: 07.05.2024)
35. Інфляційний звіт. Жовтень 2023 року. Національний банк України. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/IR\\_2023-Q4.pdf?v=6](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q4.pdf?v=6) (Дата звернення: 07.05.2024)
36. Possibilities and reservations regarding the consequences of the implementation of the provisions of the Association Agreement between the EU and Ukraine: a scientific report / edited by V. Heitz; NAS of Ukraine. SI "IEF" K., 2013. 98 с.

37. Не зважаючи на знищення агросектору Херсонщини: в Україні овочівництво досягло довоєнного рівня. AgroPolit.com. 2024. 11 січ. URL: <https://agropolit.com/news/27382-ne-zvajayuchi-na-znischennya-agrosekto...>(Дата звернення: 07.05.2024)
38. Нова аграрна політика. URL: <http://www.vin.gov.ua/images/doc/vin/Dep-APK-2022/Prezentatsia.pdf>(Дата звернення: 07.05.2024)
39. Україна цього річ збільшила експорт агропродукції на 15% – УКАБ. Укрінформ. 2023. 30 груд. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3806895-ukraina-cogoric-zbilsil...>(Дата звернення: 07.05.2024)
40. Як змінився агроекспорт України і його структура за 2023 рік? URL: <https://agropolit.com/blog/536-yak-zminivsia-agroekspport-ukrayini-i-yogo-struktura-za-2023-rik> (Дата звернення: 07.05.2024)
41. Місце України на світовому ринку продукції АПК / А. М. Прощаликіна, Т. С. Петренко // АГРОСВІТ № 11, 2018. – С.22-26.
42. Kravchenko I. Management of the export potential of the Ukrainian enterprises in the context of entrance to the European market. Central European Journal of Management. 2020. vol. 1, no. 2. URL: <https://journals.muni.cz/cejm/article/view/3375> (дата звернення: 07.05.2024).
43. Citation: FAO. 2017. The future of food and agriculture – Trends and challenges. URL: <https://www.fao.org/3/a-i6583e.pdf> (дата звернення: 07.05.2024).
44. OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032. URL: <https://www.oecd.org/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-19991142.htm>(дата звернення: 07.05.2024).
45. Aitken, R., Watkins, L., Williams, J. and Kean A. (2020). The Positive Role of Labelling on Consumers' Perceived Behavioral Control and Intentional to Purchase Organic Food. Journal of Cleaner Production, Volume 255, 10 May 2020.
46. WILLER, H., LERNOUD, J. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2019. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. 2019. 353 p.

**Огляд зарубіжної літератури**

- 1. Stankiewicz-Mróz A., Perederii V. Foreign economic activity of enterprises. Lodz.2018.147p.**

This is an article about foreign economic activity of enterprises. It discusses the development of market relations and the stages of foreign economic activity. The article also details methods of regulation, including protectionism and free trade. Important points are the role of the government and international institutions.

- 2. Kravchenko I. Management of the export potential of the Ukrainian enterprises in the context of entrance to the European market. Central European Journal of Management. 2020. vol. 1, no. 2.**

This is an article about the economic relations of Ukrainian enterprises entering the European market. It discusses the challenges and opportunities Ukrainian businesses face due to the recent geopolitical situation. The article identifies five areas with potential for Ukrainian exports to Europe: agriculture, food, machinery, metallurgy, and innovation. Statistical data is analyzed to determine the most promising products for Ukrainian export.

- 3. Citation: FAO. 2017. The future of food and agriculture – Trends and challenges.**

The report sheds some light on the nature of the challenges that agriculture and food systems are facing now and throughout the 21st century, and provides some insights as to what is at stake and what needs to be done. What emerges is that “business as usual” is no longer an option but calls for major transformations in agricultural systems, in rural economies and in how we manage our natural resources.

- 4. OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032. URL: <https://www.oecd.org/publications/oecd-fao-agricultural-outlook-19991142.htm>**

This is an article about the OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032. It discusses agricultural commodity and fish markets. The report estimates that global

food consumption will increase by 1.3% per year over the next decade. This is slower than the

previous decade due to population and income growth slowing down. The analysis assumes no major changes in weather or policy.

**5. Ahmad, Y.K., & Qais, A.D. (2017). Sales nationality and debt financing impact on firm's performance and risk: Evidence from Jordanian companies. EuroMed Journal of Business, 12(1). P. 103-126.**

In their 2017 study published in the EuroMed Journal of Business, Ahmad and Qais investigate the effects of sales nationality and debt financing on the performance and risk of Jordanian companies. The research, detailed in volume 12, issue 1, pages 103-126, explores how the geographical origin of a firm's sales and its debt structure influence its operational outcomes and financial stability. Utilizing data from Jordanian firms, the authors analyze the interplay between these variables to understand their combined impact on company performance. This study provides valuable insights for policymakers and business leaders in emerging markets, highlighting the importance of considering both market diversification and financial strategies in enhancing firm resilience and success.

