

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Міжнародні економічні відносини

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 Міжнародні відносини

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

292 Міжнародні економічні відносини

Форма навчання: денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ
ПРОДУКТІВ»

здобувача Винника Олега Олеговича

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Черницька Т. В

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

Завідувач кафедри: д.е.н., доц. Федірко О.А

Київ 2023

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



Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Міжнародні економічні відносини»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 Міжнародні відносини

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

292 «Міжнародні економічні відносини»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
Освітньо-професійної програми

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Федірко О.А.

_____ Федірко О.А.

« ____ » _____ 20__ р.

« ____ » _____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти **Виннику Олегу Олеговичу**
денної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: **«Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від « 25 » вересня 2023 р. № 1742ст

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах міжнародної організації
ЕВА, наукових публікацій, аналітичних звітів та офіційних інституцій ЄС

Розділ 1	Теоретичні засади дослідження міжнародного ринку харчових продуктів <i>(термін подання – до 20.10)</i>
Розділ 2	Аналіз тенденцій розвитку міжнародного ринку харчових продуктів <i>(термін подання – до 10.11)</i>
Розділ 3	Проблеми і перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів

(термін подання – до 01.12)

План кваліфікаційної магістерської роботи

Об'єкт дослідження:	міжнародний ринок харчових продуктів
Предмет дослідження:	умови, тенденції, фактори та перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	на основі комплексного аналізу сучасного стану міжнародного ринку харчових продуктів визначити його ключові фактори та сформулювати перспективні напрями розвитку, а також оцінити їх вплив на міжнародну конкурентоспроможність експортерів харчової промисловості

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

У розділі 1	визначити сутність та ключові умови функціонування міжнародного ринку харчових продуктів; дослідити структуру міжнародного ринку харчових продуктів; визначити ключові показники та фактори розвитку міжнародного ринку харчових продуктів.
У розділі 2	проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів; вплив інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів; визначити нормативно-правова основа функціонування міжнародного ринку харчових продуктів СОТ
У розділі 3	визначити проблеми та виклики для розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних змін клімату; продумати прогностичні сценарії розвитку світового ринку харчових продуктів; визначити стратегічні пріоритети формування конкурентоспроможності вітчизняних компаній; інструменти та механізми диверсифікації українського експорту харчових продуктів

Завдання підготував
науковий керівник

(підпис)

Черницька Т. В

(ініціали, прізвище)

«26» вересня 2023 р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Винник О. О

(ініціали, прізвище)

«27» вересня 2023 р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 72 сторінки, 3 таблиці, 8 рисунків, список використаних джерел з 56 найменувань, додатки.

« РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ »

Об'єктом дослідження є міжнародний ринок харчових продуктів.

Предметом дослідження є умови, тенденції, фактори та перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи – на основі комплексного аналізу сучасного стану міжнародного ринку харчових продуктів визначити його ключові фактори та сформулювати перспективні напрями розвитку, а також оцінити їх вплив на міжнародну конкурентоспроможність експортерів харчової промисловості.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі **завдання**:

- визначити сутність та ключові умови функціонування міжнародного ринку харчових продуктів;
- дослідити структуру міжнародного ринку харчових продуктів;
- визначити ключові показники та фактори розвитку міжнародного ринку харчових продуктів;
- проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів;
- вплив інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів;
- визначити нормативно-правова основа функціонування міжнародного ринку харчових продуктів СОТ;
- визначити проблеми та виклики для розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних змін клімату;
- продумати прогностичні сценарії розвитку світового ринку харчових продуктів;
- визначити стратегічні пріоритети формування конкурентоспроможності вітчизняних компаній;
- інструменти та механізми диверсифікації українського експорту харчових продуктів.

Практичне значення отриманих результатів. Проведено аналіз ринків, їхніх тенденцій та потреб споживачів. Результати дослідження можуть підкреслити потребу в технологічних інноваціях у виробництві, зберіганні та транспортуванні харчових продуктів для задоволення стандартів якості й безпеки в різних країнах. Це може означати впровадження нових методів консервації, пакування чи транспортування, щоб підвищити тривалість зберігання та зберегти якість продуктів.

Отримані результати можуть служити основою для розробки конкретних дій та стратегій, спрямованих на розвиток міжнародного ринку харчових продуктів з урахуванням потреб споживачів, тенденцій ринку та регулятивних вимог.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2023. Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: міжнародний ринок, харчові продукти, стратегії розвитку, технології виробництва, інновації на міжнародному ринку, експорт, імпорт, потреби споживачів, якість харчових продуктів, продовольча безпека, маркетингові стратегії, конкурентоспроможність, стандартизація харчової промисловості.

В і д г у к
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

Винника Олега Олеговича

На тему Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів

1. Актуальність теми: Наразі розвиток міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних викликів є надзвичайно актуальним питанням. Варто врахувати сучасні воєнні конфлікти, зокрема війна в Україні, котрі значною мірою впливають на рівень продовольчої безпеки у світі. Також важливим аспектом у функціонуванні досліджуваного ринку є прогресивний розвиток харчових і сільськогосподарських технологій, що має надзвичайний вплив на кон'юнктуру ринку, а відтак і продовольчу безпеку.

2. Позитивні риси кваліфікаційної роботи: Робота вирізняється досить глибоким комплексним аналізом міжнародного ринку харчових продуктів на основі опрацювання знаного масиву сучасних та історичних даних, із врахуванням широкого спектру факторів, зокрема економічних, соціокультурних, технологічних та логістичних.

3. Наявність самостійних розробок автора: Здобувачем визначено ключові компоненти структури міжнародного ринку харчових продуктів; охарактеризовано найбільш перспективні напрями його розвитку, враховуючи не тільки економічні, а й соціокультурні аспекти.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: Результати даного дослідження можуть бути використані при формуванні стратегії країни для розвитку харчової промисловості та розробки напрямів інтеграції до міжнародного ринку харчових продуктів. Також компанії можуть отримати інформацію про найбільш перспективні напрями для експорту.

5. Наявність недоліків: У роботі доцільно було б використати економетричні методи дослідження глобальних трендів міжнародного ринку харчових продуктів.

6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: Робота є цілком самостійною, завершеною, логічно структурованою та може бути рекомендована до захисту перед ЕК із загальною оцінкою – **44 бали**.

Науковий керівник: к.е.н., професор кафедри міжнародної економіки

(підпис)

Черницька Т.В.
(прізвище, ініціали)

«07» грудня 2023 р.

Рецензія

на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти

Винника Олега Олеговича

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів

Актуальність теми кваліфікаційної магістерської роботи і доцільність її розроблення: Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів є актуальною темою, оскільки даний сегмент глобального ринку має великий потенціал для економічного зростання та виконує важливу функцію гарантування продовольчої безпеки в усіх регіонах світу. Крім того, сьогодні надзвичайно важливим є дослідження сучасних трендів міжнародного ринку харчових продуктів, зокрема у контексті мінливості кон'юнктури даного сегменту, розвитком харчових технологій, змінами регуляторної системи тощо.

Якість проведеного дослідження:

Рецензована робота вирізняється комплексним аналізом міжнародного ринку харчових продуктів на основі аналізу значної бази даних, включаючи різноманітні аспекти, такі як економічні, соціокультурні, технологічні та логістичні фактори.

Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи:

Робота вирізняється глибоким аналізом сучасного стану міжнародного ринку харчових продуктів, враховуючи не тільки економічні, але і соціокультурні аспекти.

Зауваження: Рецензована кваліфікаційна робота значно виграла б за використання економетричних моделей розвитку глобальних трендів міжнародного ринку харчових продуктів, що дало б можливість до формування ефективних стратегій інтеграції вітчизняних компаній на даний ринок.

Практична значимість висновків і рекомендацій:

Аналіз роботи дозволяє зрозуміти не тільки поточний стан ринку, але й дає можливість прогнозування тенденцій розвитку досліджуваного ринку, надаючи корисні рекомендації для вітчизняних підприємств, які планують розширювати свою діяльність на міжнародний ринок.

Кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного менеджменту



Козачок Т.С.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	6
1.1 Сутність міжнародного ринку та його особливості	6
1.2 Характеристика суб'єктів та об'єктів міжнародного ринку харчових продуктів	10
1.3 Методики, критерії та показники оцінювання кон'юнктури міжнародних товарних ринків	14
1.4 Стратегії забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку харчових продуктів.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.....	24
2.1 Сучасний стан і тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів	24
2.2 Вплив інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів	32
2.3 Регулювання СОТ міжнародного ринку харчових продуктів.....	38
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	46
3.1 Глобальні виклики розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних змін клімату	46
3.2 Прогнозні сценарії розвитку світового ринку харчових продуктів.....	50
3.3 Інструменти та механізми диверсифікації українського експорту харчових продуктів	55
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	76

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів є актуальною темою, оскільки він має великий потенціал для економічного зростання та гарантування продовольчої безпеки в усіх регіонах світу. Крім того, міжнародний ринок харчових продуктів пов'язаний зі змінами в попиті на харчові продукти, розвитком технологій, змінами в законодавстві та багатьма іншими факторами. Особливої уваги потребує дослідження зміни кон'юнктури міжнародного ринку харчових продуктів у контексті глобальних викликів, розвитку інноваційних харчових технологій, трансформації національних систем регулювання

Мета і завдання дослідження. На основі комплексного аналізу сучасного стану міжнародного ринку харчових продуктів визначити його ключові фактори та сформулювати перспективні напрями розвитку, а також оцінити їх вплив на міжнародну конкурентоспроможність експортерів харчової промисловості.

Основним завданням дослідження є:

- визначити сутність та ключові умови функціонування міжнародного ринку харчових продуктів;
- дослідити структуру міжнародного ринку харчових продуктів;
- визначити ключові показники та фактори розвитку міжнародного ринку харчових продуктів;
- проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів;
- вплив інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів;
- визначити нормативно-правова основа функціонування міжнародного ринку харчових продуктів СОТ;
- визначити проблеми та виклики для розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних змін клімату;
- продумати прогностичні сценарії розвитку світового ринку харчових

- продуктів;
- визначити стратегічні пріоритети формування конкурентоспроможності вітчизняних компаній;
 - інструменти та механізми диверсифікації українського експорту харчових продуктів.

Об'єктом дослідження є міжнародний ринок харчових продуктів.

Предметом дослідження є умови, тенденції, фактори та перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів.

Кваліфікаційна магістерська робота «Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів» є дослідженням тенденцій і перспектив розвитку глобального харчового ринку. Сучасний світ стикається зі значними викликами, пов'язаними з продовольчою безпекою, зміною клімату, демографічними та економічними трансформаціями, що має вплив на споживання та виробництво харчових продуктів. Розуміння та аналіз динаміки міжнародного ринку харчових продуктів є критичним для забезпечення сталого розвитку та забезпечення продовольчої безпеки в умовах глобалізації економіки.

У роботі розглянуто основні тенденції виробництва та споживання харчових продуктів в світі, проаналізовано основні міжнародні торгові потоки, описуватимуться стратегії країн-експортерів та імпортерів на міжнародному ринку харчових продуктів. Крім того, у роботі проаналізовано основні чинники, що впливають на конкурентну позицію країн-експортерів, зокрема, технологічні інновації та регулювання торгівлі.

Отримані результати дослідження дозволили виявити основні тенденції та фактори, що впливають на розвиток міжнародного ринку харчових продуктів та сформулювати рекомендації щодо подальшого розвитку цього ринку.

У роботі було розглянуто такі важливі аспекти, як зміни в попиті на харчові продукти в світі, особливості експорту та імпорту харчових продуктів, проблеми та виклики, що виникають при торгівлі харчовими

продуктами на міжнародному ринку, а також можливості для підвищення ефективності експортної діяльності країн-експортерів та для забезпечення якості та безпеки харчових продуктів для споживачів.

Для досягнення поставленої мети можуть плануватися використання наступних **методів дослідження**: аналіз статистичних даних для аналізу та оцінки масштабів і динаміки розвитку міжнародного ринку харчових продуктів (пп.2.1, 2.2, 3.3), аналіз маркетингових стратегій, аналіз політичних та економічних факторів для визначення рівня їх впливу на кон'юнктуру глобального ринку та продовольчу безпеку світі (пп.2.3), економетричні методи аналізу та оцінки конкурентів та інші методи – для отримання більш повного та об'єктивного уявлення про розвиток міжнародного ринку харчових продуктів і знаходження ефективних рішень для подальшого розвитку цього ринку (пп.1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 3.3), метод компаративного аналізу для вивчення розвитку міжнародних ринків харчових продуктів в інших країнах світу та адаптації цих підходів для використання на місцевому ринку (пп.2.1, 2.2).

В цілому, використання різноманітних методів дослідження дозволить отримати більш повну та об'єктивну картину розвитку міжнародного ринку харчових продуктів та розробити стратегію його подальшого розвитку.

Інформаційна база дослідження. Аналіз наукових публікацій та теоретичних підходів до аналізу міжнародних ринків, статистичних даних, інформація від міжнародних організацій. Тренди в споживчих уподобаннях та прогнози ринку досліджуються разом із використанням інструментів маркетингового дослідження. Культурний аспект та стратегії компаній розглядають вплив культурних різниць та стратегічне планування компаній у харчовій промисловості. Порівняльний аналіз ринків завершує структуровану інформаційну базу, що дозволяє розглядати різні аспекти розвитку міжнародного ринку харчових продуктів.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

1.1 Сутність міжнародного ринку харчових продуктів та його особливості

Міжнародний ринок представляє собою глобальну платформу, де відбувається обмін товарами, послугами, капіталом та інформацією між країнами світу. Сутність міжнародного ринку полягає в утворенні мережі економічних зв'язків між різними національними ринками, що сприяє глобальній інтеграції та обміну ресурсами.

Основними характеристиками його сутності є:

- *Інновації та технологічний прогрес.* Міжнародний ринок стимулює інновації та обмін технологіями між країнами, що сприяє покращенню якості товарів та послуг.
- *Глобалізація та світова взаємодія.* Він є платформою для світової взаємодії та глобалізації економіки, що дозволяє країнам спільно розвиватися та співпрацювати.
- *Потреба у розумінні міжкультурних відмінностей.* Міжнародний ринок вимагає уваги до міжкультурних відмінностей та адаптації бізнес-стратегій для різних ринків та культур.
- *Постійна нестабільність.* Економічні кризи, політичні конфлікти та природні катастрофи можуть впливати на міжнародний ринок, створюючи нестабільність і ризики для учасників.
- *Роль інституцій та міжнародних організацій.* Органи управління, такі як Світова організація торгівлі (СОТ) та Міжнародний Валютний Фонд (МВФ), грають важливу роль у регулюванні та сприянні розвитку міжнародного ринку.

Розуміння сутності міжнародного ринку та його особливостей є важливою складовою успішного ведення бізнесу в глобальному масштабі.

Міжнародний ринок відображає велику мережу економічних зв'язків, що об'єднує різні країни та їх економіки для торгівлі товарами, послугами, капіталом та інформацією. Його глобальний характер відкриває безліч можливостей для компаній з різних країн, сприяючи розвитку та ефективному функціонуванню глобальних ланцюжків постачання та міжнародних операцій.

Учасники міжнародного ринку можуть бути державними установами, бізнес-суб'єктами, міжнародними організаціями та споживачами. Ця різноманітність впливає на складність та динаміку міжнародних відносин. Крім того, валютні коливання, політичні рішення та регулювання, а також культурні різниці є важливими факторами, що впливають на функціонування та стратегії на міжнародному ринку [43].

Важливою рисою міжнародного ринку є його стимулюючий вплив на інновації та технологічний прогрес. Посилення конкуренції та постійний пошук нових ринків приводить до появи нових ідей, продуктів та технологій. Однак, цей ринок також супроводжується нестабільністю, що виникає через економічні кризи, політичні конфлікти та природні катастрофи, що може створювати ризики для учасників ринку.

Розуміння та адаптація до цих особливостей є ключовими для успішної діяльності на міжнародному ринку. Врахування міжкультурних відмінностей, використання можливостей глобалізації та розуміння впливу політики та регулювання допомагають підприємствам створювати ефективні стратегії та отримувати конкурентні переваги в глобальному бізнесі.

Значення міжнародного ринку для сучасної економіки важливе. Він створює можливості для розвитку та співпраці між різними країнами, сприяючи обміну знаннями, інноваціями та кращими практиками. Це поле розвитку приводить до підвищення конкурентоспроможності та покращення якості товарів та послуг, що має позитивний вплив на споживачів.

З ростом глобалізації та взаємозалежності національних економік, розуміння особливостей міжнародного ринку стає критично важливим для

підприємств. Пошук нових ринків, адаптація до місцевих умов та визначення стратегій, що враховують всі зазначені особливості, дозволяє підтримувати стабільність та успішну діяльність в умовах глобальних змін.

Крім того, важливою частиною міжнародного ринку є роль міжнародних організацій та угод, таких як Всесвітня Торгівельна Організація, Міжнародний Валютний Фонд та інші, які сприяють створенню правил та умов для ефективної міжнародної торгівлі та співпраці.

Загалом, розуміння і пристосування до умов міжнародного ринку вимагає постійного аналізу, гнучкості та готовності до змін. Від цього залежить успіх підприємств у глобальному масштабі та їх можливість досягати конкурентних переваг у світі постійних економічних трансформацій.

Міжнародний ринок визначається кількома ключовими особливостями, які впливають на його функціонування та динаміку[48].

- *Глобальний характер*: міжнародний ринок є глобальним, охоплюючи всі країни світу. Це створює єдину мережу для торгівлі товарами, послугами та капіталом. Глобалізація відкриває можливості для підприємств взаємодіяти на світовому рівні, але також створює виклики, пов'язані з адаптацією до різноманітних ринкових умов.

- *Різноманітність учасників*: учасники міжнародного ринку включають державні установи, бізнес-суб'єкти, міжнародні організації та споживачі. Це робить міжнародний ринок дуже різноманітним та складним для аналізу. Різні типи учасників мають свої інтереси, стратегії та вплив на умови та правила гри.

- *Вплив політики та регулювання*: політичні рішення, тарифи, мита та міжнародні договори мають значний вплив на функціонування міжнародного ринку. Зміни в політиці можуть призвести до змін у торговельних умовах та обмежень, що важливо враховувати при розробці стратегій підприємств.

- *Валютні коливання*: курси валют постійно змінюються, що впливає на вартість товарів та послуг, зроблених у різних країнах. Валютні ризики

стають важливим фактором для міжнародних підприємств, і стратегії керування цими ризиками стають важливим елементом успішної діяльності на світовому ринку.

- *Культурні різниці*: різниця в культурі, мові та способах ведення бізнесу впливає на міжнародні відносини та угоди. Ефективна комунікація та розуміння культурних особливостей стають важливими факторами для успішної взаємодії на міжнародному ринку.

Ці особливості взаємодії визначають контекст та умови функціонування міжнародного ринку, викликаючи необхідність уважного аналізу та стратегічного планування для підприємств, які прагнуть успішно опанувати міжнародні ринки.

Міжнародний ринок відображає глибоку взаємодію різних економік, національних систем та підприємств у всесвітньому масштабі. Він є важливою платформою для обміну товарами, послугами, капіталом та інформацією між різними країнами. Ця взаємодія відбувається в контексті різних економічних, політичних, соціокультурних та технологічних умов, що робить міжнародний ринок динамічним та складним для аналізу [51].

Однією з ключових особливостей міжнародного ринку є його глобальний характер. Він охоплює всі країни світу, що створює велику різноманітність учасників, різні підходи до ведення бізнесу та різні економічні стратегії. Крім того, міжнародний ринок є сферою постійних змін і нестабільності. Він піддається впливу різних факторів, таких як економічні кризи, політичні конфлікти, зміни валютних курсів та природні катастрофи. Це може створити ризики для бізнесу та вимагати швидкого реагування та адаптації до нових умов.

Загалом, міжнародний ринок - це глобальна сцена, на якій відбувається величезний обмін товарами, послугами, капіталом та інформацією між різними країнами світу. Він є основою глобальної економіки, що об'єднує різноманітні національні ринки в єдину мережу економічних зв'язків.

Також варто враховувати постійну нестабільність міжнародного ринку, що може бути спричинена економічними кризами, політичними конфліктами, змінами валютних курсів та іншими факторами. Це створює ризики для бізнесу та вимагає гнучкості та швидкого реагування з боку компаній.

1.2 Характеристика суб'єктів та об'єктів міжнародного ринку харчових продуктів

Харчова промисловість відіграє важливу роль у міжнародній торгівлі та економіці в цілому. Споживання харчових продуктів є необхідністю для людей і є однією з найважливіших галузей, яка впливає на здоров'я та благополуччя суспільства.

Суб'єкти міжнародного ринку харчових продуктів включають виробників, постачальників сировини, оптовиків, роздрібних торговців, логістичні компанії, митниці, споживачів та урядові органи. Виробники можуть бути як великі харчові корпорації, так і малі сімейні господарства, що вирощують місцеві продукти. Постачальники сировини забезпечують виробників необхідними інгредієнтами для виробництва їжі. Оптовики та роздрібні торговці відповідають за дистрибуцію та продаж товарів на міжнародному рівні. Логістичні компанії забезпечують транспортування та зберігання товарів, що є критичним для гладкого функціонування ланцюжків постачання. Митниці та урядові органи встановлюють правила та стандарти для торгівлі харчовими продуктами.

Об'єкти міжнародного ринку харчових продуктів включають всі види їжі, напоїв та супутніх товарів, які пересуваються через міжнародні кордони для споживання. Це можуть бути свіжі продукти, такі як фрукти, овочі та м'ясо, або перероблені продукти, такі як консерви, сир або напої. Оскільки різні країни мають власні традиції, культурні уподобання та правила щодо

якості та безпеки харчових продуктів, об'єкти міжнародного ринку харчових продуктів повинні відповідати різним стандартам та сертифікаціям.

Технологічні та інноваційні вдосконалення в галузі харчової промисловості грають важливу роль у міжнародній торгівлі. Нові методи збереження, упаковки та транспортування продуктів дозволяють продуктам довше зберігатися та залишатися свіжими під час транспортування через різні континенти. Крім того, важливу роль відіграє маркетинг та реклама, які допомагають продуктам знайти свій шлях до міжнародних ринків та споживачів[44].

Суб'єкти та об'єкти міжнародного ринку харчових продуктів є важливим для розробки стратегій торгівлі, забезпечення якості та безпеки продуктів, а також розвитку глобальних ланцюжків постачання для задоволення потреб споживачів у різних країнах світу.

На міжнародному ринку харчових продуктів суттєву роль відіграє адаптація до різних культурних уподобань, правових вимог та стандартів якості. Наприклад, певні країни мають свої власні норми стосовно безпеки та якості продуктів, тому виробники, які бажають працювати на міжнародному рівні, повинні відповідати цим вимогам. Це означає дотримання стандартів у виробництві, упаковці, транспортуванні та маркуванні продуктів.

Для суб'єктів міжнародного ринку харчових продуктів, зокрема виробників та постачальників сировини, важливо мати гнучкість у виробництві, щоб задовольняти різні потреби споживачів. Наприклад, деякі країни можуть мати певні вимоги до технологій виробництва, які вимагають специфічних обробок або складних процесів контролю якості.

Крім того, логістика та транспортування відіграють ключову роль у глобальній торгівлі харчовими продуктами. Це включає в себе забезпечення правильної температури для перевезення свіжих продуктів, ефективне упакування для збереження якості та вчасну доставку до призначення.

На міжнародному ринку харчових продуктів важливо також враховувати екологічні аспекти виробництва та транспортування. Розвиток

екологічно чистих технологій та упаковок, а також зменшення викидів під час перевезень може стати вагомим фактором в успішному ринковому впровадженні продуктів.

Усі ці фактори об'єднуються, впливаючи на глобальну торгівлю харчовими продуктами та вимагаючи від учасників ринку постійного аналізу, адаптації та реагування на зміни, що відбуваються як на міжнародному рівні, так і на внутрішніх ринках кожної країни.

На міжнародному ринку харчових продуктів також відіграють вагому роль наукові дослідження та інновації. Нові відкриття у галузі харчових технологій, розробка нових продуктів або вдосконалення існуючих методів зберігання та транспортування можуть допомогти компаніям отримати конкурентні переваги на міжнародному ринку.

Також, споживачі стають все більше усвідомленими щодо вибору продуктів, особливо відносно їх якості, походження та етичних аспектів. Це ставить виклик перед суб'єктами міжнародного ринку харчових продуктів у забезпеченні якості продукції, дотриманні стандартів виробництва, а також відкритості та прозорості у відносинах зі споживачами.

Необхідність співпраці та партнерства між суб'єктами міжнародного ринку виявляється як ключовий аспект успішної торгівлі харчовими продуктами. Це охоплює узгодження стандартів, спільні ініціативи з питань безпеки та якості, а також розвиток спільних стратегій для розвитку ринків та підтримки сталого розвитку галузі.

Міжнародний ринок харчових продуктів - це складна та динамічна система, яка вимагає постійного аналізу, адаптації та розвитку з урахуванням різноманітних факторів, від логістики та виробництва до вимог споживачів та екологічних питань. Успішна участь на міжнародному ринку харчових продуктів вимагає глибокого розуміння цих аспектів та постійної готовності до змін і інновацій [35].

Важливо зазначити, що суб'єкти міжнародного ринку харчових продуктів впливають на економіку країн, їх соціокультурний розвиток та

загальну споживчу поведінку. Ці суб'єкти взаємодіють через складні мережі постачання, розвиваються в умовах постійних змін на ринку та відповідають на запити споживачів та законодавства.

Один з ключових викликів для суб'єктів міжнародного ринку харчових продуктів полягає у забезпеченні сталої якості та безпеки продукції. Це включає в себе відповідність стандартам безпеки харчових продуктів, контроль якості та управління ризиками виробництва.

Додатково, аспекти розвитку та підтримки сільськогосподарських господарств та виробників харчової продукції є критично важливими для забезпечення сталості виробництва та забезпечення необхідної якості продукції для міжнародного ринку.

Висвітлюючи ці аспекти, можна підкреслити, що міжнародний ринок харчових продуктів є складною системою, яка потребує злагодженості, взаємодії та розвитку для успішної торгівлі та забезпечення якості продукції, що відповідає стандартам та вимогам споживачів.

Ще один важливий аспект – роль і вплив міжнародного ринку харчових продуктів на економіку та суспільство. Глобальний обсяг торгівлі харчовими продуктами значно впливає на економічні показники країн, такі як валовий внутрішній продукт (ВВП), зайнятість, експорт та імпорт, створення робочих місць тощо.

Міжнародна торгівля харчовими продуктами дозволяє країнам спеціалізуватися на тих продуктах, де вони мають конкурентні переваги, та забезпечує доступ до різноманітних товарів для споживачів за рахунок міжнародної конкуренції.

Підсумовуючи, міжнародний ринок харчових продуктів відіграє значну роль у глобальній економіці та суспільстві. Він сприяє економічному зростанню, забезпечує доступ до різноманітної продукції та сприяє культурній різноманітності, але вимагає збалансованості, відповідальності та уважного ставлення до вимог споживачів та екологічних аспектів для сталого розвитку.

1.3 Методики, критерії та показники оцінювання кон'юнктури міжнародних товарних ринків

Оцінювання кон'юнктури на міжнародних товарних ринках є ключовою складовою для підприємств та економічних аналітиків, оскільки дозволяє розуміти стан ринків, передбачати та аналізувати їхні тенденції, ризики та можливості. Це важливо для розробки стратегій торгівлі, прийняття рішень щодо експорту та імпорту, а також для визначення ризиків та можливих перспектив на міжнародних ринках.

Для успішного розвитку міжнародного ринку харчових продуктів важливо використовувати різноманітні методи аналізу:

- аналіз попиту та пропозиції. Здійснюючи ретельне вивчення споживчих тенденцій у різних країнах, можна адаптувати асортимент та обсяги виробництва до реального попиту. Важливо не обмежуватися загальним підходом, але враховувати й регіональні відмінності для ефективної стратегії постачання.

- аналіз виробництва та технічних можливостей. Це включає в себе оцінку можливих змін у сільському господарстві та технологічних інновацій, які можуть вплинути на якість та кількість виробництва. Важливо відстежувати новітні технології та вчасно їх впроваджувати, щоб підтримувати конкурентоспроможність на ринку.

- аналіз економічних та соціокультурних факторів. Оцінка економічних показників у країнах, куди планується експорт харчових продуктів, важлива для розуміння обставин ринку. Однак не менш важливо враховувати соціокультурні відмінності, що можуть впливати на споживчі уподобання та призводити до змін у стратегіях маркетингу та позиціонування продуктів.

- аналіз валютних курсів та міжнародних угод. Регулярний моніторинг валютних коливань та їх вплив на ціни на експортні товари є ключовим для успішної адаптації до змін у світовій економіці. Також важливо бути готовим

до можливих змін у міжнародних торговельних угодах, оскільки це може визначати тарифні бар'єри та умови торгівлі [56].

- аналіз технологічних та інноваційних трендів. Вивчення та впровадження новітніх технологій в сільському господарстві та обробці продукції є важливим для підтримки стійкого розвитку в галузі харчової промисловості. Недостатня готовність до змін та відсталість у використанні нових методів виробництва може призвести до втрат конкурентоспроможності.

Для ефективного розвитку міжнародного ринку харчових продуктів необхідно поєднувати всі ці методи, адаптуючи їх до конкретних умов ринків та завдань підприємства.

Методики оцінювання кон'юнктури на міжнародних товарних ринках різняться за своєю складністю та підходом. Однією з основних методик є аналіз попиту та пропозиції на ринку. Визначення попиту базується на аналізі споживчих потреб, демографічних змін та тенденцій, а також на рівні доходу та інших факторах, що впливають на попит. Аналіз пропозиції включає в себе оцінку обсягів виробництва, стану конкурентів, технічних можливостей та інших аспектів, які визначають можливості для постачання товарів на ринок.

Крім того, економічні аналітики використовують такі методи як аналіз цін, валютних курсів, економічних показників (таких як ВВП, інфляція, безробіття), політичні та соціальні фактори для оцінки міжнародних ринків.

Аналіз ринку базується на кількох ключових критеріях, що надають комплексний погляд на його функціонування та динаміку. Обсяг торгівлі визначається як сума внутрішньої та зовнішньої торгівлі. Внутрішня торгівля вказує на обсяг обміну товарами та послугами в межах країни, в той час як зовнішня торгівля визначає рівень експорту та імпорту. Аналіз обсягів торгівлі дозволяє виявити динаміку ринку, визначити його потенціал для розвитку та виявити ключових гравців.

Цінові та валютні індекси важливі для визначення тенденцій у цінах та валютних курсах. Моніторинг цінових індексів допомагає розуміти, як змінюється вартість товарів та послуг на ринку. Валютні індекси вказують на стабільність чи нестабільність національної валюти та можуть впливати на імпорт та експорт товарів.

Рівень споживчого попиту аналізується через зміни в споживчих уподобаннях та попиті на конкретні товари чи послуги. Це важливий фактор, що визначає, які товари чи послуги в даний момент є найбільш важливими для споживачів. Пошук змін в споживчих попитах може слугувати основою для стратегічного планування підприємств.

Рівень конкуренції на ринку визначається ступенем наявності інших фірм, які пропонують подібні товари чи послуги. Це впливає на умови продажу та ціни. Високий рівень конкуренції може стимулювати інновації та покращення якості продукції, однак може також призводити до зниження цін через боротьбу за ринкові позиції. З іншого боку, низький рівень конкуренції може створювати сприятливі умови для високих цін та обмеженої конкурентної боротьби.

Ці аспекти аналізу ринку спільно надають повний обсяг інформації для прийняття стратегічних рішень та планування діяльності підприємства.

Критерії оцінювання кон'юнктури можуть включати різні показники, такі як тенденції цін, обсяги торгівлі, рівень попиту та пропозиції, рівень конкуренції, динаміку змін валютних курсів, політичні та економічні стабільності тощо.

Застосування інноваційних технологій, в тому числі аналізу даних та прогнозування на основі штучного інтелекту, також використовується для більш точного оцінювання кон'юнктури на міжнародних ринках.

Додатковою методикою оцінювання кон'юнктури на міжнародних товарних ринках є аналіз та спостереження за торговельними бар'єрами. Це включає оцінку митних тарифів, квот, санітарних та фітосанітарних норм, а

також інших правил та обмежень, які можуть впливати на торгівлю міжнародними товарами [50].

Також, аналізується політичний та економічний клімат у країнах-партнерах. Сюди входять політичні зміни, домовленості про вільну торгівлю, міжнародні угоди та співпраця, які можуть мати вплив на поточний та майбутній стан міжнародних ринків.

Показники оцінювання кон'юнктури міжнародних товарних ринків:

1. Тенденції цін. Аналіз змін в цінах на товари та послуги визначається як ключовий показник економічної активності на ринку. Спостереження за тенденціями цін виявляє фактори, які впливають на попит та пропозицію на ринку. Це включає в себе фактори, такі як зміни в сировинних цінах, технологічні інновації, зміни витрат на виробництво та конкурентний тиск. Аналіз тенденцій цін також допомагає передбачити можливі інфляційні тенденції, що є важливим для розробки стратегій ціноутворення та фінансового планування підприємства.

2. Динаміка обсягів торгівлі. Динаміка обсягів торгівлі відображає кількість торговельних операцій на ринку. Це важливий показник активності бізнесу та споживачів. Збільшення обсягів торгівлі може свідчити про зростання попиту та розвиток ринку, тоді як зменшення може вказувати на проблеми в економіці чи зміни в споживчих уподобаннях. Аналіз динаміки обсягів торгівлі є ключовим для прогнозування тенденцій розвитку ринку та розробки стратегій збільшення чи утримання частки ринку.

3. Економічні показники. Включають в себе широкий спектр показників, таких як ВВП (валовий внутрішній продукт), інфляція, ставки безробіття та інші. ВВП вказує на загальний обсяг економічної активності країни, інфляція відображає темпи зростання рівня цін, а ставки безробіття свідчать про стан ринку праці. Аналіз цих показників дозволяє розуміти макроекономічні тенденції та прогнозувати можливі виклики та можливості для бізнесу.

4. Технологічні нововведення. Оцінка рівня інновацій та технологічних змін відображає готовність ринку до упровадження нових технологій.

Активний розвиток технологій може стати каталізатором для змін в структурі ринку та конкурентоспроможності підприємств. Аналіз технологічних нововведень дозволяє підприємствам визначати можливості для покращення продуктів та послуг, а також адаптувати свої стратегії до швидких змін у технологічному середовищі.

Показники оцінювання кон'юнктури міжнародних товарних ринків включають, але не обмежуються, індекси торгівлі, індекси виробництва, показники споживчого попиту, індекси експорту-імпорту, рівень лояльності споживачів тощо.

Одним зі способів оцінювання кон'юнктури також є анкетування та опитування підприємств, споживачів, аналітиків, що дозволяє отримати інформацію з першоджерел, зрозуміти поточний стан ринку та передбачити можливі тенденції у майбутньому[52].

Загальне розуміння та застосування різноманітних методик, критеріїв та показників оцінювання кон'юнктури міжнародних товарних ринків є ключовим для підприємств та аналітиків, оскільки вони надають можливість враховувати ризики, визначати можливості та розробляти ефективні стратегії для успішного ведення бізнесу на міжнародних ринках.

Оцінка кон'юнктури на міжнародних товарних ринках вимагає врахування широкого спектру факторів, що впливають на ці ринки. До таких факторів відносяться технологічні нововведення, зміни у законодавстві, економічні тенденції та політичні аспекти.

Оцінювання кон'юнктури базується на систематичному зборі, аналізі та інтерпретації даних, що дозволяє зрозуміти стан ринку та прогнозувати можливі напрями розвитку. Спеціалісти використовують різноманітні аналітичні методи, такі як SWOT-аналіз, аналіз трендів, статистичні методи, моделі прогнозування та інші, щоб отримати повну картину ситуації на ринку.

Критерії оцінювання включають у себе показники змін в цінах, обсягах продажів, валютних курсах, рівні споживчого попиту та інші економічні показники, які співвідносяться з конкретними характеристиками ринку.

Усі ці методики, критерії та показники є інструментами для розуміння та прогнозування рухів на міжнародних товарних ринках. Вони допомагають бізнесу та економічним аналітикам приймати обґрунтовані рішення, уникати ризиків та використовувати можливості, що пропонує міжнародна торгівля.

Оцінка кон'юнктури міжнародних товарних ринків також може включати аналіз технологічних та інноваційних трендів. Швидкі зміни у технологіях можуть значно вплинути на структуру ринків, створюючи нові можливості для розвитку інноваційних продуктів та послуг. Подібний аналіз допомагає підприємствам уникати застарілих підходів та адаптуватися до змін на ринку.

Додатковим методом оцінки є аналіз впливу на навколишнє середовище. Зростаюча увага до екологічних питань та сталого розвитку впливає на споживчі уподобання та виробничі процеси. Підприємства, що активно реагують на ці тенденції, мають перевагу на міжнародному ринку, оскільки споживачі все більше обирають продукцію, яка відповідає екологічним стандартам.

Оцінка кон'юнктури міжнародних товарних ринків - це складний та багатоплановий процес, що враховує економічні, технологічні, екологічні, політичні та соціальні фактори. Здійснюючи комплексний аналіз цих аспектів, підприємства отримують можливість приймати обґрунтовані рішення, аналізувати ризики та визначати можливості для розвитку на міжнародному ринку.

Зазначені методики, критерії та показники відображають комплексність оцінки кон'юнктури на міжнародних товарних ринках. Використання цих інструментів дозволяє здійснювати аналіз, що охоплює різноманітні аспекти, що впливають на глобальні ринки.

Оцінка кон'юнктури сприяє управлінню ризиками, стратегічному плануванню та прийняттю обґрунтованих рішень. Цей процес вимагає постійного моніторингу та аналізу змін, що відбуваються в економічному, соціокультурному та політичному середовищі[40].

Загальна компетентність у використанні різноманітних підходів та інструментів оцінки кон'юнктури на міжнародних товарних ринках є ключовим аспектом успішної діяльності на глобальних ринках, де конкуренція і складність факторів великі.

Істотним є розуміння та використання цих методик та показників у контексті конкретного сектору або ринку, оскільки вони можуть мати різний ступінь значимості залежно від особливостей та специфіки торговельного сектору чи конкретних товарних ринків.

1.4 Стратегії забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку харчових продуктів

Європейський ринок стає ключовим сектором для національного експорту даної країни, завдяки встановленню вільної міжнародної торгівлі з країнами Європейського союзу, а також проведенню переговорів з іншими країнами, такими як Ізраїль, Канада, Туреччина, Китай та інші [1]. Ці процеси відображають нове макроекономічне середовище та створюють умови для формування зони вільної торгівлі.

Внаслідок цих змін у харчовій промисловості виникає необхідність стратегічно переглядати підходи до ринкових стратегій. Фокус тепер націлений на інноваційні продукти та сучасні технології. Окрім того, важливо впроваджувати прозорі системи управління та ефективно-інституційне регулювання. Це особливо актуально в умовах посиленої міжнародної конкуренції та глобалізації.