**6. Multi-factor portfolio matrix "McKinsey". (2021). Neganova, V. P., & Smelik, N.L. (2011). Dynamics of the transformation of the economic system of the agrarian sector. Journal of Economic Theory, 1, 96–103.**

The multi-factor portfolio matrix, often associated with McKinsey's strategic tools. This resource provides an in-depth look at the matrix's application in evaluating and managing a diversified portfolio of business units or products based on multiple performance factors.

In addition, Neganova and Smelik's 2011 article titled "Dynamics of the Transformation of the Economic System of the Agrarian Sector," published in the Journal of Economic Theory, issue 1, pages 96-103, examines the evolving economic landscape within the agricultural sector. The authors analyze structural changes, influencing factors, and the implications of these transformations for economic policy and agrarian business strategies. This study offers a theoretical framework and empirical insights that are essential for understanding the dynamic shifts in agrarian economies

**7. Zoska, Ya., Zykun, N., & Fayvishenko, D. (2020). Branding as a social communication technology for managing consumer behavior. International Journal of Management, 11(6), 1027 -1037.**

In their 2020 article published in the International Journal of Management, Zoska, Zykun, and Fayvishenko explore the role of branding as a social communication technology in managing consumer behavior. The study, featured in volume 11, issue 6, pages 1027-1037, delves into the mechanisms through which branding strategies influence consumer perceptions, decisions, and loyalty. The authors present a comprehensive analysis of how brands utilize social communication techniques to create and maintain a favorable image, thereby affecting consumer attitudes and behaviors. This research offers valuable insights for marketers and business professionals aiming to enhance brand effectiveness and consumer engagement through strategic communication practices.

**8. Possibilities and reservations regarding the consequences of the implementation of the provisions of the Association Agreement between the EU and Ukraine: a scientific report / edited by V. Heitz; NAS of Ukraine. SI "IEF" K., 2013. 98 c.**

The scientific report titled "Possibilities and Reservations Regarding the Consequences of the Implementation of the Provisions of the Association Agreement between the EU and Ukraine," edited by V. Heitz and published by the National Academy of Sciences of Ukraine's State Institution "Institute for Economic Forecasting" in 2013, provides an in-depth analysis of the potential impacts of the Association Agreement. This 98-page document, bearing ISBN 978-966-02-6945-3, examines both the opportunities and challenges that Ukraine may face as a result of implementing the agreement with the European Union. The report covers various economic, social, and political dimensions, offering insights into how the agreement could influence Ukraine's integration into the European market, regulatory alignment, and overall economic development. It serves as a critical resource for policymakers,

scholars, and stakeholders interested in the ramifications of Ukraine's closer association with the EU.

**9. WILLER, H., LERNOUD, J. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2019. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. 2019. 353 p.**

In "The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2019," authors Helga Willer and Julia Lernoud present a comprehensive overview of the global organic agriculture sector. Published by the Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) in Frick and IFOAM – Organics International in Bonn, this 353-page report provides detailed statistical data and analyzes key trends shaping the organic market worldwide. The book, covers various aspects including production, market dynamics, policy frameworks, and consumer behavior, offering valuable insights for farmers, researchers, policymakers, and industry stakeholders interested in the growth and development of organic agriculture. This edition highlights the significant advancements and challenges within the sector, providing a crucial resource for understanding the future trajectory of organic farming globally.

**10. Aitken, R., Watkins, L., Williams, J. and Kean A. (2020). The Positive Role of Labelling on Consumers' Perceived Behavioral Control and Intention to Purchase Organic Food. Journal of Cleaner Production, Volume 255, 10 May 2020.**

In their 2020 article published in the Journal of Cleaner Production, Aitken, Watkins, Williams, and Kean explore the impact of labeling on consumers' perceptions of behavioral control and intention to purchase organic food. This study, featured in Volume 255 on May 10, 2020, investigates how labeling influences consumer behavior in the context of organic food purchases. By analyzing data obtained through surveys and experiments, the authors demonstrate the positive role of labeling in shaping consumers' perceptions and intentions regarding organic food consumption. The findings highlight the significance of clear and informative labeling strategies in promoting sustainable consumption patterns.

**Анотація кваліфікаційної бакалаврської роботи**

The bachelor's work is devoted to researching the state of the global agro-food market and the activities of Ukrainian enterprises on it.