Вивчаючи аспекти управління конкуренцією на ринках продовольчих товарів через призму відповідних інституційних складових, важливо

усвідомлювати обмеженість їхньої можливості впливу на конкуренцію на різних рівнях - локальному, національному, регіональному та міжнародному. Графічне зображення сегментної структури конкуренції у харчовій промисловості наведено на рисунку 1.1



Рисунок 1.1 – Сегментна конкуренція на ринку харчових продуктів [27]

На рисунку 1.1 виділені різні сегменти конкурентоспроможності у харчовій промисловості, що можуть включати різні види учасників та їх взаємодію на різних рівнях ринку. Це може охоплювати взаємодію між малими місцевими підприємствами, національними компаніями та міжнародними гравцями. Інституційні втручання можуть визначати правила гри в цих сегментах, але їхні можливості впливу можуть варіювати в залежності від масштабу та контексту ринку.

Таким чином, може бути застосована стратегія усталеного джерела сировини, тобто світові компанії можуть розвивати стратегії для

забезпечення сталого джерела сировини для своїх продуктів. Вона буде включати в себе активну участь у сільському господарстві, впровадження програм сталого розвитку для забезпечення якості та екологічності вирощування сировини.

Стратегія географічного диференціювання може використовуватися, адаптуючи свою продукцію до вимог та смаків різних регіонів. Вона буде включає в себе розробку унікальних рецептур, врахування місцевих традицій та надання високого стандарту обслуговування.

Географічне диференціювання стає ключовою стратегією для успішного входження та утримання позицій на світових ринках харчових продуктів. Адаптація до різних регіональних особливостей включає не лише рецептурні зміни, але й комплексний підхід до маркетингу, пакування та сертифікації продукції.

На Східноазійському ринку, де важливу роль відіграють традиції та культурні аспекти, компанії повинні активно впроваджувати традиційні азіатські інгредієнти та смакові поєднання, а також використовувати локальні культурні символи у маркетингових стратегіях.

У Північній Америці, де споживачі цінують індивідуальний підхід та тренди, компанії мають адаптувати свою продукцію до американського гастрономічного досвіду та акцентувати увагу на споживацьких звичаях у маркетингових кампаніях.

На Європейському ринку, де важливі якість та естетика, компанії повинні акцентувати на елегантному дизайні та враховувати різноманіття місцевих кулінарних традицій у рецептурі продукції.

Кожен напрям географічного диференціювання передбачає індивідуальний підхід, що враховує унікальність кожного регіону та споживацьких уподобань. Правильна реалізація цих стратегій дозволяє компаніям насичувати свої продукти з різних точок зору, забезпечуючи стійкий успіх на світовому ринку харчових продуктів[46].

Використання ІТ-технологій може допомогти покращити управління ланцюгом постачання, відслідковування якості продуктів та навіть надавати споживачам детальну інформацію про походження продуктів.

Стратегія етичного виробництва та соціальної відповідальності. Зосередження на етичних аспектах виробництва, таких як справедливі умови праці та екологічна відповідальність, може стати ключовим фактором в привертанні та утриманні клієнтів, особливо серед свідомих споживачів.

Стратегія розробки функціональних продуктів. Розробка харчових продуктів з доданими функціональними властивостями, такими як підвищення енергії, зміцнення імунітету або сприяння здоров'ю, може стати важливим конкурентним перевагою на ринку.

Стратегія інтеграції з місцевими виробниками. Співпраця з місцевими виробниками та постачальниками може допомогти компаніям забезпечити доступ до унікальних інгредієнтів та традиційних рецептур, що відзначають їхні продукти на ринку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

2.1 Сучасний стан і тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів

Міжнародний ринок харчових продуктів визначається глибокою інтеграцією країн та регіонів у глобальну торгову систему. Розвиток транспортних та інформаційних технологій дозволяє ефективно транспортувати, зберігати та обробляти продукцію, що створює можливості для широкого доступу до різноманітних продуктів для споживачів у всьому світі.

Глобалізація також впливає на структуру ринку, зближуючи культури і створюючи попит на різноманітні продукти. Міжнародні угоди, такі як Угода про загальні принципи та мету Світова організація торгівлі (СОТ), регулюють та сприяють вільній торгівлі харчовими продуктами між країнами.

При дослідженні тенденцій у світовому ринку продовольчих товарів важливо розглядати як глобальні тенденції, так і особливості розвитку на регіональному рівні. Важливо зауважити, що міжнародна торгівля продовольчими товарами є однією з найдавніших форм міжнародної торгівлі, і з часом вона зазнала значних змін як у структурі, так і у характері обміну.

Кожна країна приймає участь у міжнародному обміні сільськогосподарськими товарами та продуктами харчування в якості експортера, імпортера або посередника. Світове виробництво зростає, проте рівень цього зростання та моделі розвитку сільського господарства суттєво відрізняються по всьому світу.

Поміж природних обмежень виникають різниці через різні економічні та структурні реформи, а також маркетингові стратегії компаній, що мають

велике значення для розбудови різноманітних сільськогосподарських систем у всьому світі.

У 2017 році обсяги продажів продуктів харчування та напоїв по всьому світі склали приблизно 1585 млрд. дол. США, при цьому понад 57% цього обсягу припадало на регіони, такі як Азія, Латинська Америка, Африка та Середній Схід. У 2021 році цей показник вже досяг 1617 млрд. дол. США, а за прогнозами експертів в 2022 році він має досягти рівня 1788 млрд. дол. США (див. Таблиця 2.1) [1, с. 10].

Аналізуючи дані таблиці 2.1, яка відображає прогнозоване зростання обсягів продажів на ринку продуктів харчування та напоїв за регіонами світу до 2023 року, можна зробити кілька ключових висновків.

По-перше, варто відзначити, що найвищий прогнозований ріст обсягів продажів у 2023 році зафіксований у Суб-Сахарійській та Африці, де очікується збільшення на 5,5%. Це може свідчити про зростання споживчого попиту в цьому регіоні та підкреслює потенційно великі можливості для компаній на цьому ринку.

Таблиця 2.1 - Прогнозоване зростання обсягів продажів на ринку продуктів харчування та напоїв за регіонами світу [1, с. 10]

Регіон	Обсяг продажів, млрд дол. США		Прогнозоване зростання 2023 %
	2021 рік	2022 рік	
Північна Америка	275	295	1,6
Латинська Америка	195	225	2,9
Європа	390	420	0,8
Суб-Сахара та Африка	45	55	5,5
Середній Схід та Північна Африка	105	135	4,5
Азійсько-Тихоокеанський	560	650	3,3
Австралазія	35	40	1,2

Другий аспект стосується Азійсько-Тихоокеанського регіону, де також передбачається значний ріст обсягів продажів на 3,3%. Це свідчить про

тривалу стійкість та високий рівень конкурентоспроможності цього ринку, де споживачі продовжують активно приділяти увагу продуктам харчування та напоям.

З іншого боку, в Європі прогнозоване зростання обсягів продажів менше, всього 0,8%, що може вказувати на меншу динаміку ринку у цьому регіоні. Також важливо врахувати, що Північна Америка та Австралазія демонструють помірне зростання обсягів продажів.

У цілому, прогноз показує, що ринок продуктів харчування та напоїв розвивається нерівномірно по різних регіонах світу, враховуючи економічні та культурні відмінності, а також зміни у споживчому попиті.

Таблиця 2.2 - Перспективне зростання світового ринку продуктів харчування у певних сегментах та регіонах, 2021–2023 рр., % [1, с. 10]

Регіон	Групи товарів				
	Напої	Молочна продукція	Продукція птахівництва	Зернова продукція	Жири та олії
Азійсько-Тихоокеанський	2,8	4,2	1,3	3,0	4,8
Європа	1,4	0,6	0,8	1,0	0,5
Австралазія	1,3	1,1	0,5	0,8	2,4
Латинська Америка	3,2	2,5	2,7	2,3	1,9
Північна Америка	1,5	1,7	1,5	0,7	0,7
Середній Схід та Північна Африка	4,2	4,6	5,4	4,2	6,1
Суб-Сахара та Африка	6,8	3,1	2,9	4,6	2,6

На основі наданої таблиці 2.2, що відображає прогнози перспективного зростання світового ринку продуктів харчування у різних регіонах та сегментах до 2023 року, можна зробити кілька ключових висновків.

По-перше, варто звернути увагу на значущі тенденції в різних регіонах. Азійсько-Тихоокеанський регіон проявляє стабільний ріст у всіх групах товарів, особливо в жирах та оліях. Схоже, що попит на ці продукти в цьому регіоні залишається високим. З іншого боку, у Європі спостерігається менше

динамічне зростання, зокрема в категоріях молочної продукції та зернової продукції.

Другий важливий аспект - різниця в темпах зростання між різними групами товарів. Наприклад, у Латинській Америці виділяється високий ріст у продукції птахівництва, що може свідчити про зростання попиту на ці продукти в даному регіоні.

Третій висновок стосується Середнього Сходу та Північної Африки, де прогнозується істотне зростання у всіх категоріях, особливо в жирах та оліях. Це може бути пов'язано зі зростанням економіки та попиту на різноманітні продукти серед споживачів у цьому регіоні.

Розглянемо на рис 2.1 тенденції цін на сільськогосподарську продукцію та зернові продукти.



Рисунок 2.1 - Тенденції цін на сільськогосподарську продукцію та зернові продукти (номінальні індекси) [1]

На світовому ринку харчових продуктів спостерігається збільшення продажів функціональних та органічних продуктів. У 2020 році продажі функціональних продуктів досягли понад 267 млрд. дол. США, а природно здорової їжі - 259 млрд. дол. США.

Глобальні продажі органічних продуктів перевищили 105 млрд. дол. США, зростаючи на 6% порівняно з 2018 роком. У США продажі функціональних продуктів склали 47,9 млрд. дол. США у 2018 році, що є збільшенням на 5,9%. На жаль, високі ціни на такі продукти можуть обмежувати їх поширення, а економічний спад призводить до переходу споживачів на більш доступні опції.

Важливим аспектом є те, що споживачі дещо обмежено сприймають функціональні продукти як корисні для свого здоров'я. Також існують обмеження в безпеці харчових продуктів і відповідних нормах. Очікується, що ці фактори та економічні труднощі гальмують широке поширення функціональної їжі.

Також можна відзначити ріст популярності функціональних продуктів серед різних груп населення, таких як спортсмени, люди похилого віку, вагітні жінки та інші, які активно використовують ці продукти для досягнення конкретних цілей збереження або покращення здоров'я.

У зв'язку з цими тенденціями, виробники зосереджують свою увагу на дослідженні та розробці нових функціональних продуктів, які відповідають попиту ринку та вимогам споживачів, що сприятиме подальшому позитивному зростанню цього сегменту промисловості.

Проте, прогнозується, що світовий ринок функціональних продуктів буде рости. Прогнозується, що в 2023 році це збільшення складе 5,7%, а в 2025 році - 8%. Основна причина зростання – відновлення діяльності виробників та їх адаптація до нових реалій після впливу пандемії COVID-19, яка раніше призвела до обмежень.

На рисунку 2.2 зображено світові продажі здорової їжі та напоїв за категоріями продуктів у 2020р.

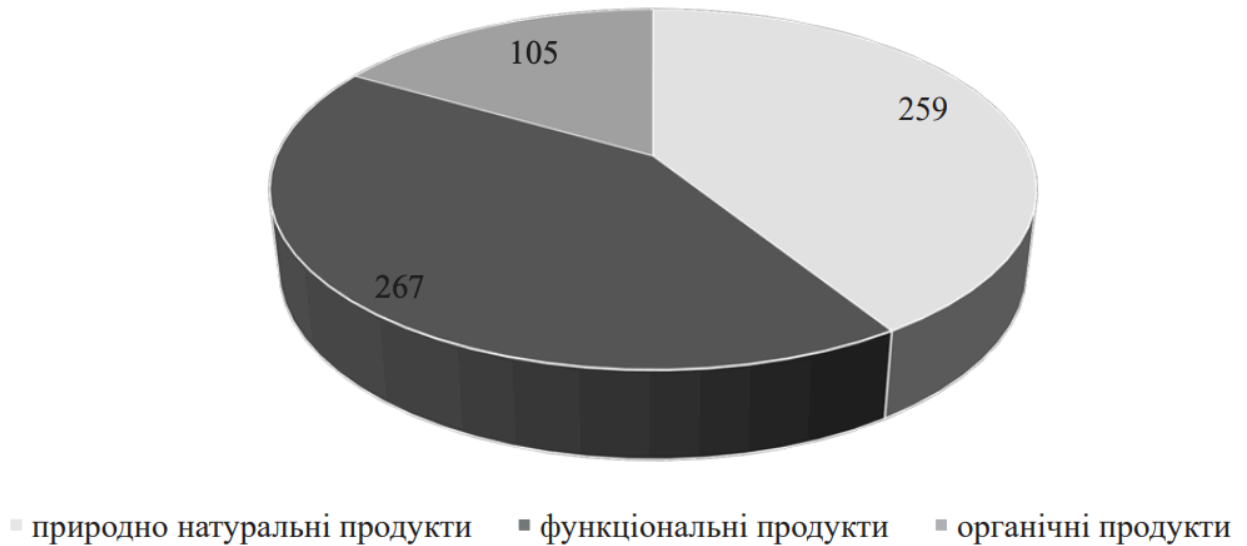


Рисунок 2.2 - Світові продажі здорової їжі та напоїв за категоріями продуктів, 2020 р., (у млрд. дол США)

Джерело: розраховано автором за даними [8]

Важливим аспектом є те, що споживачі дещо обмежено сприймають функціональні продукти як корисні для свого здоров'я. Також існують обмеження в безпеці харчових продуктів і відповідних нормах. Очікується, що ці фактори та економічні труднощі гальмують широке поширення функціональної їжі.

Потрібно врахувати, що не всі споживачі мають однаковий ступінь усвідомленості щодо користі від функціональних продуктів. Деякі можуть виявляти скептицизм або необізнаність стосовно конкретних властивостей цих продуктів та їх впливу на здоров'я. Ефективна освітня кампанія та маркетингові стратегії можуть відігравати ключову роль у підвищенні усвідомленості і розумінні споживачами користі від функціональних продуктів.

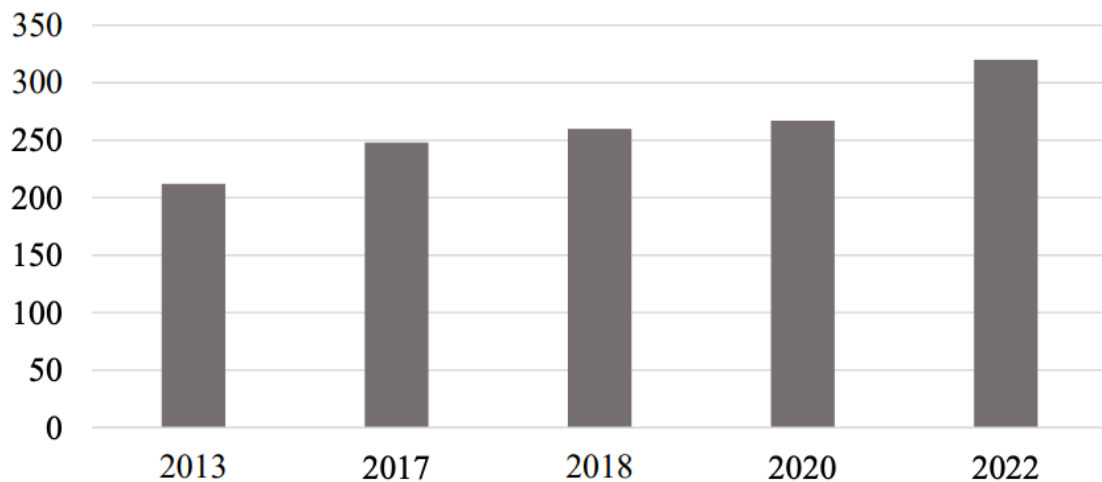


Рисунок 2.3 - Динаміка доходу, отриманого на ринку функціональних харчових продуктів у світі, 2013–2022 рр.

Джерело: розраховано автором за даними [8]

Інфляція цін на продукти (вимірювана як річний приріст цін на харчові товари в індексі споживчих цін країни) залишається на високому рівні. Дані з інфляції цін на продукти, свідчать про високий рівень інфляції в майже всіх країнах з низьким і середнім рівнем доходів: 84,2% низькодохідних країн, 93% країн з нижчим середнім рівнем доходів і 93% країн з верхнім середнім рівнем доходів зафіксували рівень інфляції понад 5%, багато з них мають подвійну інфляцію з двоцифровими показниками. Частка країн з високим рівнем доходу із великою інфляцією цін на продукти також висока: приблизно 85,5% мають високий рівень інфляції цін на продукти.

Серед країн, які стали найбільш постраждалими, виявилися країни Африки, Північної Америки, Латинської Америки, Південної Азії, Європи та Центральної Азії. У реальному вираженні інфляція цін на продукти перевищила загальну інфляцію (виміряну як річний приріст узагальненого Індексу споживчих цін) в 89,6% з 163 країн, для яких доступні індекси як цін на продукти, так і загальний Індекс споживчих цін.

Отже, визначимо головні тенденції розвитку ринку харчових продуктів:

- Збільшення попиту на органічні та функціональні продукти. Споживачі стають все більше обізнаними про своє здоров'я, і тому зростає попит на органічні та функціональні продукти, які вважаються більш корисними для споживача.

- Стійкість до продуктів із високим вмістом цукру та штучних добавок. Споживачі усвідомлюють вплив харчових звичок на здоров'я, що призводить до попиту на продукти з меншим вмістом цукру та природними інгредієнтами.

- Технологічні інновації у виробництві та постачанні. Використання інтернету речей (IoT), штучного інтелекту та блокчейн-технологій в галузі харчового виробництва дозволяє підвищити ефективність, відстежувати якість продукції та забезпечити безпеку продуктів.

- Урахування екологічних аспектів. Збільшується увага до екологічності та сталості виробництва харчових продуктів. Споживачі активно обирають продукти, виробництво яких не завдає шкоди навколишньому середовищу.

- Зростання експорту та імпорту продуктів. Завдяки глобалізації та підвищенню споживчого попиту, країни все більше співпрацюють у сфері харчового експорту та імпорту.

Загалом, сучасний міжнародний ринок харчових продуктів характеризується динамікою та комплексністю, впливаючи на економічний розвиток країн, змінюючи споживчі попити та визначаючи нові стандарти виробництва та споживання.

2.2 Вплив інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів

У сучасному світі, охопленому стрімким технологічним розвитком і швидкими змінами у споживчих уподобаннях, інновації визначають не тільки ефективність виробництва, але й конкурентоспроможність компаній на міжнародному ринку харчових продуктів. Застосування новаторських технологій, вивчення споживчих тенденцій та розробка унікальних продуктів визначають не лише успіх окремих підприємств, але й динаміку та напрямок розвитку галузі в цілому.

Інновації в галузі харчової промисловості впливають на всі етапи виробництва та постачання продуктів — від сільськогосподарської діяльності до логістики та споживчого ринку. Впровадження сучасних технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн, та використання інтернету речей, перетворюють традиційні методи виробництва та маркетингу, роблячи їх більш ефективними та адаптивними до змін у споживчому попиті.

Динаміка міжнародного ринку харчових продуктів у багатьох відносинах залежить від інновацій, які впливають не лише на технологічні аспекти виробництва, але й на самі продукти. З'явлення альтернативних джерел білка, виробництво органічних та функціональних продуктів, а також використання нових методів упаковки та зберігання, формують новий образ харчових продуктів на світовому ринку[53].