Special attention is paid to the analysis of the export potential, the identification of market opportunities and problems that hinder development. The study includes a comparative analysis of the competitive position of Ukrainian enterprises with other players in the agri-food market. Based on the received data, recommendations are formulated for improving Ukraine's competition strategies on the global agri-food market in order to increase its competitiveness and market position

**Додаток В**

Таблиця В.1. Експорт агропродукції у 2023 та 2022 рр. ТОП 10 товарів експорту, млрд дол [40]

| №  | Найменування                       | 2022 | 2023 | Динаміка, % |
|----|------------------------------------|------|------|-------------|
| 1  | Кукурудза                          | 5,9  | 5,0  | -16         |
| 2  | Олія соняшникова                   | 5,5  | 4,9  | -9          |
| 3  | Пшениця                            | 2,7  | 2,9  | +10         |
| 4  | Насіння свиріпи або ріпаку         | 1,5  | 1,3  | -17         |
| 5  | Насіння соняшнику                  | 1,3  | 1,2  | -7          |
| 6  | Соеві боби                         | 0,9  | 1,0  | +12         |
| 7  | М'ясо, субпродукти птиці           | 0,9  | 0,8  | -7          |
| 8  | Макуха(окрім соєвої та арахісової) | 0,8  | 0,4  | -50         |
| 9  | Ячмінь                             | 0,4  | 0,4  | -19         |
| 10 | Цукор                              | 0,1  | 0,3  | +98         |

Таблиця В.2. Експорт агропродукції у 2023 та 2022 рр.  
ТОП 10 країн експорту, млрд дол [40]

| №  | Найменування | 2022 | 2023 | Динаміка, % |
|----|--------------|------|------|-------------|
| 1  | Польща       | 2,6  | 2,9  | +12         |
| 2  | Румунія      | 1,9  | 2,2  | +17         |
| 3  | Туреччина    | 2,2  | 2,0  | -10         |
| 4  | Китай        | 1,3  | 1,8  | +34         |
| 5  | Іспанія      | 2,6  | 1,7  | -35         |
| 6  | Нідерланди   | 1,2  | 1,3  | +6          |
| 7  | Італія       | 0,7  | 1,1  | +63         |
| 8  | Угорщина     | 0,9  | 1,0  | +13         |
| 9  | Німеччина    | 0,7  | 0,8  | +26         |
| 10 | Єгипет       | 0,9  | 0,5  | -47         |

Таблиця Д.1. Основні напрями посилення конкурентних позицій експорту продукції вітчизняного АПК [41]

| Група заходів                  | Напрямки підвищення конкурентоздатності  | Особливості реалізації   |
|--------------------------------|--|--|
| Планування розвитку галузі     | Формування і впровадження державних програм стимулювання експорту продукції АПК, розвитку органічного виробництва, концепції розвитку біоекономіки в Україні | Дозволить узгоджувати строки, ресурси, пріоритетні напрями, механізми досягнення цілей та виконавців   |
| Розширення джерел фінансування | Стимулювання інвестицій в розвиток АПК   | Розвивати механізми захисту прав інвесторів при вирішенні спорів, розширити системи кредитного забезпечення (розвиток наявної системи відшкодування процентних ставок не лише для виробників тваринницької продукції, а і для виробників з високою часткою доданої вартості)       |
|                                | Розвиток системи страхування аграрних ризиків  | Сплата державою частини страхових внесків при страхуванні ризиків невиконання експортних контрактів з безпосередньою участю держави при укладанні контрактів. Розробити методику формування тарифів на страхування сільськогосподарських культур та систему контролю погодних умов |
|                                | Податкова підтримка  | Збереження пільгового оподаткування та відшкодування ПДВ для сільськогосподарських виробників. Це  |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  |   | дозволить збільшити непряму підтримку виробників  |
| Вдосконалення цінової політики                           | Зниження собівартості продукту  | Зменшення впливу посередників у ціноутворенні, переорієнтація на техніку та добрива вітчизняного виробництва  |
|  | Зменшення диспаритету цін   | Підвищення конкуренції у сфері зберігання і збуту сільськогосподарської продукції, посилення моніторингу цін, покращення інвестиційного клімату для виробників сільськогосподарської техніки  |
| Інтенсифікація виробництва і освоєння нових ринків збуту | Розвиток органічного виробництва  | Формування системи стандартів та сертифікації продукції відповідно до міжнародних стандартів  |
|  | Розвиток продукції тваринництва   | Оскільки значна частина тваринницької продукції вирощується в господарствах населення, то необхідно створити умови для їх перетворення у фермерські господарства за принципом «єдиного вікна» |
|  | Підвищення частки в експорті продукції з високою доданою вартістю (зокрема, продукції харчової промисловості) | Підвищення якості та безпечності, розвиток системи сертифікації   |
|  | Підтримка нових технологій вирощування та підвищення урожайності та продуктивності                            | Податкові пільги для тих, хто впроваджує інновації  |
| Розвиток інфраструктури                                  | Стимулювання кооперації   | Створення збутових кооперативів та центрів колективного користування технікою   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | Формування кластерів  | Формування взаємодії за регіональним та галузевим принципом між органами влади (через програми стимулювання і гарантії), виробниками, переробними підприємствами, науковими установами, збутовими організаціями |
|  | Інформаційна підтримка та моніторинг зовнішньоторгівельних операцій | Частково виконується Аграрною біржею, однак потребує вдосконалення інформаційної роботи щодо кон'юнктури зовнішніх ринків та особливостей реалізації продукції на них   |