В останні роки спостерігається значний розвиток інновацій у галузі харчових продуктів, що суттєво впливає на їхню динаміку на міжнародному ринку. Однією з ключових тенденцій є зростаючий інтерес до альтернативних джерел білка. Виробництво рослинних білкових продуктів, таких як соєві, горохові чи грибні білкові замітники м'яса, стає все більш популярним. Це сприяє не лише зменшенню впливу тваринництва на довкілля, але й відкриває нові можливості для вегетаріанців і веганів, які шукають більше варіантів у своєму раціоні.

Інновації мають величезний вплив на міжнародний ринок харчових продуктів, визначаючи його структуру, конкурентоспроможність та відповідь на змінюючі потреби споживачів. Наведемо на рис 2.4 головні напрями впливу інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів.

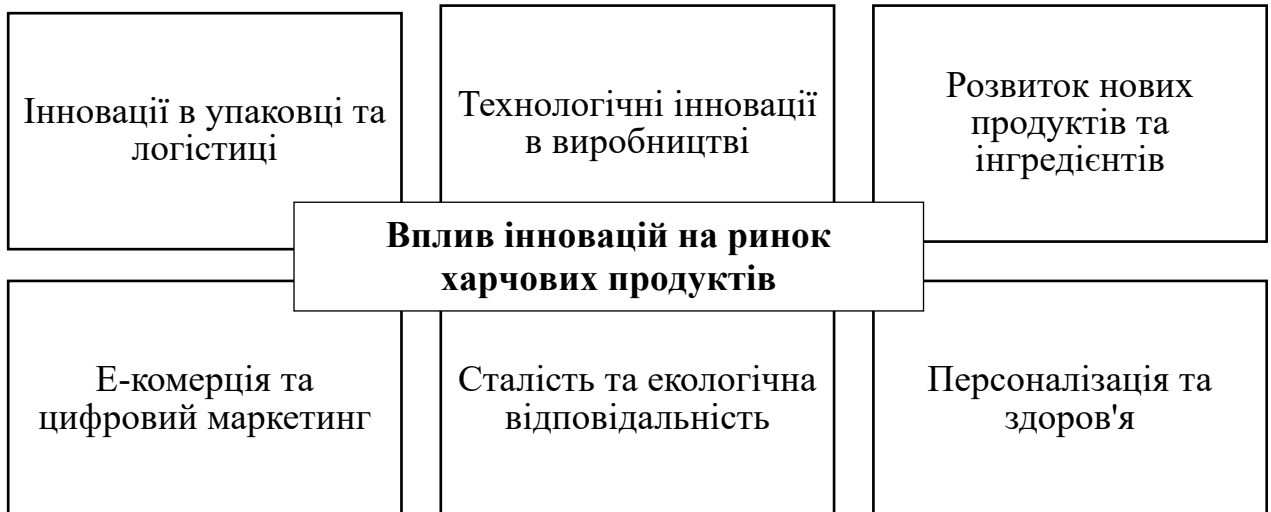


Рисунок 2.4 - Головні напрями впливу інновацій на міжнародний ринок харчових продуктів. [10]

Технологічні зміни впливають на всі етапи виробництва харчових продуктів, починаючи від сільськогосподарського виробництва та закінчуючи обробкою та упаковкою. Використання сучасних технологій, таких як генетично модифіковані організми (ГМО), штучний інтелект, роботизація та автоматизація виробництва, дозволяє підвищити ефективність та знизити витрати на виробництво.

Упаковка стає все більш інтелектуальною та функціональною, забезпечуючи довший термін придатності продуктів та забезпечуючи їх безпеку. Технології відстеження та блокчейн використовуються для забезпечення прозорості та безпеки продуктів протягом всього ланцюжка постачання.

Інновації стосуються також розробки нових харчових продуктів та інгредієнтів, які задовольняють змінюючіся смакові та функціональні

вимоги споживачів. Високотехнологічні продукти, такі як замітники м'яса, органічні добавки та продукти для осіб з певними дієтичними обмеженнями, стають більш доступними.

Зростання е-комерції та використання цифрових технологій у маркетингу сприяє збільшенню доступності та видимості продуктів для споживачів. Споживачі можуть легко шукати, порівнювати та замовляти харчові продукти онлайн, що розширює географію ринку та створює нові можливості для постачальників.

Інновації також спрямовані на створення сталіших та екологічно відповідальних харчових систем. Розвиток устійливих упаковок, використання відновлюваних джерел енергії та зменшення відходів стають важливими аспектами конкурентоспроможності.

Інновації дозволяють створювати персоналізовані харчові продукти, враховуючи індивідуальні вимоги та смакові уподобання. Продукти, які спрямовані на підтримку здорового способу життя та дієти, набувають популярності.

Узагальнюючи, інновації визначають перетворення міжнародного ринку харчових продуктів, сприяючи розвитку стійких, ефективних та відповідальних галузей харчової промисловості. Сприйняття новаторських підходів стає ключем до успіху у конкурентному середовищі глобального харчового ринку.

В сучасному світі, де велика увага приділяється дієтам та харчовим обмеженням, продукти для людей, які страждають на целиацію, набули важливого значення. Задля їх комфорту і безпеки в ряді країн були розроблені та виробляються безглютенові борошняні суміші для випічки, альтернативи хліба, печива, макаронних виробів та інші подібні продукти. Міжнародний стандарт, встановлений Codex Alimentarius, визначає, що їжа, в якій вміст глютену не перевищує 20 мг/кг, може бути позначена як "без глютену". Ця маркування також дозволено регламентом ЄС No 41/2009 для продуктів, призначених для людей, які не переносять клейковину[49].

На ринку таких продуктів активно працює Європейська Асоціація Спілок Целіакії (AOECS), яка видає ліцензійний символ у вигляді перекресленого колоска для виробників, які дотримуються вимог до безглютенових продуктів. У фасованій та нефасованій упаковці ці продукти також позначаються символом «перекреслений колосок». Важливо відзначити, що ці продукти піддаються особливому контролю щодо чистоти сировини, і вони виробляються з виключенням навіть найменших слідів токсичних для хворих на целіакію злаків.

Використання амарантового, соєвого, арахісового, горошкового, гречаного борошна та різних видів крохмалю є розповсюдженим у виробництві безглютенових продуктів. Серед них основну частку становлять хлібобулочні вироби, які є популярним вибором для споживачів, які відмовилися від глютену.

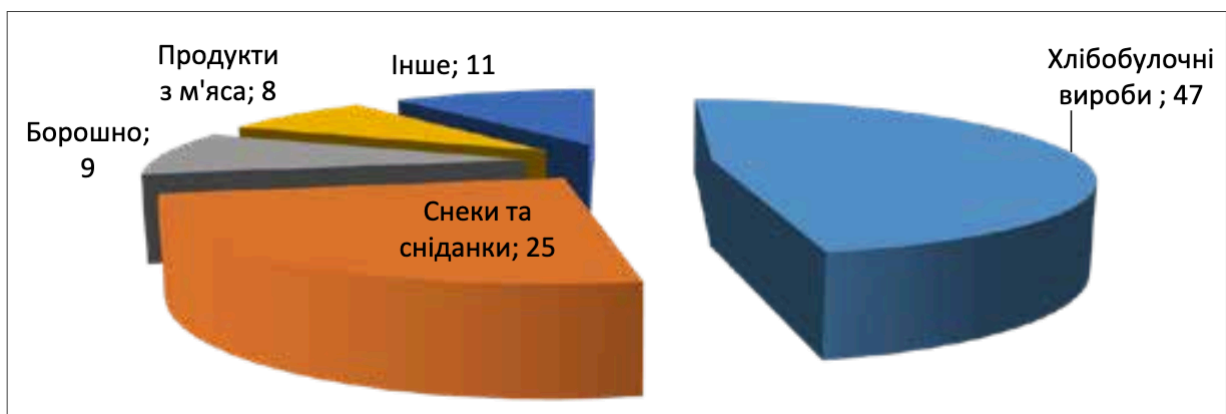


Рисунок 2.5 - Асортимент безглютенової продукції на міжнародному ринку 2013-2020, % [9]

Ринок безглютенових продуктів активно росте, збільшуючи свій обсяг виробництва з 2013 по 2020 рік. Це обумовлено зростанням кількості людей, які стикаються з целіакією, і їхньою потребою в безпечних і смачних продуктах. У цьому контексті, науковці та виробники активно розвивають та впроваджують інноваційні технології для створення нового покоління безглютенових продуктів.

Такий динамічний ріст безглютенового ринку свідчить про зростання усвідомленості суспільства про целіакію, алергію на глютен та інші

захворювання, пов'язані з споживанням глютену. Це створює підвищений попит на безглютенові продукти і виступає як драйвер для науковців і виробників вдосконалювати та розширювати асортимент таких продуктів.



Рисунок 2.6 - Обсяги виробництва безглютенової продукції у світі, % [9]

У період від 2018 до 2022 року виробництво безглютенових продуктів харчування значно зросло, відзначаючи вражаючий темп збільшення. У 2018 році виробництво становило 3,8 мільярда одиниць, і протягом наступних чотирьох років цей показник систематично збільшувався: 4,2 мільярда в 2019 році, 4,6 мільярда в 2020 році, 7,5 мільярда в 2021 році і, нарешті, 8,9 мільярда в 2022 році.

Очевидно, що зростання виробництва безглютенових продуктів харчування визначено великим попитом на ці продукти. Це може бути викликано зростанням свідомості щодо харчових обмежень, таких як целіакія, або змінами в споживчих уподобаннях, де споживачі все більше обирають альтернативні продукти, відмовляючись від глютену в своїй дієті.

Також важливо відзначити, що зростання виробництва може свідчити про розширення ринку інноваційних технологій у виробництві безглютенових продуктів. Виробники можуть впроваджувати нові технології

та інгредієнти для поліпшення якості і смаку продукції, що сприяє підтримці зростаючого і стабільного попиту на цей вид харчових товарів.

У загальному, аналіз динаміки виробництва безглютенових продуктів харчування вказує на стійкий тренд у напрямку розширення цього сегменту ринку, пропонуючи більше варіантів для споживачів з особливими дієтичними обмеженнями і відображаючи вагомий внесок індустрії харчового виробництва в задоволення ростучого попиту на безглютенові продукти.

У Нідерландах компанії, такі як Mosa Meat і Aleph Farms, використовують тканинну інженерію для вирощування штучного м'яса без участі тварин. Це інноваційне виробництво може вирішити етичні та екологічні проблеми, пов'язані з традиційним тваринництвом.

Ізраїль розвиває новаторські технології зберігання та консервації харчових продуктів. Одним із прикладів є компанія Apeel Sciences, яка створює покриття для фруктів та овочів, що продовжує їхній термін зберігання та зменшує втрати від переробки.

Шведські компанії активно займаються проектами з розвитку нових інгредієнтів харчових продуктів. Наприклад, Beyond Meat вивчає можливості використання гідропонічного вирощування білкових рослин для створення м'ясних альтернатив.

Вплив інновацій на міжнародний ринок виробництва харчових продуктів надзвичайно значущий і відзначається кількома ключовими тенденціями та перетвореннями. Інновації в харчовій промисловості визначають технологічний прогрес, покращення якості продуктів, а також відповідь на нові вимоги споживачів і суспільства загалом.

По-перше, впровадження нових технологій у виробництво харчових продуктів дозволяє підвищувати ефективність та зменшувати втрати. Наприклад, автоматизація виробництва, використання штучного інтелекту та блокчейн-технологій допомагають виробникам оптимізувати ланцюг постачання, забезпечуючи відстеження якості та безпеки продуктів.

По-друге, інновації впливають на самі продукти, створюючи нові альтернативи та відповідаючи потребам ринку. Виробництво рослинних м'ясних альтернатив, безглютенових та функціональних продуктів - лише кілька прикладів, де інновації формують нові тренди у харчовій індустрії.

По-третє, інновації сприяють розвитку сталого виробництва та споживання. Виробництво харчових продуктів з меншим впливом на навколишнє середовище, використання відновлюваних ресурсів та розвиток кругової економіки - це важливі аспекти, які інновації спрямовані вирішувати.

Загалом, інновації в міжнародному виробництві харчових продуктів не лише трансформують галузь, але й визначають нові стандарти для якості, етики та сталості. Країни, що активно впроваджують інновації, стають лідерами на ринку, відгукуючись на зростаючий попит споживачів за продуктами, які не тільки задовольняють їхні потреби, але й відповідають сучасним вимогам екологічної та соціальної відповідальності[47].

2.3 Регулювання СОТ міжнародного ринку харчових продуктів

Світова організація торгівлі (СОТ) є унікальною міжнародною установою, яка відповідає за встановлення глобальних норм торгівлі між державами. Її основна мета полягає в забезпеченні того, щоб торгівля між країнами відбувалася максимально легко, передбачувано і вільно. СОТ є прямим наступником Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), укладеної після Другої світової війни. Незважаючи на те, що СОТ вважається однією з наймолодших міжнародних організацій, її корінні принципи, встановлені ще в ГАТТ, існують вже протягом понад 70 років. [20]

Головний орган ухвалення рішень у Світовій організації торгівлі (СОТ) - Конференція міністрів, яка збирається не рідше, ніж кожні два роки. На рівні

нижче розташовується Генеральна рада, її склад включає послів і глав делегацій в Женеві, і вона відповідає за нагляд за торговельною політикою та розв'язанням спорів. Засідання Генеральної ради проводяться кілька разів на рік у штаб-квартирі СОТ у Женеві, Швейцарія.

На наступному рівні розташовані Рада з питань торгівлі товарами, Рада з питань торгівлі послугами та Рада з питань торговельних аспектів прав інтелектуальної власності, які підпорядковані Генеральній раді.

Крім того, спеціальні комітети, підкомітети та робочі групи відповідають за конкретні угоди та сфери, такі як довкілля, розвиток, вступні заявки та регіональні торговельні угоди.

Світова організація торгівлі (СОТ) була створена для регулювання торговельних відносин між своїми учасниками на основі угод, укладених під час Уругвайського раунду багатосторонніх торговельних переговорів, які відбувалися в період з 1986 по 1994 рік. Ці угоди є основою для сучасного міжнародного торговельного права [20].

Угода про створення СОТ передбачає діючий форум для членів організації, який вирішує проблеми, що впливають на їх багатосторонні торговельні відносини, і відповідає за моніторинг виконання угод і домовленостей, укладених під час Уругвайського раунду. СОТ діє подібно до Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), але розширює свою компетенцію на регулювання різноманітних торговельних угод, включаючи послуги і аспекти торговельних питань інтелектуальної власності. Однією з основних функцій СОТ є унікальний механізм вирішення торговельних спорів [20].

Основні принципи і правила ГАТТ/СОТ включають у себе наступні аспекти зображені на рис 2.7.

Торгівля без дискримінації означає, що країни повинні надавати одна одній режим найбільшого сприяння у торгівлі, а також взаємно надавати той самий режим, який надається своїм власним товарам і послугам. Це сприяє створенню рівних умов для всіх учасників торгівлі.

Країни вживають заходів для регулювання міжнародної торгівлі шляхом встановлення мит та інших подібних обмежень на ввезення товарів.

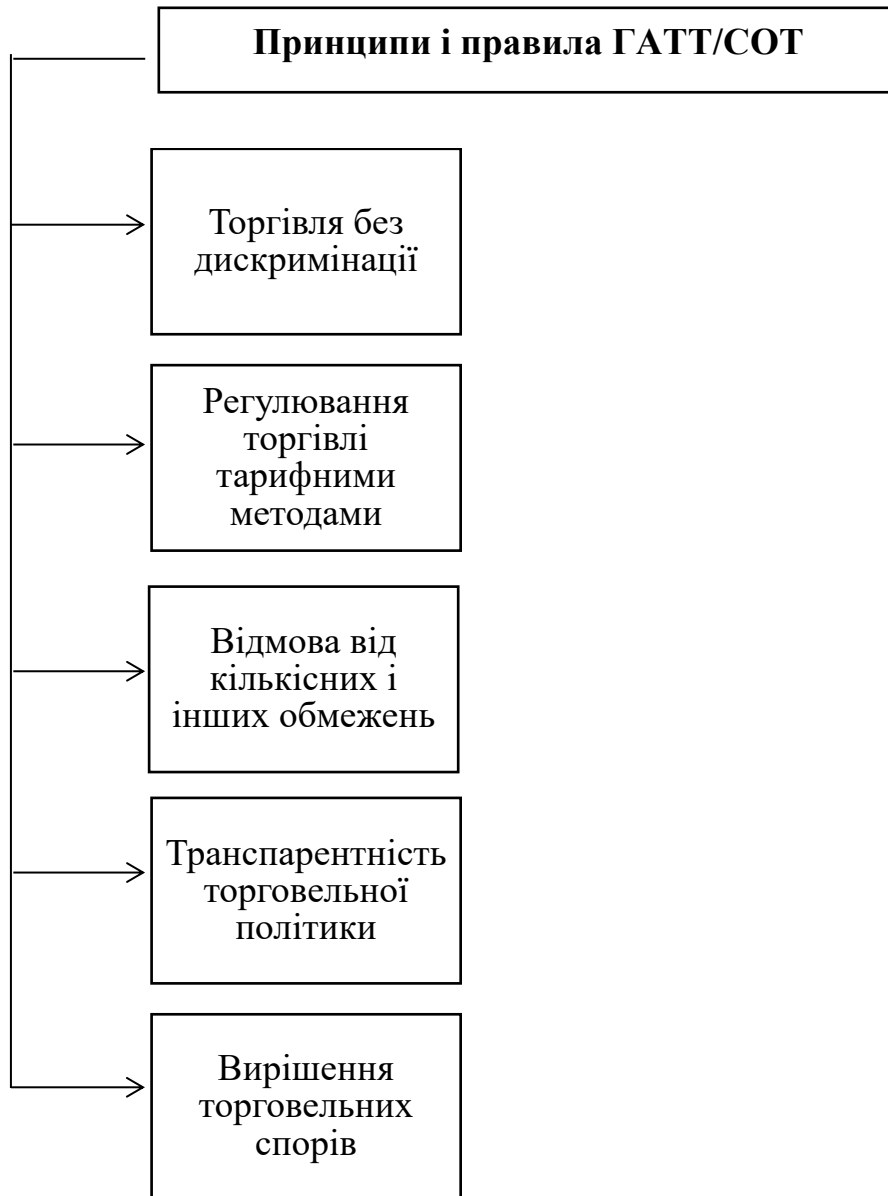


Рисунок 2.7 - Основні принципи і правила ГАТТ/СОР [20].

Учасники угоди зобов'язуються утриматися від використання обмежень, таких як кількісні обмеження або інші заходи, які обмежують обсяг торгівлі.

Країни повинні надавати інформацію про свою торговельну політику і заходи, які можуть впливати на міжнародну торгівлю, щоб забезпечити прозорість і передбачуваність.

Країни зобов'язані вирішувати свої торговельні розбіжності шляхом консультацій, переговорів та інших мирних методів, уникаючи введення непропорційних заходів.

Нормативно-правова основа функціонування міжнародного ринку харчових продуктів визначається рядом угод та установ, зокрема Світовою організацією торгівлі (СОТ).

Пакет угод Уругвайського раунду представляє собою значущий комплекс більш ніж 50 багатосторонніх торговельних угод та інших правових документів, який був укладений під час переговорів у рамках Уругвайського раунду (1986-1994 рр.). Цей пакет став ключовою частиною формування міжнародної торговельної системи та визначив засади функціонування міжнародного ринку [20].

Основним документом в цьому пакеті є Угода про заснування Світової організації торгівлі (СОТ). Ця угода визначає структуру, принципи та правила функціонування організації, яка замінила Генеральну угоду з тарифів і торгівлі (ГАТТ). СОТ є єдиною міжнародною організацією, яка відповідає за регулювання глобальних правил торгівлі між країнами та виконує важливу роль у сприянні вільній і відкритій торгівлі, сприяє врегулюванню торгових суперечок та сприяє зміцненню міжнародних економічних відносин. Завдяки структурі та принципам СОТ, яка об'єднає більше ста країн-учасниць, встановлені правила та зобов'язання для регулювання світової торгівлі. Її функції охоплюють найбільш об'легшений доступ до ринків, справедливі торгові відносини та уникнення неприйнятних практик.

До неї також включені багатосторонні торговельні угоди, які регламентують конкретні сфери міжнародної торгівлі. Ці угоди охоплюють різні аспекти, такі як сільське господарство, послуги, тарифи та неподаткові

бар'єри. Вони встановлюють стандарти і правила, які сприяють стабільності та прозорості на міжнародному ринку та сприяють забезпеченню рівних умов для учасників торгівлі з різних країн [20].

Розглянемо Нормативно-правове функціонування ринку харчових продуктів у таблиці 2.3

Таблиця 2.3 - Нормативно-правова основа функціонування міжнародного ринку харчових продуктів СОТ [20].

Назва 1	Стислий опис 2
Генеральна угода про тарифи й торгівлю 1994 року	Визначає основи режиму торгівлі товарами, права і зобов'язання членів СОТ у цій сфері.
Угода про сільське господарство	Визначає особливості регулювання торгівлі сільськогосподарськими товарами і механізми застосування заходів державної підтримки і торгівлі в цьому секторі.
Угода про застосування санітарних і фітосанітарних заходів	Встановлює правила і процедури, що регулюють розробку, впровадження та застосування санітарних і фітосанітарних заходів.
Угода про технічні бар'єри в торгівлі	Визначає умови застосування технічних регламентів, стандартів, процедур сертифікації тощо.
Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи	Угода застосовується до інвестиційних заходів, пов'язаних з торгівлею товарами та містить ілюстративний перелік заборонених інвестиційних заходів.
Угода про застосування статті VII Генеральної угоди про тарифи й торгівлю 1994 року	Встановлює правила митної оцінки вартості товарів.
Угода про передвідвантажувальну інспекцію	Визначає правила, в яких здійснюється інспекція та які критерії використовуються для перевірки різних параметрів товарів. Вона спрямована на забезпечення дотримання стандартів якості та кількісних характеристик товарів, а також визначає процедури визначення їхньої ціни. Це важливий інструмент для забезпечення справедливого та прозорого міжнародного торгового середовища, де країни-учасниці можуть впевнено обмінюватися товарами з впевненістю в їхній якості та вартості.
Угода про правила визначення походження	Визначає норми та процедури для визначення країни, з якої походять товари
Угода про процедури ліцензування імпорту	Включає механізми для вирішення спорів та інші заходи, спрямовані на забезпечення прозорості, ефективності та справедливості в процесі ліцензування імпорту
Угода про субсидії та компенсаційні заходи	Визначає умови і процедури застосування субсидій і заходів, правового захисту у випадку застосування заборонених субсидій.
Угода про застосування статті VI Генеральної угоди про тарифи й торгівлю 1994 року	Встановлює порядок визначення демпінгу, шкоди від демпінгу, започаткування розслідування та його ведення, надання доказів, застосування попередніх заходів, цінових зобов'язань, стягнення та отримання антидемпінгового мита, судового розгляду тощо.
Угода про захисні заходи	Визначає умови і процедури застосування заходів протидії зростаючому імпорту.

Назва 1	Стислий опис 2
Угода про спрощення процедур торгівлі	Положення Угоди спрямовані на спрощення митних процедур шляхом, зокрема, зменшення пов'язаних із ними фінансових витрат і скорочення часу здійснення таких процедур, сприяння ширшому застосуванню системи "єдиного вікна", процедури прискореної відправки товарів, підвищення публічності державних органів.
Генеральна угода про торгівлю послугами	Визначає засади режиму торгівлі послугами, права і зобов'язання членів СОТ у цій сфері.
Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності	Визначає права і зобов'язання членів СОТ у сфері захисту інтелектуальної власності.
Домовленість про правила та процедури вирішення спорів	Встановлює умови і процедури вирішення спорів між членами СОТ у зв'язку з виконанням ними зобов'язань за всіма угодами СОТ.
Механізм огляду торговельної політики	Визначає умови і загальні параметри огляду торговельної політики членів СОТ.

Угода про тарифи та торгівлю 1994 року є основним документом, який встановлює основи режиму торгівлі товарами та визначає права та зобов'язання членів Світової організації торгівлі (СОТ) у цій сфері. Цей документ є юридично зобов'язуючим угодою, яка регулює взаємовідносини між країнами-членами СОТ у сфері торгівлі товарами. Він визначає принципи та правила, які врегульовують взаємодію країн на міжнародному ринку та сприяють створенню відкритого, справедливого та прозорого торговельного середовища.

Генеральна угода про тарифи та торгівлю 1994 року стала правовим основоположенням для СОТ, забезпечуючи учасникам організації не лише права на найбільш сприятливий режим оброблення, але й встановлюючи обов'язки щодо використання недискримінаційних та прозорих торговельних політик.

Угода про правила визначення походження є документом, який визначає норми та процедури для визначення країни, з якої походять товари. Ця угода встановлює конкретні критерії та вимоги, які використовуються для визначення того, з якої країни походить конкретний товар, і визначає правила, які мають бути додержані в цьому процесі[41].

Процес визначення походження товарів є важливим в міжнародній торгівлі, оскільки від цього залежать застосування різних митних тарифів,

квот та інших регуляторних заходів. Угода про правила визначення походження визначає стандарти та процедури, які забезпечують об'єктивність та однорідність в цьому процесі для всіх країн-учасниць. Вона також може включати в себе механізми вирішення спорів та інші важливі аспекти, спрямовані на забезпечення справедливого та ефективного визначення походження товарів у міжнародному контексті.

Угода про процедури ліцензування імпорту є документом, який встановлює стандарти та процедури для ліцензування імпорту товарів. Ця угода визначає правила, які повинні бути враховані при видачі ліцензій на імпорт товарів, а також процедури, які слід дотримуватися у цьому процесі.

Ліцензування імпорту включає в себе видачу спеціальних дозволів чи ліцензій для імпорту конкретних товарів, і це може бути важливим інструментом для регулювання та контролю над обсягами та видами товарів, що ввозяться в країну. Угода визначає процедури оформлення ліцензій, критерії для їхнього надання або відмови, а також всі інші важливі аспекти, які пов'язані із ліцензуванням імпорту.

Основні аспекти Регламенту № 178/2002 включають встановлення прозорих та однакових правил для всіх етапів харчового ланцюга, починаючи від виробництва і закінчуючи споживанням. Регламент визначає принципи безпеки харчових продуктів, включаючи відповідальність виробників, імпортерів та дистриб'юторів за безпечність продуктів, а також права споживачів на інформацію про безпеку продуктів.

З метою забезпечення безпечності продуктів і захисту здоров'я громадян Європейського Союзу, регламент передбачає створення Європейського органу з безпечності харчових продуктів. Цей орган відповідає за науковий огляд та оцінку ризиків в галузі безпеки харчових продуктів.

Регламент також визначає процедури повідомлення та взаємодії між державами-членами та Європейською Комісією в разі виявлення ризиків для безпеки харчових продуктів. Такі процедури спрямовані на ефективний обмін інформацією та координацію заходів у випадках екстрених ситуацій.

Отже, Регламент № 178/2002 є ключовим інструментом для забезпечення високого рівня безпеки та якості харчових продуктів на території Європейського Союзу.

Угода про санітарні та фітосанітарні заходи (SPS) встановлює правила щодо застосування санітарних та фітосанітарних заходів для забезпечення безпеки продуктів харчування та захисту здоров'я людей, тварин і рослин.

Угода про технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ) стосується стандартів та технічних бар'єрів, які можуть впливати на торгівлю харчовими продуктами.

Угода про субсидії та компенсації (ASC) Регулює надання субсидій та інших видів фінансової підтримки для сільського господарства і сільськогосподарської продукції.

Угода про сільське господарство Визначає правила для торгівлі сільськогосподарською продукцією та сільськогосподарськими субсидіями.

Отже, дані угоди та регулятори становлять основну нормативно-правову базу для торгівлі харчовими продуктами на міжнародному ринку і допомагають створювати сприятливі умови для взаємовигідних торговельних відносин між країнами.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

3.1 Глобальні виклики розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобальних змін клімату

Зміна клімату становить одну з найбільших загроз нашому сучасному світу, впливаючи на всі сфери життя, включаючи сільське господарство та харчову промисловість. Глобальні зміни клімату призводять до непередбачуваних погодних умов, підвищення температур, екстремальних подій та змін у екосистемах. У цьому контексті міжнародний ринок харчових продуктів стає ареною для вирішення викликів, пов'язаних із зміною клімату та забезпеченням сталого, безпечного та ефективного доступу до харчових ресурсів для всього світу.

Спостереження за збільшенням інтенсивності та частоти екстремальних погодних умов, високих температур та змін у вирощуванні сільськогосподарських культур вже сьогодні підкреслюють важливість розгляду міжнародного ринку харчових продуктів як складової системи, яка впливає на безпеку харчування та економічний розвиток країн. У нашому дослідженні ми розглянемо проблеми та виклики, які виникають у зв'язку з глобальними змінами клімату, та їх вплив на міжнародний ринок харчових продуктів.

Глобальні зміни клімату створюють значні та складні проблеми для розвитку міжнародного ринку харчових продуктів, які варто ретельно розглянути.

Збільшення температур, екстремальні погодні умови та інші аспекти глобальних змін клімату впливають на вирощування різних сільськогосподарських культур. Зменшення врожайності та зміни в сільському господарстві можуть спричинити недостачу харчових продуктів

на світовому ринку, що має безпосередній вплив на доступність та ціни продуктів.

Зміни в кліматичних умовах можуть також впливати на умови для переробки та зберігання харчових продуктів. Збільшення температур може призвести до збільшення витрат на зберігання та транспортування, а також до змін у вигляді та складі продукції.

Зміни в кліматі можуть спричинити збільшення поширення хвороб, шкідників та інших факторів, які загрожують врожайності та якості продуктів. Це може призвести до погіршення харчової безпеки на світовому рівні.

Глобальні зміни клімату можуть викликати нерівномірні ефекти в різних регіонах світу. Зміни в умовах вирощування певних культур можуть впливати на торговельні відносини між країнами та викликати нерівновагу в глобальних ланцюгах постачання[48].

Зміна клімату призводить до зростання тиску на сільські та водні ресурси, що в той же час спричинює зниження врожайності, за винятком окремих регіонів. Прогнозується, що продуктивність рибальства у всьому світі зменшиться, особливо для половини сектору, внаслідок впливу зміни клімату на репродуктивність та міграційні шляхи риб. Ці негативні наслідки найбільше відчутні в тропіках та серед рибальства країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).

Часом фермери, виробники аквакультури та рибалки відчуватимуть рстучий тиск для адаптації своїх практик та технологій до цих викликів. Хоча існують можливості для індивідуальних заходів, у найгіршому випадку успішна адаптація до зміни клімату значно залежатиме від ефективної державної політики.

Поточні дослідження ОЕСР зосереджуються на вивченні того, як інклюзивні та науково обґрунтовані процеси розробки політики можуть найкращим чином сприяти ухваленню та реалізації необхідних політичних рішень. Це включає відновлення після надзвичайних ситуацій, впровадження

систем страхування від катастроф, а також політики, спрямовані на підвищення співпраці, готовності та стійкості.

Спроби адаптуватися до глобальних змін клімату та впровадження інновацій у сільське господарство та харчову промисловість стають важливим завданням. Необхідно вдосконалювати сорти, технічні засоби та методи вирощування, які враховують нові реалії кліматичних умов.

Очікується, що глобальне потепління суттєво позначиться на продуктивності сільського господарства в жарких областях світу. Країни, які вже перебувають у гарячих кліматичних умовах та виявляють економічну вразливість, можуть отримати користь від переходу від сільського господарства до менш вразливих, несільськогосподарських секторів при підвищенні температури. Однак такий перехід є малоімовірним без значного розширення глобальної торговельної інтеграції. Навіть при наявності такого перерозподілу ресурсів, бідні країни, які в наш час імпортують обмежений обсяг продовольства, ймовірно, будуть продовжувати спеціалізуватися на сільському господарстві для задоволення внутрішніх потреб, навіть при зростанні вразливості своїх фермерських господарств до зміни клімату.

Дуже низький рівень міжнародної торгівлі в країнах з низьким рівнем розвитку становить серйозну перешкоду для їхньої адаптації до зміни клімату.

Замість того, щоб спостерігатися за тим, як сільське господарство відходить від найбільш постраждалих регіонів у зв'язку з глобальним потеплінням, мої модельні прогнози свідчать про те, що зі збільшенням температури більше працівників буде змушено залишатися на фермах у більш спекотних та бідніших країнах. Це виникає через падіння продуктивності сільського господарства в цих областях, що призводить до загострення продовольчих проблем. Зміна клімату призводить до збіднення людей і підвищення цін на продукти харчування, що збільшує частку бюджету, витрачену на їжу, та частку виробництва сільського господарства, оскільки імпорт їжі обмежений.

Оскільки сільське господарство залишається основним сектором, який відчуває різке зниження продуктивності, люди в цих країнах очікують серйозних труднощів. Прогнозована шкода від кліматичних змін в багатьох бідних країнах наближається або перевищує 10% доходу лише від впливу підвищення температури на продуктивність. У додатку А значне прогнозоване зростання цін на продукти харчування в цих країнах через внутрішню залежність від вразливого внутрішнього сільськогосподарського виробництва.

Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів у контексті глобальних змін клімату супроводжується низкою складних проблем, які впливають на виробництво, торгівлю та споживання продуктів харчування. Наочно виявити ці проблеми дозволяють результати різноманітних досліджень[56].

1.Зміна погодних умов і врожаю

Глобальні зміни клімату призводять до екстремальних погодних умов, що може впливати на якість та кількість врожаю. За даними дослідження Інституту харчової політики та розвитку (IFPRI), зміни клімату можуть призвести до втрат виробництва харчових продуктів в деяких регіонах.

2.Збільшення витрат на виробництво

Зміни клімату можуть збільшити витрати на виробництво харчових продуктів через необхідність адаптації сільськогосподарських систем до нових умов. Дослідження Світового банку вказують на необхідність інвестицій у стійкість до змін клімату для забезпечення сталого розвитку сільськогосподарського сектору.

3. Вплив на якість та безпеку харчових продуктів

Зміни клімату можуть впливати на склад та якість харчових продуктів, що може впливати на здоров'я споживачів. Дослідження Всесвітньої організації охорони здоров'я вказують на зростання ризику поширення харчових хвороб у зв'язку із змінами клімату.

4. Нерівномірний вплив на регіони

Деякі регіони можуть вигравати від змін клімату, наприклад, через розширення можливостей для сільськогосподарської діяльності, тоді як інші можуть стикатися з проблемами, пов'язаними зі зменшенням виробництва та доступу до ресурсів. Звіт Міжнародного агентства з досліджень змін клімату (IPCC) наголошує на нерівномірності впливу змін клімату на різні регіони світу.

5. Торговельні бар'єри та політичні обмеження

Зміни клімату можуть викликати напруження в міжнародних торговельних відносинах, оскільки країни можуть вживати заходів для захисту свого внутрішнього виробництва. Дослідження Центру по дослідженню світової торгівлі показують, що зміни клімату можуть призвести до змін у торговельних політиках та угодах.

3.2 Прогнозні сценарії розвитку світового ринку харчових продуктів

Згідно з доповіддю «FAO Food Outlook», оприлюдненою 11 листопада 2024 року, прогнозується, що світова вартість імпорту продуктів харчування у 2024 році зросте до рекордних 1,94 трільйонів доларів США, що є вищим, ніж очікувалося раніше. Це позначає рекордно високий рівень і є збільшенням на 10 відсотків порівняно з попереднім рекордом 2022 року. Проте очікується, що темп цього зростання сповільниться в наступних місяцях через високі світові ціни на продукти харчування та знецінення валют по відношенню до долара США. Це призведе до зменшення покупчої потужності країн-імпортерів і, відповідно, до зменшення обсягів імпортованих продуктів.

Головною причиною зростання світового обсягу імпорту продуктів стають високі ціни на продукти харчування, переважно в країнах з високим рівнем доходів.

Хоча країни з високим рівнем доходів покривають більшу частину світового обсягу імпорту, високі ціни впливають на економічно вразливі групи країн найбільше. Наприклад, очікується, що обсяг імпорту для країн з низьким рівнем доходів залишиться незмінним, навіть при прогнозованому зменшенні обсягів імпорту на 10 відсотків, що призведе до зменшення доступності та доступу до продуктів харчування в цих країнах. З врахуванням ускладнень фінансування зростаючих міжнародних витрат країни стають більш вразливими до зростання міжнародних цін. Доповідь попереджає, що різниця в торговельних патернах між групами країн стане більш виразною, з тим, що країни з високим рівнем доходів продовжать імпортувати широкий спектр харчових продуктів, тоді як розвиваючі країни стають все більш залежними від імпорту основних продуктів харчування.

Очікується, що населення світу продовжить зростати, що призведе до збільшення попиту на харчові продукти. Прогнозується, що до 2050 року населення світу перевищить 9 мільярдів людей, що буде створювати великі виклики для забезпечення продовольства.

З ростом доходів та змінами у структурі населення можна очікувати зміни в харчових звичках. Збільшення свідомості щодо здоров'я та сталого споживання може сприяти попиту на органічні, функціональні та інноваційні продукти. Використання новітніх технологій, таких як сільськогосподарські дрони, штучний інтелект, та сучасні методи обробки даних, може призвести до збільшення продуктивності сільського господарства та зменшення впливу на навколишнє середовище [55].

Очікується, що зміни клімату впливатимуть на виробництво харчових продуктів. Сприятливі умови для виробництва можуть зміщатися, виникають нові загрози шкідників та хвороб, що вимагатимуть нових методів сільського господарювання.

Зростання світової економіки та підвищення доступності транспорту сприяє глобалізації харчового ринку. Міжнародна торгівля може стати ще

більш важливою для забезпечення різноманітності продуктів та забезпечення попиту на світовому рівні.

Споживачі все більше обирають продукти, які виробляються з дотриманням екологічних стандартів та принципів сталого розвитку. Це може призвести до змін в сільському господарстві та харчовій промисловості в напрямку більш сталого виробництва. Розвиток інтернет-технологій і соціальних мереж сприяє розвитку цифрового маркетингу для продажу та просування харчових продуктів. Це може стати важливим чинником для підтримки малих виробників та розширення їхнього доступу до світового ринку.

Розглядаючи песимістичний сценарій, його основним фактором буде зміна клімату. Якщо зміна клімату виявиться більш деструктивним явищем, ніж очікувалося, призводячи до різкого зменшення врожаїв та руйнування сільськогосподарських регіонів у різних частинах світу, то екстремальні погодні умови, такі як повені, засухи та гарячі хвилі, негативно вплинуть на виробництво ключових культур, що призводить до значного знецінення запасів харчових продуктів.

Внаслідок погіршення умов для сільського господарства та зменшення виробництва, ціни на харчові продукти різко зростатимуть, це призведе до того, що доступ до якісних та здорових продуктів стане обмеженим для великої частини населення, зокрема для найбідніших шарів суспільства.

Зменшення виробництва харчових продуктів та високі ціни ведуть до загострення конфліктів між країнами та внутрішніми суспільствами. Зростає напруженість через боротьбу за обмежені ресурси, що може призвести до соціальних відбуків, політичної нестабільності та навіть озброєних конфліктів.