## Додаток Ж

Таблиця 2.3.1. ТОП-5 найбільших компаній українського агросектору [26]

| №  | Компанія              | Спеціалізація  | Виторг,<br>млрд грн | Збиток/прибуток,<br>млрд грн |
|----|-----------------------|--|---------------------|------------------------------|
| 1  | Kernel                | Соняшникова олія,<br>зерно, кукурудза  | 129,5               | -3,1                         |
| 2  | МХП                   | Курятина,<br>м'ясопереробка, зернові   | 85,4                | -8,4                         |
| 3  | UkrLandFarming        | Яйця, зернові,<br>скотарство   | 25-35               | Інформація відсутня          |
| 4  | «АДМ Юкрейн»          | Зернотрейдинг,<br>виробництво олії   | 25,2                | -1,6                         |
| 5  | «Агропросперіс»       | Пшениця, кукурудза,<br>соняшник  | 20-30               | Інформація відсутня          |
| 6  | «Астарта»             | Цукор, кукурудза,<br>пшениця   | 1,6                 | +2,2                         |
| 7  | «НІБУЛОН»             | Зернові та олійні  | 15,2                | -9,6                         |
| 8  | Viterra               | зерно, олійні та бобові<br>культури, цукор, рис,<br>бавовну, рослинні олії та<br>біодизель         | 13,7                | +1,1                         |
| 9  | Bunge<br>(«Сантрейд») | Зернові та олійні  | 13,7                | -1,8                         |
| 10 | Cargill               | Зернові та олійні  | 13,5                | +0,558                       |
| 11 | LNZ                   | вирощуванні зернових і<br>технічних культур,<br>тваринництві та<br>зернотрейдерській<br>діяльності | 13,4                | +0,029                       |
| 12 | ЕпіцентрАгро          | Зернові, насіння, олійні   | 11,2                | Інформація відсутня          |
| 13 | Delta Wilmar          | Соняшникова і тропічна<br>очії   | 11,7                | +0,617                       |
| 14 | Louis Dreyfus         | Зернотрейдинг, продаж  | 10,4                | +0,416                       |

|    |                      |  |      |                     |
|----|----------------------|--|------|---------------------|
|    |                      | кави, молочних продуктів, бавовни  |      |                     |
| 15 | «Оліяр»              | Соняшникова олія, ріпак, соя   | 9,7  | +0,517              |
| 16 | «Укрпромінвест-Агро» | Цукор, борошно, скотарство   | 9-10 | Інформація відсутня |
| 17 | Група «Техноторг»    | сільгосптехніка  | 7-8  | -31                 |
| 18 | «Прометей»           | Закупівля та реалізація зернових і соняшнику, послуги елеватора, логістика | 7,8  | Інформація відсутня |
| 19 | «ОптімусАгро Трейд»  | Виробництво соняшникової олії, шроту та лушпиння                           | 7,3  | -1,5                |
| 20 | Бауер                | Засоби захисту рослин, гібриди   | 7,2  | +0,473              |

# Короткий звіт подібності



|   |  |
|---|--|
| Имя пользователя:<br>Міжнародного обліку та аудит Гавриловський Олек... | ID проверки:<br>1016275687                 |
| Дата проверки:<br>23.05.2024 09:56:32 EEST                              | Тип проверки:<br>Doc vs Internet + Library |
| Дата отчета:<br>23.05.2024 10:41:14 EEST                                | ID пользователя:<br>100005725              |

Название файла: Яренко Катерини Анатоліївни\_original\_21052024\_094346  
Количество страниц: 40 Количество слов: 8891 Количество символов: 69186 Размер файла: 90.58 KB ID файла: 1016066861

## 11.8% Совпадения

Наибольшее совпадение: 1.12% с Интернет-источником (<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3823444-ukraina-t...>)



## 0% Цитат

- Исключение цитат выключено
- Исключение списка библиографических ссылок выключено

## 0% Исключений

Нет исключенных источников

## Модификации

Обнаружены модификация текста. Подробная информация доступна в онлайн-отчете.