Розповсюдження захворювань, які передаються через харчові продукти, зростання через погіршення санітарних умов та непридатність деяких продуктів через зміни клімату, це призвести до епідемій та харчових криз, що вплинуть на здоров'я та життя мільйонів людей.

Даний песимістичний сценарій підкреслює необхідність вжиття заходів для зменшення впливу змін клімату, підвищення стійкості сільськогосподарських систем та стимулювання сталого розвитку для забезпечення стабільності світового ринку харчових продуктів.

В песимістичному сценарії змін клімату, екстремальні погодні умови призводять до серйозних втрат врожаїв та нестабільності у сільському господарстві. Засухи та повені стають регулярними явищами, обмежуючи можливості вирощування ключових культур. У таких умовах сільське господарство стає більш вразливим до коливань клімату, що може призвести до зменшення доступності харчових продуктів та зростання їхніх цін.

В оптимістичному сценарії впровадження стійких технологій та систем адаптації дозволяє сільському господарству ефективно пристосовуватися до змін клімату. Це допомагає збільшити виробництво та забезпечити сталість сільськогосподарських систем. Інновації в агротехніці та селекції культур можуть стати ключовими факторами у вирішенні викликів, пов'язаних з кліматичними змінами[43].

У песимістичному сценарії збільшення цін на енергію та підвищення витрат на виробництво і транспортування продуктів призводять до значних фінансових труднощів для сільських господарств та харчової промисловості. Високі витрати та обмежений доступ до ресурсів можуть сприяти економічному спаду та зменшенню інвестицій у галузь. Відсутність інвестицій у нові технології та цифрову трансформацію призводить до низької продуктивності та втрат конкурентоспроможності галузі. Відсутність впровадження передових технологій обмежує потенціал росту та інновацій в сфері виробництва харчових продуктів.

Загострення торговельних конфліктів та введення тарифів обмежить доступ до ринків, призводячи до обмеженого експорту та ізоляції країн на світовому ринку. Зменшення можливостей для міжнародної торгівлі може обмежити доступ до нових ринків та технологій.

У оптимістичному сценарії впровадження енергоефективних технологій та розвиток стійкого виробництва допомагають знижувати витрати та ефективно використовувати ресурси. Це сприяє стійкості галузі та може забезпечити економічний розвиток, навіть у умовах економічної нестабільності. Інтенсивна інвестиційна активність в напрямку цифрової трансформації дозволяє галузі використовувати передові технології для підвищення якості, ефективності та сталості виробництва. Це допомагає галузі залишатися конкурентоспроможною на світовому ринку.

Збереження відкритих торговельних відносин та розширення міжнародних партнерств стимулює глобальну торгівлю та розвиток ринків. Це сприяє обміну інноваціями, розвитку нових ринків та збільшенню конкурентоспроможності.

У песимістичному сценарії зростання харчових криз та епідемій через низьку якість та безпеку продуктів призводить до великої кількості захворювань та втрати довіри споживачів. Погіршення контролю та недостатня регуляція можуть стати факторами, що впливають на громадське здоров'я та викликають кризу довіри до продуктів харчування.

У оптимістичному сценарії впровадження високих стандартів якості, систем відстеження та контролю дозволяє галузі забезпечити безпеку та якість продуктів. Системи сертифікації та дотримання стандартів стають ключовими елементами, що підтримують довіру споживачів та сприяють сталому розвитку галузі[50].

У висновках важливо відзначити, що оптимістичний сценарій передбачає активні заходи для адаптації та впровадження інновацій, що сприяє розвитку галузі та забезпечує сталість у вирішенні сучасних викликів. У той час як песимістичний сценарій підкреслює те, що відсутність стратегічного планування та систематичних заходів може призвести до серйозних проблем та кризи у харчовій промисловості. В оптимістичному сценарії галузь визнає необхідність активного впровадження інновацій та постійного адаптування до змін в умовах ринку та технологій. Це допомагає

галузі розвиватися та зміцнювати свою стабільність, забезпечуючи якість продукції та відповідність найвищим стандартам.

3.3 Інструменти та механізми диверсифікації українського експорту харчових продуктів

Диверсифікація українського експорту харчових продуктів включає в себе використання різноманітних інструментів та механізмів для розширення асортименту продукції та ринків збуту.

Диверсифікація українського експорту харчових продуктів є складною, але необхідною стратегією для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності на міжнародних ринках. У цьому процесі ключовим є розширення асортименту продукції, що включає в себе не лише традиційні українські страви, але й нові продукти, які відповідають світовим тенденціям та смакам споживачів.

Розширення на нові ринки також передбачає вивчення та аналіз потенційних ринків збуту. Укладання торгових угод та створення стратегічних партнерств з іншими країнами стає ключовим елементом цього процесу, дозволяючи забезпечити стабільний доступ до нових ринків та розширити географію експорту [30].

Активна участь у міжнародних виставках та ярмарках відкриває можливості для представлення української продукції глобальній аудиторії та знаходження нових бізнес-партнерів. Крім того, це сприяє обміну досвідом та встановленню контактів з ключовими учасниками міжнародного бізнесу.

Однак для успішної диверсифікації також необхідно зосереджуватися на вдосконаленні якості та безпеки продукції. Відповідність міжнародним стандартам грає важливу роль у побудові довіри споживачів та відкриває доступ до вищих сегментів ринку.

Використання інновацій та сучасних технологій, а також підтримка екологічної стійкості, дозволяє українським виробникам створювати продукцію, яка відповідає вимогам сучасних споживачів, забезпечуючи при цьому конкурентоспроможність на світовому ринку.

Узагальнено, диверсифікація експорту вимагає комплексного підходу та використання різноманітних стратегій, спрямованих на розширення асортименту продукції та завоювання нових ринків, що сприяє сталому розвитку українського харчового сектору на міжнародній арені.

Спочатку дослідимо головні перешкоди експорту харчових продуктів.

1. Надмірна залежність вітчизняного аграрного експорту від сировини та низький внесок продукції сільськогосподарського сектору з високою доданою вартістю [46].

Експорт сільськогосподарської продукції вітчизняного аграрного сектору переважно зосереджений на сировині, при чому спостерігається нерівновага між рослинницькою та тваринницькою продукцією. За період січень-вересень 2022 року було експортовано живих тварин і тваринницьких продуктів на суму 0,8 млрд. дол. США (6,9% від загального експорту АПК), рослинницької продукції - 6,6 млрд. дол. США (51,5%), жирів та олій - 3,2 млрд. дол. США (25,0%), готових продуктів харчування - 2,1 млрд. дол. США (16,3%) [35].

Лідерами експорту за цей період були соняшникова олія (22,5% або 2,9 млрд. дол. США), кукурудза (17,7% або 2,3 млрд. дол. США) та пшениця (22,5% або 2,0 млрд. дол. США). Однак продукція з високою доданою вартістю, така як тютюнові вироби, цукор, шоколад, хлібобулочні вироби та інші, має дуже невеликий внесок у вітчизняний експорт.

Низька участь продукції з високою доданою вартістю в структурі аграрного експорту призводить до обмеження валютних надходжень, сповільнює зростання ВВП України, зменшує обсяги податкових відрахувань до різних рівнів бюджету та гальмує інноваційні та технологічні трансформації в аграрному секторі. Відсутність балансу в галузі та

спрямованість підприємств аграрного сектору, переважно, на експорт сировини рослинництва, призводять до негативних наслідків, таких як утруднення раціонального природокористування, обмеження використання органічних добрив, порушення сільськогосподарської технології, недотримання науково обґрунтованих сівозмін, втрати гумусу у ґрунті та виснаження природно-ресурсного потенціалу сільських територій.

2.Інтеграція українського аграрного сектору у продовольчі сегменти світового ринку є менш ефективною, незважаючи на стратегічну зміну пріоритетів експорту від ринків Росії та країн СНД [30, с.90-93].

Взагалі, інтеграція в європейський аграрний ринок залишається на недостатньо високому рівні. Навіть з впровадженням економічної частини "Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом" у 2015 році, зростання експортних можливостей українського аграрного сектору на європейському ринку виявляється недостатнім. Крім того, українські експортери обмежуються ринками п'яти країн ЄС, таких як Нідерланди, Польща, Італія, Німеччина та Іспанія.

3.Відмінності між вітчизняними стандартами забезпечення якості та безпеки продовольства та міжнародними вимогами вносять значні труднощі у можливість виходу української аграрної продукції на світовий ринок.

Дана проблема призводить до ризику втрати репутації вітчизняного аграрного сектору, відставання окремих галузей та подальшого збільшення експорту сировини. Процес сертифікації та стандартизації харчової продукції в Україні виявляється дуже бюрократичним, що призводить до низької реактивності господарюючих суб'єктів та зростання трансакційних витрат виробників сільськогосподарської продукції. Також ускладнюється впровадження в Україні НАССР (системи менеджменту безпеки харчової продукції) через відсутність необхідної інфраструктури, відсутність програм для імплементації, несприятливі санітарно-гігієнічні умови та відсутність мотивації до переходу на передові світові практики. Також важливо відзначити недостатню кількість спеціалізованих лабораторій і обладнання,

велику розбіжність у стандартах технологічних процесів та відсутність інформаційно-консультаційної підтримки для виробників, які переходять до міжнародних стандартів безпеки продуктів харчування.

4. Відсутність системної стратегії формування позитивного іміджу та просування вітчизняної аграрної продукції на зовнішніх ринках породжує нерівновагу та неузгодженість у заходах просування, що ускладнюється глобалізацією, лібералізацією аграрних ринків та зростанням проблеми світового дефіциту продовольства. Така ситуація не лише заважає формуванню позитивного іміджу та рекламі вітчизняного аграрного сектору на міжнародних ринках, але й утруднює конкуренцію з визнаними світовими брендами. Вона призводить до введення торговельних обмежень, ембарго на вітчизняний аграрний експорт, викликаних різноманітними чинниками, такими як сумнівна якість продукції, епідемії та захворювання, неузгодженість міждержавних стандартів якості та безпеки аграрної продукції, а також вплив політики протекціонізму, економічного тиску та гібридних загроз.

5. Недостатньо розвинена логістична інфраструктура для підтримки експортної діяльності суб'єктів господарювання в аграрному секторі є критичним фактором, що утруднює їх інтеграцію в систему міжнародних торговельно-економічних відносин. Ця ситуація призводить до негативних наслідків, таких як ускладнений доступ до зовнішніх ринків збуту, особливо для дрібних виробників, створення непрозорих механізмів експорту аграрної продукції, формування зайвих посередницьких ланок в транскордонному збутовому ланцюзі, підвищення ризиків щодо якості та безпеки продукції, збільшення трансакційних витрат виробників, активізації цінових спекуляцій та ускладнення моніторингу харчової безпеки та якості продуктів харчування[41].

6. Недорозвиненість горизонтальних і вертикальних кооперативних зв'язків між виробниками сільськогосподарської продукції стає перешкодою для нарощування експортних можливостей вітчизняного аграрного сектору.

Створення замкнених кооперативних систем, які об'єднують виробництво та реалізацію аграрної продукції, не лише глибше ускладнює дефіцит ресурсів та матеріально-технічної бази сільськогосподарських суб'єктів, але і гальмує зростання їхньої господарської діяльності та заважає формуванню аграрних кластерів. Крім того, це обмежує ресурсні можливості виходу сільськогосподарських виробників на зовнішні ринки. Відсутність кооперації також перешкоджає синергетичному ефекту у плані нарощення експортних потужностей сільськогосподарських суб'єктів, включаючи мобілізацію ресурсів для виробництва та збуту, консолідацію ресурсів для отримання експортних ліцензій та подолання бюрократичних перешкод при митному оформленні та переміщенні продукції через кордон. Активізація кооперативного руху стає особливо важливою у контексті необхідності перетворення особистих селянських господарств у товарні форми господарювання, щоб відповідати вимогам "Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом" [35].

Ураховуючи визначені проблеми, ключовими напрямками для збільшення експорту сільськогосподарської продукції України мають стати наступні:

1. Розвиток готового продукту з повних технологічним виробництвом:

- подолання однобічності експорту харчової продукції, збільшення відсотку товарів з високою доданою вартістю та зменшення нерівноваги між різними секторами експорту продовольства.

2. Зміцнення міжнародної інтеграції сільськогосподарського сектору:

- підвищення участі українського аграрного сектору на світовому ринку та подолання інституційних бар'єрів для експорту продовольства;
- розширення цільових ринків для експорту сільськогосподарської продукції.

3. Узгодження стандартів якості та безпеки продукції:

- гармонізація національних стандартів з міжнародними вимогами;
- покращення системи сертифікації та наближення технологічних

процесів виробництва до високих міжнародних стандартів.

4. Удосконалення іміджу аграрного сектору:

- створення послідовної стратегії для покращення репутації українського сільськогосподарського виробника;
- збільшення заходів з просування та реклами аграрної продукції на міжнародних ринках;
- формування позитивного сприйняття України як надійного світового експортера якісної та безпечної продукції.

1. Розвиток інфраструктури для експорту сільськогосподарської продукції:

- розширення мережі логістичних об'єктів для підтримки експорту АПК;
- підвищення ефективності аграрної логістики транспортних маршрутів для перевезення продукції на зовнішні ринки.

2. Створення системи мотивації для кооперативних структур харчового виробництва:

- формування механізмів та стимулів для підтримки горизонтально-вертикальних кооперативів;
- створення системи економічних та соціальних інцентивів для розвитку кооперативних відносин серед виробників.

Дані кроки спрямовані на поліпшення інфраструктури для експорту та на стимулювання розвитку кооперативних структур в аграрному секторі, сприяючи при цьому більш ефективному функціонуванню сільськогосподарських підприємств та підвищенню їхньої конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Для реалізації зазначених пріоритетів у збільшенні експорту АПК України пропонується вжити наступні заходи:

1. Гармонізація стандартів якості та безпеки продовольства.

Уряду та Міністерству аграрної політики та продовольства України слід реалізувати гармонізацію вітчизняних стандартів якості та безпеки продукції з вимогами міжнародних стандартів. Це може бути досягнуто шляхом усунення бюрократичних перешкод та спрощення процедур сертифікації продукції, а також внесення змін у існуючі Державні стандарти України (ДСТУ), спрямованих на їх узгодження з міжнародними нормами.

2. Впровадження системи менеджменту безпеки харчової продукції.

Заохочення Кабінету Міністрів та Міністерства аграрної політики впроваджувати базову компоненту системи менеджменту безпеки харчової продукції, визначену як НАССР. Підтримка активізації цього процесу, а також поліпшення інформаційно-консультаційного забезпечення виробників продукції, спрямованого на розуміння вимог і норм міжнародних продовольчих регламентів. Залучення до цього процесу інститутів сільськогосподарського дорадництва та вищих аграрних навчальних закладів для надання підтримки та експертного консультування виробникам.

3. Покращення іміджу АПК:

- активне просування вітчизняної аграрної продукції шляхом популяризації національних аграрних брендів у міжнародних ЗМІ;
- представлення та промоція вітчизняного продовольства на міжнародних конференціях, виставках і ярмарках;
- лобіювання на рівні міждержавних урядових комісій експортних інтересів АПК України [49].

4. Диверсифікація експортних ринків:

- сприяння диверсифікації цільових експортних аграрних ринків, зокрема в напрямку країн Азії та Африки;
- активізація процесу підготовки та ратифікації міждержавних торговельно-економічних угод;
- відстоювання преференцій для вітчизняного АПК в розрізі цільових сегментів аграрного ринку.

5. Наближення споживчих властивостей продовольства до вимог іноземних покупців:

- наближення споживчих властивостей продовольства до вимог та інтересів цільового іноземного покупця;
- урахування традицій та культури споживання цільового іноземного ринку при формуванні аграрних пропозицій.

6. Сприяння експортерам аграрної продукції:

- надання виробникам аграрної продукції простішого доступу до світових ринків шляхом спрощення процедур сертифікації та отримання експортних ліцензій;
- усунення бюрократичних перешкод та мінімізація людського втручання при митному оформленні вантажів;
- лобіювання інтересів щодо збільшення обсягів експортних квот з нульовим ввізним митом за рамками Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

7. Покращення логістичної інфраструктури:

- збільшення ефективності системи внутрішньої аграрної логістики для експорту шляхом розбудови транспортних шляхів до портово-морських об'єктів;
- стимулювання залучення інвестицій у модернізацію морських портів для підтримки експортної діяльності;
- протидія несанкціонованим оглядам та затриманням вантажів в акваторії Азовського моря, включаючи залучення ВМС України та вирішення судових спорів у міжнародних арбітражних судах.

Таким чином, диверсифікація українського експорту харчових продуктів включає в себе використання різноманітних інструментів та механізмів для розширення асортименту продукції та ринків збуту (рис 3.3)

Інструменти диверсифікації українського експорту харчових продуктів:

- розширення продуктового асортименту;
- розширення географії експорту;

- створення бренду та маркетинг;
- участь у міжнародних виставках та ярмарках;
- адаптація до стандартів та вимог ринків;
- гнучкі управлінські рішення.

Розробка та виробництво нових харчових продуктів враховує специфічні вимоги та уподобання різних ринків. Це означає створення нових категорій продуктів, які відповідають потребам споживачів.

Інновації в продукції полягають у впровадженні нових технологій для створення унікальних продуктів, що виділяються серед конкурентів. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Вивчення нових ринків передбачає аналіз та вивчення потенційних ринків для розширення географії експорту. Також важливо укладати угоди та створювати стратегічні торгові партнерства з іншими країнами для забезпечення стабільного доступу до нових ринків.

Вивчення нових ринків є ключовим етапом стратегії розвитку міжнародного бізнесу, особливо в контексті харчової промисловості. Аналіз та вивчення потенційних ринків дозволяє компанії ідентифікувати можливості для розширення географії експорту, залучення нових клієнтів та збільшення обсягів продажів.

Перед початком експансії на нові ринки, компанії проводять ретельний аналіз факторів, таких як економічна стабільність країни, розмір та динаміка ринку, споживчі уподобання, конкуренція та правове середовище. Цей аналіз допомагає визначити стратегічні переваги та ризики, пов'язані з конкретним регіоном чи країною[12].

Однак, не лише аналіз, а й активна участь у міжнародних торгових відносинах важлива для успішного виходу на нові ринки. Укладання торгових угод та створення стратегічних торгових партнерств з іншими країнами стає важливим елементом глобальної бізнес-стратегії. Це може включати угоди про вільну торгівлю, спільні проекти з іноземними партнерами, або розвиток тісних відносин з торговими організаціями.

Створення стратегічних торгових партнерств сприяє стабільному доступу до нових ринків, допомагає у подоланні торгових бар'єрів та зменшенні ризиків, пов'язаних з політичними та економічними коливаннями. Крім того, такі партнерства можуть включати обмін технологіями та інноваціями, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Важливо також зазначити, що успішне вивчення та розширення на нові ринки вимагає гнучкості та вміння адаптуватися до місцевих особливостей. Врахування культурних відмінностей, сезонності та інших чинників сприятиме успішному впровадженню продукції на нових територіях. Такий комплексний підхід дозволить компанії не лише успішно розширити свій бізнес, але й зберегти конкурентні переваги в глобальному економічному середовищі.

У процесі вивчення нових ринків, необхідно приділяти увагу не лише економічним та торговельним аспектам, але й розглядати соціокультурні та політичні особливості кожної країни чи регіону. Розуміння місцевих традицій, споживчих уподобань та правового середовища є важливим етапом, оскільки це впливає на успішність впровадження продукції та взаємодію з місцевими споживачами.

Важливо враховувати не тільки ринкові можливості, але й потенційні ризики. Аналіз політичної стабільності, можливості виникнення торговельних конфліктів, зміни законодавства щодо експорту та імпорту – усі ці аспекти потрібно узгоджувати з особливостями бізнес-середовища кожної окремої країни.

Створення торгових партнерств також дозволяє знижувати торговельні бар'єри та сприяє взаємному розвитку. Можливість обміну технологіями, ноу-хау та експертизою розширює можливості для підприємства на нових ринках.

Для підтримки взаємовигідних торгових відносин, компанії також повинні брати участь у форумах, виставках, бізнес-конференціях та інших

ініціативах, де можна встановити контакти з потенційними партнерами та організаціями. Важливо розуміти місцевий бізнес-клімат та будувати відносини на основі взаємної користі та довіри.

Загалом, розширення географії експорту та вивчення нових ринків є складною, але стратегічно важливою задачею для компаній, що працюють в харчовій індустрії. Спритність у реалізації цієї стратегії дозволяє не лише розширити аудиторію та збільшити обсяги продажів, але і стати гравцем з міжнародним впливом та визнанням[34].

Брендінг включає розробку сильного бренду для продуктів, що буде визнаний та цінований на міжнародному ринку. Маркетингові кампанії спрямовані на ефективне просування продукції на нових ринках, зокрема через активну участь у міжнародних виставках та ярмарках[56].

Забезпечення відповідності якості та безпеці продукції вимогам різних ринків включає відповідність стандартам та отримання міжнародних сертифікатів. Це допомагає побудувати довіру споживачів та партнерів.

Гнучкість в управлінні включає швидке реагування на зміни у попиті та умовах ринку. Стратегічне планування дозволяє розробляти довгострокові стратегії для диверсифікації та ефективного управління ризиками.

Забезпечення відповідності якості та безпеці продукції вимогам різних ринків є ключовим аспектом успішної міжнародної торгівлі харчовими продуктами. Цей процес включає в себе не лише відповідність стандартам, але й отримання міжнародних сертифікатів, що свідчать про високий рівень якості та безпеки виробленої продукції. Здобуття таких сертифікатів, наприклад, ISO 9001 для системи управління якістю чи HACCP для безпеки харчових продуктів, допомагає компанії встановити свою довіру в очах споживачів та стати бажаним партнером для інших гравців на ринку.

Гнучкість в управлінні є ще однією важливою складовою ефективного ведення бізнесу на міжнародному ринку харчових продуктів. Зміни у попиті, технологічному прогресі, або зміни у законодавстві можуть виникати раптово, тому компанія повинна бути готовою швидко реагувати. Гнучкість в

управлінні означає не лише адаптацію до змін, але й вчасне виявлення нових можливостей для розвитку бізнесу.

Стратегічне планування в контексті міжнародного ринку харчових продуктів грає важливу роль у довгостроковому успіху компанії. Це включає розробку стратегій диверсифікації асортименту продукції, щоб забезпечити різноманіття та адаптацію до різних ринкових умов. Також, стратегічне планування дозволяє компанії ефективно управляти ризиками, аналізуючи можливі виклики та шляхи їх подолання в перспективі.

Позитивний репутаційний ефект, отриманий завдяки відповідності стандартам та гнучкості в управлінні, спільно зі стратегічним плануванням, сприяє не лише утриманню існуючих клієнтів, але і привертає нових споживачів та бізнес-партнерів. Взагалі, цей комплексний підхід дозволяє підприємствам впевнено виходити на міжнародні ринки та ефективно конкурувати в глобальному бізнес-середовищі.

Отже, таким чином дані заходи дозволяють українським виробникам харчових продуктів успішно розширювати свою присутність на світових ринках та збільшувати конкурентоспроможність.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, присвяченого розвитку міжнародного ринку харчових продуктів, були виявлені та проаналізовані ключові тенденції та перспективи, що визначають його динаміку. Зазначене дослідження дозволило з'ясувати, що сучасна глобалізація та технологічний прогрес створюють нові можливості для виробників та споживачів харчових продуктів.

Однією з ключових тенденцій, виявлених у роботі, є зростання попиту на органічні та екологічно чисті продукти. Сучасні споживачі виявляють все більше зацікавленості у здоровому способі життя, що відображається у їхніх виборах на ринку харчових продуктів. Отже, виробники повинні активно впроваджувати стратегії стосовно створення та маркетингу екологічно чистих продуктів, щоб задовольнити зростаючий попит споживачів.

Крім того, важливо враховувати вплив геополітичних факторів на міжнародний ринок харчових продуктів. Переговори про торгові угоди, міжнародні санкції та інші політичні аспекти можуть суттєво впливати на обсяги та структуру світової торгівлі харчовими продуктами.

У цьому контексті важливо відзначити, що розвиток цифрових технологій також вносить свій вклад у трансформацію харчового ринку. Електронна комерція, онлайн-платформи та розумні технології виробництва сприяють покращенню ланцюга постачання та забезпечують більшу доступність продуктів для споживачів.

Загалом, отримані в ході роботи результати свідчать про необхідність постійного моніторингу та адаптації виробниками стратегій до змін у глобальному середовищі. Розуміння та врахування вищезазначених тенденцій та факторів дозволять компаніям ефективно конкурувати на міжнародному ринку харчових продуктів та забезпечити сталий розвиток у майбутньому.

Також, було розглянуто основні тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів. Було встановлено, що цей ринок характеризується високими темпами зростання, що зумовлено такими факторами, як зростання світового населення, підвищення рівня доходів населення, зростання попиту на здорові та органічні продукти, розвиток технологій.

До основних тенденцій розвитку міжнародного ринку харчових продуктів належать:

- зростання попиту на продовольство, що зумовлено зростанням світового населення та підвищенням рівня доходів населення;
- зміна структури попиту на продовольство, що проявляється у зростанні попиту на здорові та органічні продукти, а також на продукти, що відповідають вимогам дієтичного харчування;
- глобалізація ринку харчових продуктів, що проявляється у зростанні обсягів торгівлі продовольством між країнами;
- розвиток технологій у сфері виробництва та переробки харчових продуктів.

Ці тенденції мають значний вплив на розвиток міжнародного ринку харчових продуктів. Вони зумовлюють зростання конкуренції між виробниками харчових продуктів, а також необхідність для них адаптації до нових умов ринку.

Міжнародний ринок харчових продуктів представляє собою складну систему, яка включає виробництво, обробку, дистрибуцію та споживання харчових товарів на міжнародному рівні. Його розвиток обумовлений глобалізацією, технологічними змінами, зростанням населення та змінами у споживацьких звичках. Глобалізація дозволяє компаніям розширювати свою діяльність на нові ринки. Зростання населення та зміни в демографії збільшують попит на харчові продукти, тоді як технологічний прогрес покращує ефективність галузей сільського господарства та обробки продуктів.

Стандарти якості та безпеки набувають все більшого значення, сприяючи підвищенню довіри споживачів до іноземних брендів. Кліматичні та екологічні аспекти впливають на методи виробництва, а зміни у споживчих звичках спонукають до попиту на екологічно чисті та стало вирощені продукти. Укладення торговельних угод та участь у міжнародних організаціях сприяють полегшенню торгівлі.

Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів ставить перед виробниками та торговцями великі виклики, але водночас відкриває нові можливості для розширення бізнесу та задоволення потреб споживачів у всьому світі.

На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

- міжнародний ринок харчових продуктів характеризується високими темпами зростання та значним впливом на економіку світового господарства;
- основні тенденції розвитку міжнародного ринку харчових продуктів включають зростання попиту на продовольство, зміну структури попиту на продовольство, глобалізацію ринку харчових продуктів та розвиток технологій;
- міжнародна торгівля харчовими продуктами характеризується високими темпами зростання та зміною географії торгівлі;
- основні тенденції розвитку міжнародної торгівлі харчовими продуктами включають зростання обсягів торгівлі продовольством, зміну географії торгівлі продовольством, зростання ролі інтегрованих ринків та розвиток електронної комерції.

Цей сегмент глобальної економіки є динамічним та впливовим чинником на світову торгівлю. На основі зібраних даних та проведеного аналізу можна визнати, що інтернаціоналізація виробництва та збільшення обсягів торгівлі харчовими продуктами має великий потенціал для забезпечення стабільного економічного зростання країн-учасниць.

Динамічні зміни в сучасних тенденціях споживання, підвищена увага до якості та безпеки харчових продуктів, а також розвиток нових технологій у виробництві створюють нові можливості для експортерів та імпортерів. Важливість ефективного регулювання та стандартизації, а також взаємодії між країнами для підтримки стійкого розвитку глобального ринку стає відчутною.

Проте, разом із тим, ринкові ризики, такі як зміни клімату, економічні труднощі та геополітичні конфлікти, вимагають уважного аналізу та стратегічного планування з боку бізнесу та урядів країн. Необхідність сприяти створенню стійких механізмів управління ризиками та підтримувати інновації стає актуальною у забезпеченні конкурентоспроможності на міжнародному ринку харчових продуктів.

Отже, дослідження розвитку міжнародного ринку харчових продуктів підкреслює важливість співпраці між країнами, прозорості в справлянні та використанні стандартів, а також необхідність впровадження ефективних стратегій управління для досягнення стійкого та збалансованого розвитку у цьому секторі глобальної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Global Market Outlook. As of November 28, 2022)
URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/40ebbf38f5a6b68bfc11e5273e1405d4-0090012022/related/Food-Security-Update-LXXIV-December-1-2022.pdf>
2. Dubai World Trade Centre. *Global industry outlook report*. 2018.
URL: <https://www.gulfood.com/exhibitor-brochures/outlook-report-2018>
3. Скрипчук П.М. Тенденції та закономірності розвитку світової продовольчої галузі *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. С. 50–59.
4. Марков Б.М. Фактори впливу на формування та розвиток товаропросування продовольчих товарів *Економіка та держава*. 2016. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/10.pdf
5. Food and Agriculture Organization of the UN. 2020. URL: <http://www.fao.org/faostat/en/#home>
6. Dubai World Trade Centre. *Global industry outlook report*. 2019. URL: https://cdn.asp.events/CLIENT_Dubai_Wo_4b15f265_5056_b739_54f3125d47f0bc95/sites/Gulfood2020/media/libraries/downloads/gf19-outlook_report-final_lr2.pdf
7. Statistics and facts on the gluten-free foods market in the U.S. 2016.
URL: <https://www.statista.com/topics/2067/gluten-free-foods-market> [in England].
8. Rewers M. Epidemiology of celiac disease: what are the prevalence, incidence, and progression of celiac disease? *Gastroenterology*. 2005, Vol. 128. P. 47–51.
9. Association of European Coeliac Societies, AO ECS. URL: <http://aoecs.org/research>.
10. Ринок безглютенових продуктів: великий потенціал поки ще сплячої потреби: веб-сайт. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/rinok-bezglutenovih--produktiv-velikij-potencial-poki-se-splacoi-potrebi>
11. Горач О.О. Кіпіоро І.М., Гусар А.О. Використання

альтернативних видів сировини з метою розробки нових безглютенових рецептур. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки. Херсонський державний аграрно-економічний університет. Херсон, 2022. Вип. 5. С. 38–44.*

12. Михалик К.В., Гусар А.О., Горач О.О. Нові тенденції та особливості виробництва піци в сучасних умовах. *Технічне забезпечення інноваційних технологій в агропромисловому комплексі : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції.* Мелітополь: ТДАТУ, 2021. С. 303–306. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tstt/wp-content/uploads/sites/6/materialy-3-mnpk-tehniche-zabezpechennja-innovacijnyh-tehnolohij-v-ahropromyslovomu-kompleksi-m.-melitopol-01-26.11.2021.pdf>

13. Михалик К.В., Гусар А.О., Горач О.О. Сучасний стан виробництва, якість та безпека хлібобулочних виробів. *Сучасна наука: стан та перспективи розвитку : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених з нагоди Дня працівника сільського господарства, 17 листопада 2021 р. м. Херсон.* С. 315–319. URL: <http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/7315>

14. Михалик К.В., Гусар А.О., Горач О.О. Аналіз виробництва безглютено-вої продукції функціонального призначення на основі використання вітчизняної сировини. *Таврійський науковий вісник.* 2021. № 6. С. 94–100. URL: <http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/7867>

15. Михайленко О. Г., Дзяд О. В. *Зовнішня торгівля товарами Китаю: відновлення після пандемії. Економіка та держава, 2022. № 3. С. 29–42.*

16. Оксентюк Б., Міщук О. Маркування продукції як важливий елемент маркетингової товарної політики. *Галицький економічний вісник.* Т.: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 119–125.

17. Осташко Т. О. Особливості торговельної політики Китаю і перспективи експорту України до КНР. *Європейський науковий журнал*

економічних та фінансових інновацій, 2018, 1. С. 101–111.

18. Імпорт м'яса Китаю в 2020 році. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://new.qq.com/omn/20210123/20210123A0DNQW00.html>.
19. Торговельна статистика Китаю. [Електронний ресурс]. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn>.
20. СОТ Режим доступу: <https://www.wto.org/>
21. International Trade Centre. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/>.
22. World bank. [Електронний ресурс]. URL: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&country=UKR>.
23. Гладій М. В., Лузан Ю. Я. Аграрні трансформації та селянські господарства в системі продовольчої безпеки України. *Економіка АПК*. 2020. № 5. С. 6-21.
24. Дем'яненко Т. І. Сталий розвиток вітчизняних підприємств в сучасних економічних умовах. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31 (70). № 2. С. 185-188.
25. Скидан О. В. Державне управління: удосконалення та розвиток. № 7. 2017. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=154>
26. Стариченко Є. М. Продовольча безпека країни як соціально-економічна категорія. *Агросвіт*. 2018. № 13. С. 42–48.
27. Global food security index 2021. URL: <https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index>
28. The State of Food Security and Nutrition in the World 2020. Transforming food systems for affordable healthy diets / FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. Rome, 2021. 209 pp.
29. Офіційний сайт FAO. URL: <https://www.fao.org>
30. Charting Ukraine's soaring exports to the EU. *The Economist*. Apr 27th 2023. URL: <https://www.economist.com/graphic-detail/2023/04/27/charting-ukraines-soaring-exports-to-the-eu>
31. Hess S., Brummer B., Cramon-Taubadel S. A preliminary analysis of

the impact of Ukraine-EU free trade agreement on agriculture. URL: <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/1813-9450-5264>

32. Bornio J. EU Set to Green-Light Suspension of Import Duties for Ukrainian Exports, Though Tough Council Debate Looms. *Eurasia Daily Monitor*. Vol. 20. Issue 78. May 15, 2023. URL: <https://jamestown.org/program/eu-set-to-green-light-suspension-of-import-duties-for-ukrainianexports-though-tough-council-debate-looms-part-one>

33. Agricultural markets and international trade. URL: https://joint-researchcentre.ec.europa.eu/scientific-activities-z/agricultural-markets-and-international-trade_en

34. Дмитришин Л.І., Бринзей Б.С. Формування структури сільськогосподарського виробництва в регіонах: теорія та практика. Монографія. Івано-Франківськ: Ярина, 2019. 220 с.

35. Dmytryshyn L., Brynzei V. Regional aspects of development and financing peculiarities of agriculture in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2016. Vol. 2. № 4. P.29-34.

36. Дмитришин Л.І., Костів І.Я., Катрич В.М. Моделі торгово-економічних відносин України та ЄС в сільськогосподарському секторі. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 6(20). С. 314-322. [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-6\(20\)-314-322](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-6(20)-314-322)

37. Державна служба статистики України. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>

38. *Globalization and Its Discontents* - Joseph E. Stiglitz

39. *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century* - Thomas L. Friedman

40. *World Development Report 2021: Data for Better Lives* - The World Bank

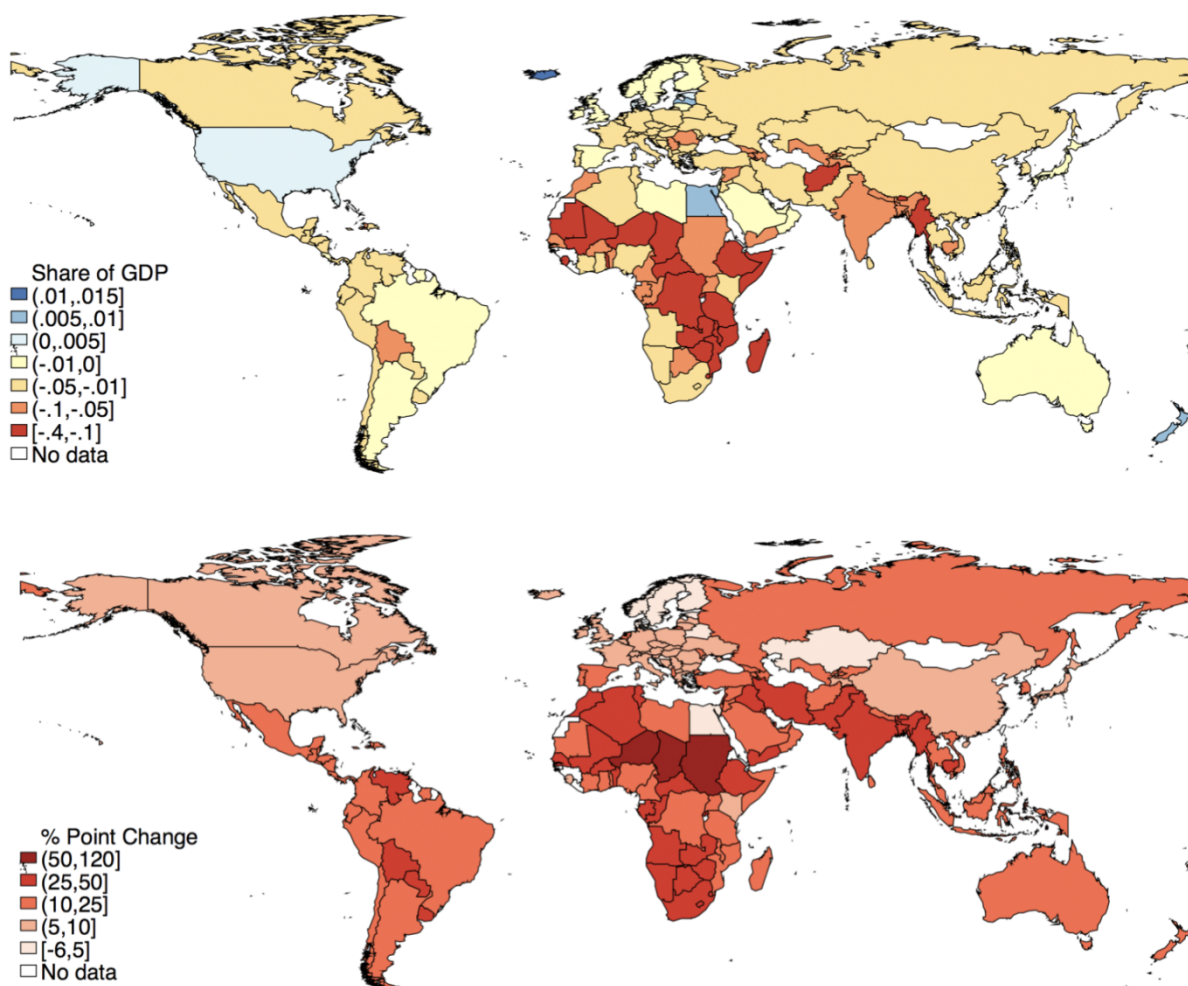
41. *Global Food Futures: Feeding the World in 2050* - Brian Gardner, Bruce Traill, and Tim Mawe

42. *The New Harvest: Agricultural Innovation in Africa* - Calestous Juma

43. FAO Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets - Food and Agriculture Organization of the United Nation
44. OECD-FAO Agricultural Outlook - Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)
45. Global Food Security Index - The Economist Intelligence Unit
46. State of Food Security and Nutrition in the World - Food and Agriculture Organization of the United Nations
47. «*The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*» - Michael Pollan
48. «*Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health*» - Marion Nestle
49. «*The Future of Food: How the World Will Feed Itself in the 21st Century*» - Brian Halweil
50. «*Food Wars: The Global Battle for Mouths, Minds, and Markets*» - Tim Lang, Michael Heasman
51. «*Feeding the Ten Billion: Plants and Population Growth*» - L. T. Evans
52. «Globalization of Food Systems in Developing Countries: Impact on Food Security and Nutrition» - International Journal of Environmental Research and Public Health
53. «The Role of Trade in the Globalization of Agriculture: A Case of South Asian Rice Market» - Journal of Economic Cooperation and Development
54. «International Trade and Food Security: Conceptual Discourse and Empirical Analysis in the Case of Sudan» - Journal of Food Security
55. «Global Food Supply Chains and Out-of-Season Crop Production: A Scoping Study» - Global Food Security
56. «The Impact of Globalization on Food and Nutrition: What Do We Know?» - Advances in Nutrition

ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток А. Прогнозований вплив глобального потепління на внутрішній індекс цін на продукти харчування [27].

Короткий звіт подібності



Ім'я користувача: **Європейської економіки і бізнесу Федірко Олександр...** ID перевірки: **1015973780**
Дата перевірки: **05.12.2023 20:31:28 EET** Тип перевірки: **Doc vs Internet + Library**
Дата звіту: **05.12.2023 21:12:27 EET** ID користувача: **100005726**

Назва документа: **Винник_О_О_розвиток ринку харчових продуктів**
Кількість сторінок: **71** Кількість слів: **12830** Кількість символів: **103116** Розмір файлу: **2.34 MB** ID файлу: **1015653072**

7.04% Схожість

Найбільша схожість: 2.84% з Інтернет-джерелом (<https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=94872f60-5734-4e>).

6.44% Джерела з Інтернету	268	Сторінка 73
4.93% Джерела з Бібліотеки	398	Сторінка 75

0% Цитат

- Вилучення цитат вимкнено
- Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень

- Немає вилучених джерел

https://kneu.edu.ua/userfiles/conference_90_MEiM_2023/23-5780.pdf

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

**ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської
наукової конференції**

**«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»**

(17 квітня – 20 травня 2023 р.)

УДК 657:330.341-048.38](477)(06)

I-66

Відповідальні за випуск:

Бондарчук Л.М. – к.філол. наук, доцент кафедри бізнес-лінгвістики
Вінська О.Й. – к.е.н., доц, доцентка кафедри європейської економіки і бізнесу
Грищенко Н.В. – к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Капуш А.В. – к.філол. наук, доцент кафедри німецької мови
Козачок Т.С. – к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Курбатов С.В. – професор кафедри соціології
Лобецька І.М. – ст. викладач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації
Машина Ю.П. – к.е.н., доцент кафедри міжнародних фінансів
Сандул М.С. – к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу
Черницька Т.В. – к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Швиданенко О.А. – д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

*Рекомендовано до друку
Науково-експертною радою КНЕУ
Протокол № 4 від 18.05.2023 р.*

I-66 Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України: зб. доп. Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції, 17 квітня – 20 травня 2023 р. [Електронний ресурс]. Київ, КНЕУ, 2023. 426 с.
ISBN 978-966-926-445-9

Збірник тез здобувачів вищої освіти факультету міжнародної економіки і менеджменту укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій конференції КНЕУ 17 квітня – 20 травня 2023 р. Доповіді здобувачів присвячено інноваційним проєктам для післявоєнного відновлення та розвитку України.

УДК 657:330.341-048.38](477)(06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ISBN 978-966-926-445-9

© КНЕУ, 2023

Артеменко Олександра Дмитрівна Стратегія науково-технічного розвитку ЄС	328
Канюка Неоніла Миколаївна Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	330
Лаговський Сергій Юрійович Інноваційні стратегії автомобілебудівних компаній	333
Колесник Аліна Станіславівна Перспективи розвитку ринку фармацевтичних препаратів в Україні	335
Заставська Марія Євгенівна Міжнародна трудова міграція в ЄС	337
Герасимчук Яна Анатоліївна Перспективи розвитку міжнародного туризму	340
Муренко Вікторія Андріївна Розвиток міграційних процесів в ЄС	344
Юхимець Євгеній Віталійович Роль транснаціональних компаній у розвитку національної економіки України	347
Соколова Аліна Юрївна Оцінка результатів виконання Європейської зеленої угоди	349
Михайлова Катерина Миколаївна Еволюція та перспективи позиціонування України на міжнародному ринку морських перевезень	352
Винник Олег Олегович Міжнародний ринок харчових продуктів	354
Мусійко Ігор Сергійович Вплив війни в Україні на міжнародний ринок авіаперевезень: аналіз наслідків та перспектив відновлення	357
Кульчикова Марія Ростиславівна Розвиток харчової галузі країн ЄС	361
Поліщук Катерина Володимирівна Вплив війни в Україні на енергетичну ситуацію в країнах-членах ЄС	364
Самойленко Марія Едуардівна Особливості та тенденції розвитку машинобудування в Німеччині	366
Тютюнник Владислава Ігорівна Загальний огляд тенденцій та перспектив розвитку європейського аграрного ринку	368
Попова Марина Михайлівна Місце України на міжнародному фінансовому ринку	372
Шептицька Ірина Олександрівна Україна та ЄС: потенціал та перспективи співпраці в галузі міжнародної торгівлі послугами у контексті євроінтеграції	374
Місєвіч Глеб Тадеушевич Вплив соціальних медіа на інформаційну війну (у контексті війни в Україні)	378
Щербатий Олександр Сергійович Геоелектронічна стратегія Португалії	380

моря через Дніпро, молдовсько-українська міжурядова Дністровська комісія, створена для захисту та сталого розвитку Дністра, або спільні румунсько-українські навчання Riverine 2020 щодо річки Дунай, покликані зміцнити взаємосумісність військового потенціалу обох країн, продемонструвавши значення українських річок [5].

Отже, більш стабільний і зміцнений морський комплекс в Україні міг би створити ефективну логістичну систему за участю морського та річкового флоту, основним завданням якої було б забезпечення безперервних перевезень вантажів між портами різних річкових та морських басейнів. Це стане найефективнішим засобом доставки товарів «від дверей до дверей» у Чорноморському регіоні та мінімізує транспортні та фінансові витрати для всіх учасників економічного циклу.

Література

1. Vennery M. The Significance of Ukraine's Maritime Industry for the Black Sea, and Beyond [Електронний ресурс] / Maryna Vennery // Middle East Institute. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mei.edu/publications/significance-ukraines-maritime-industry-black-sea-and-beyond>.
2. Vessel Traffic Management Global Market Report 2022: Ukraine-Russia War Impact [Електронний ресурс] // Globenewswire. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/12/08/2570105/0/en/Vessel-Traffic-Management-Global-Market-Report-2022-Ukraine-Russia-War-Impact.html>.
3. How Soaring Shipping Costs Raise Prices Around the World [Електронний ресурс] // International Monetary Fund. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/03/28/how-soaring-shipping-costs-raise-prices-around-the-world>.
4. Maritime Trade Disrupted: The war in Ukraine and its effects on maritime trade logistics [Електронний ресурс] // UNCTAD. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://unctad.org/publication/maritime-trade-disrupted-war-ukraine-and-its-effects-maritime-trade-logistics>.
5. Гальцова О. Л. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ МОРСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] / О. Л. Гальцова // Регіональна економіка. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/203238/203010>.

Винник О.О

*«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри європейської економіки і бізнесу
Гончарова А.О*

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сьогодні, міжнародний ринок харчових продуктів стає все більш конкурентним та складним. Інновації в технологіях виробництва, зміни в споживацьких уподобаннях та зростання попиту на органічні продукти створюють нові виклики та можливості для учасників ринку.

Зростання населення світу та збільшення географії глобальної торгівлі призводять до зростання попиту на харчові продукти на міжнародному ринку. Це зумовлено тим, що у розвинених країнах споживацька потужність вища, а отже, попит на харчові продукти збільшується. Одночасно з цим зростає і попит в розвиваючихся країнах, які прямують до більшого споживання харчових продуктів, що спричинює великі можливості для експортерів.

На міжнародному ринку харчових продуктів конкуренція є дуже великою. Кожен виробник прагне знайти своє місце на ринку та привернути увагу споживачів. Це означає, що підприємства повинні постійно покращувати якість своїх продуктів, пропонувати інноваційні рішення та уважно вивчати ринкові тенденції, щоб бути здатними швидко реагувати на зміни у попиті на ринку.

Міжнародна торгівля харчовими продуктами ускладнюється різними торговельними бар'єрами та регуляторними вимогами, які існують між країнами. Ці бар'єри та вимоги можуть знижувати обсяги торгівлі та здорожчувати ціни на харчові продукти. Підприємства, що займаються міжнародною торгівлею, повинні уважно вивчати регуляторні вимоги та торговельні бар'єри, які існують в різних країнах, щоб діяти ефективно та знижувати ризики.

Розвиток нових технологій виробництва та обробки харчових продуктів може сприяти покращенню ефективності міжнародного ринку харчових продуктів. Наприклад, технології збереження продуктів можуть допомогти збільшити термін зберігання продуктів та зменшити відходи. Розвиток електронної комерції може сприяти збільшенню обсягів міжнародної торгівлі харчовими продуктами шляхом зручного інтернет-замовлення та доставки.

Виробники та споживачі можуть відігравати важливу роль у підтримці сталих практик на міжнародному ринку харчових продуктів. Виробники можуть дотримуватися стандартів якості та безпеки продуктів, а також промислових та соціальних стандартів. Споживачі можуть підтримувати етичні та сталі практики, купуючи продукти, які відповідають цим стандартам.

Однією з найважливіших проблем на міжнародному ринку харчових продуктів є забезпечення безпеки та якості продуктів. Виробники повинні дотримуватися високих стандартів безпеки та якості, щоб забезпечити споживачів якісними та безпечними продуктами. Регулюючі органи та організації також повинні здійснювати контроль якості та безпеки продуктів, щоб забезпечити відповідність стандартам.

На міжнародному ринку є значний потенціал для розвитку органічних та екологічно чистих харчових продуктів. Споживачі все більше орієнтуються на здорове харчування та екологічну відповідальність, тому попит на такі продукти зростає. Розвиток міжнародного ринку органічних та екологічно чистих продуктів може привести до зменшення використання хімічних добрив та пестицидів, що сприятиме збереженню навколишнього середовища.

Глобальні фактори, такі як зміна клімату, демографічні зміни та геополітична нестабільність, мають великий вплив на міжнародний ринок харчових продуктів. Зміна клімату може призвести до зменшення врожаю та збільшення вартості харчових продуктів, тоді як демографічні зміни можуть призвести до зміни споживацьких пріоритетів та попиту на харчові продукти. Геополітична нестабільність може призвести до змін в міжнародній торгівлі та доступності продуктів.

Міжнародні організації, такі як Всесвітня організація з торгівлі, Світова організація охорони здоров'я та Інститут харчових досліджень, мають важливу роль у розвитку міжнародного ринку харчових продуктів. Вони встановлюють стандарти якості та безпеки продуктів, забезпечують допомогу виробникам та споживачам, та сприяють збільшенню обсягів міжнародної торгівлі. Також вони сприяють вивченню та впровадженню нових технологій у виробництво та забезпечують підтримку для розвитку екологічно чистих продуктів.

Цифрові технології мають великий потенціал у розвитку міжнародного ринку харчових продуктів. Вони можуть бути використані для забезпечення якості та безпеки продуктів, відстеження виробничих процесів, підвищення ефективності та зменшення витрат на виробництво та транспортування. Також цифрові технології можуть бути використані для реклами та маркетингу продуктів на міжнародному ринку.

Міжнародний ринок харчових продуктів є дуже конкурентним та швидкозмінним. Основними викликами є забезпечення якості та безпеки продуктів, зменшення витрат на виробництво та транспортування, розвиток екологічно чистих та органічних продуктів, а також підтримка виробників у країнах з низьким рівнем економічного розвитку. Однак, перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів є великими завдяки зростаючому попиту на здорові та екологічно чисті продукти, розвитку цифрових технологій та підвищенню свідомості споживачів.

Дослідження показали, що зростання попиту на органічні продукти та продукти з високим вмістом білка сприяє змінам в структурі міжнародного ринку харчових продуктів. Крім того, ми відзначили зростання електронної комерції та онлайн-платформ, що дозволяють виробникам та споживачам зв'язатися безпосередньо, зменшуючи витрати на посередництво.

Міжнародний ринок харчових продуктів продовжує розвиватися та змінюватися. Учасники ринку повинні зосередитися на змінах у споживацьких уподобаннях та використовувати нові технології для підвищення ефективності виробництва та зменшення витрат. Крім того, виробники повинні зосередитися на створенні продуктів, які відповідають зростаючому попиту на органічні та функціональні продукти. Для цього вони можуть використовувати нові інгредієнти та технології виробництва.

Окрім того, важливо враховувати культурні та релігійні особливості різних регіонів світу при розробці та маркетингу харчових продуктів. Наприклад, деякі релігії мають обмеження на вживання деяких інгредієнтів, що може обмежити ринок для певних продуктів.

Загалом, міжнародний ринок харчових продуктів є динамічним та змінюється швидко. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, учасники ринку повинні бути готові до змін та використовувати нові можливості, які пропонує ринок. Наші дослідження вказують на те, що ринок продовжуватиме зростати, тому виробники та інвестори повинні бути готові до вкладення коштів в цей сектор.

Література

- 1) http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/496/1/inovaciyna_diyalnist-mikituk_a5.pdf
- 2) <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13344/1/food%20market.pdf>
- 3) <https://knute.edu.ua/file/MTc=/1e8a62d3ca6647b78fd23992ec0eb32d.pdf>

- 4) https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/55.pdf
- 5) <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7554954/>
- 6) <https://www.metabolic.nl/publication/global-food-system-an-analysis/>
- 7) https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2017d5_en.pdf
- 8) https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/dtll_cb_Food%20Value%20Chain_Global%20POV.pdf

Мусійко І.С.,

«Міжнародні економічні відносини», 5 курс
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри європейської економіки і бізнесу Гончарова А. О.

ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ: АНАЛІЗ НАСЛІДКІВ ТА ПЕРСПЕКТИВ ВІДНОВЛЕННЯ

За останні роки, війна на сході України стала головною причиною зменшення обсягів авіаперевезень через Україну та збільшення конкуренції на регіональних ринках. Конфлікт на сході України, що почався у 2014 році, мав значний вплив на різні сфери життя країни. Однією з таких сфер є міжнародний ринок авіаперевезень. Війна призвела до зміни попиту на авіаперевезення, що в свою чергу вплинуло на виробництво і збут повітряних суден, а також на кількість рейсів та маршрутів, що обслуговуються авіакомпаніями.[1]

Одним з найбільших викликів стала зміна географії польотів. Унаслідок війни, було обмежено можливість проведення авіаперельотів над територією України, що призвело до того, що деякі рейси були перенесені на інші маршрути або скасовані. Від цього постраждало не тільки українське авіапідприємство, а й авіакомпанії з інших країн, що мали рейси через Україну.

Також варто зазначити, що збільшення військово-політичної напруги у регіоні призвело до погіршення економічної ситуації в країні, що може вплинути на споживчі властивості населення та попит на авіаперевезення.[2]

По-перше, зменшення пасажиропотоку та вантажопотоку через українські аеропорти створює виклики для українських та іноземних авіакомпаній, які мають рейси до України або через неї. Зменшення пасажиропотоку стало прямим наслідком того, що багато людей перестали подорожувати через Україну через страхи та обмеження, пов'язані зі збройним конфліктом. Зменшення вантажопотоку стало результатом того, що багато компаній перестали використовувати українські аеропорти для перевезення своїх товарів через те, що це стало небезпечним та незручним.

По-друге, збільшення конкуренції на регіональних ринках може призвести до зниження цін на авіаперевезення та збільшення конкуренції на міжнародному ринку авіаперевезень. Багато авіакомпаній змушені були переглянути свої маршрути та залучити нові ринки, що вплинуло на міжнародний ринок авіаперевезень. Збільшення конкуренції на

Наукове видання

**ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПСЛЯВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції**

(17 квітня – 20 травня 2023 р.)

Видано в авторській редакції

Підп. до друку 06.06.2023. Формат 60×84/8.

Друк. арк. 17,75. Зам. 23-5780.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, м. Київ, проспект Берестейський, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

E-mail: litera_kneu@ukr.net

АНОТАЦІЯ

Винник О.О. Розвиток міжнародного ринку харчових продуктів. – Рукопис.

Кваліфікаційна магістерська робота за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», 2023

Магістерська робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів сучасних особливостей розвитку міжнародного ринку харчових продуктів міжнародного ринку харчових продуктів. Обґрунтовано перспективи розвитку світового ринку харчових продуктів в умовах глобалізації.

Розкрита сучасна структура світового ринку харчових продуктів, механізм регулювання міжнародного ринку харчових продуктів. Проаналізовані сучасні тенденції світового ринку харчових продуктів. Виявлено роль та значення суб'єктів на міжнародному ринку харчових продуктів.

Окреслено перспективи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів в умовах глобалізації. Запропоновано шляхи розвитку міжнародного ринку харчових продуктів.

Ключові слова: міжнародний ринок, харчові продукти, стратегії розвитку, технології виробництва, інновації на міжнародному ринку, експорт, імпорт, потреби споживачів, якість харчових продуктів, продовольча безпека, маркетингові стратегії, конкурентоспроможність, стандартизація харчової промисловості.

ANNOTATION

Vynnyk O.O. Development of the international food market. - Manuscript.

Qualifying master's thesis on specialty 292 "International economic relations", 2023

The master's thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of the modern features of the development of the international food market. The prospects for the development of the world market of food products in the conditions of globalization are substantiated.

The modern structure of the global food market, the regulation mechanism of the international food market is revealed. Current trends in the global food market are analyzed.

The prospects for the development of the international food market in the conditions of globalization are outlined. Ways of development of the international market of food products are proposed.

Key words: international market, food products, development strategies, production technologies, innovations in the international market, export, import, consumer needs, quality of food products, food safety, marketing strategies, competitiveness, standardization of the food industry.

ЗГОДА **на обробку персональних даних**

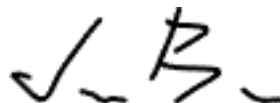
Я, Винник Олег Олегович

народився 19 травня 2001 року, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини» кафедри європейської економіки і бізнесу, денної (очної) форми навчання, факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 року № 2297-УІ, шляхом підписання цього тексту, даю згоду Київському національному економічному університету імені Вадима Гетьмана та Міністерству освіти і науки України на:

- обробку моїх персональних даних: прізвище, ім'я, по-батькові, дату народження, місце та форму навчання, з метою забезпечення реалізації адміністративно-правових відносин, відносин у сфері бухгалтерського і податкового обліку пов'язаних зі здійсненням заходів щодо виявлення та запобігання академічному плагіату;
- зберігання кваліфікаційної магістерської роботи в електронному архіві Університету (iRKNEU), розміщення її в бібліотечних репозитаріях та в інформаційних базах даних, що використовуються для перевірки робіт на наявність академічного плагіату.

Мої персональні дані, на обробку яких я даю цю згоду, можуть бути передані третім особам тільки у випадках, передбачених законодавством України.

8 грудня 2023 року



Винник О.О