

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри бізнес-аналітики  
та цифрової економіки

\_\_\_\_\_ Наталія КАСЬЯНОВА  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

**Тема: «Підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних  
сільгоспвиробників»**

**Виконавець:** ЮР Олена

**Керівник:** к.е.н., доцент МАРИНА Анна

**Консультанти з розділів:**

Розділ 1: к.е.н., доцент МАРИНА Анна

Розділ 2: к.е.н., доцент МАРИНА Анна

**Нормоконтролер із ЄСКД (ЄСПД):**  
ст. викладач Юлія ДИЯК

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки  
Спеціальність 051 «Економіка»  
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри бізнес-аналітики  
та цифрової економіки

\_\_\_\_\_ Наталія КАСЬЯНОВА  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

### **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Здобувача: ЮР Олени

Тема роботи: «Підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників» затверджена наказом ректора № 506/ст від 13.04.2023 р.

1. Термін задачі закінченої роботи на кафедрі: 16.06.2023 р.
2. Вихідні дані до роботи: наукові публікації з питань міжнародної конкурентоспроможності підприємств, методів та інструментів її підвищення, особливостей конкурентної боротьби в сільському господарстві, статистичні дані, аналітичні огляди та звіти щодо розвитку сільського господарства у світі та Україні, звітність вітчизняних сільськогосподарських підприємств.
3. Зміст дослідження: критичний огляд наукових публікацій з тематики кваліфікаційної роботи та підготовка розділу «Теоретичні засади забезпечення міжнародної конкурентоспроможності агропромислових підприємств»; здійснення аналітичного огляду стану розвитку вітчизняного та світового сільськогосподарського сектору; дослідження рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників та визначення напрямів її підвищення за матеріалами ТОВ «Кернел-ЛТД».
4. Перелік обов'язкових демонстраційних матеріалів: 14 слайдів, що відображають основні змістовні результати проведеного дослідження за теоретичним та аналітичним розділами.

## 5. Календарний план-графік

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	13.04.2023	
2.	Огляд літератури за темою роботи та підготовка першого розділу роботи	14.04.2023-30.04.2023	
3.	Аналіз розвитку сільського господарства у світі	01.05.2023-07.05.2023	
4.	Оцінка розвитку сільського господарства в Україні	08.05.2023-14.05.2023	
5.	Дослідження рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняного агропідприємства	15.05.2023-28.05.2023	
6.	Оформлення другого розділу роботи	29.05.2023	
7.	Підготовка змістовних частин роботи та остаточне оформлення	30.05.2023-04.06.2023	
8.	Подання завершеної кваліфікаційної роботи для перевірки на плагіат і нормоконтроль	05.06.2023	
9.	Розробка слайдів та написання доповіді	06.06.2023-12.06.2023	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	13.06.2023	
11.	Корегування роботи за результатами попереднього захисту	14.06.2023-15.06.2023	
12.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи та слайдів	16.06.2023-18.06.2023	
13.	Підписання відгуку та рецензії	19.06.2023	
14.	Захист кваліфікаційної роботи у ДЕК	20.06.2023	

6. Дата видачі завдання: 13.04.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Анна МАРИНА

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Олена ЮР

## РЕФЕРАТ

**ЮР Олена. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників.** – Кваліфікаційна робота зі спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Міжнародна економіка». Національний авіаційний університет Міністерства освіти і науки України, м. Київ, 2023.

Кваліфікаційна робота містить 103 сторінки, 20 таблиць, 10 рисунків, список використаних джерел з 82 найменування.

Об'єкт дослідження – процес формування та підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних та науково-практичних аспектів щодо забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників.

Мета дослідження – визначення напрямків підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників на основі дослідження сучасних тенденцій розвитку сільського господарства у світі та особливостей забезпечення конкурентоспроможності у галузі.

При написанні роботи використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: групування та систематизації, логічного узагальнення, формулювання висновків з проведених досліджень, методи економічної статистики для характеристики розвитку сільського господарства, коефіцієнтний метод для аналізу фінансового стану підприємства, методи SWOT та PEST аналізу, методи оцінки конкурентоспроможності.

***Ключові слова:** міжнародна конкурентоспроможність, вітчизняні сільгоспвиробники, сільське господарство, інноваційно-інвестиційні інструменти, агропромислові підприємства.*

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	10
1.1. Сутність, складові та характерні риси міжнародної конкурентоспроможності підприємств.....	10
1.2. Особливості забезпечення конкурентоспроможності в сільському господарстві.....	21
1.3. Інноваційно-інвестиційні інструменти забезпечення міжнародної конкурентоспроможності у сільському господарстві .....	33
Висновки до розділу 1 .....	43
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬГОСПВИРОБНИКІВ .....	45
2.1. Аналіз розвитку сільського господарства у світі.....	45
2.2. Оцінка розвитку сільського господарства в Україні.....	57
2.3. Діяльність вітчизняних сільгоспвиробників на світовому ринку.....	68
2.4. Оцінка та напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД» .....	79
Висновки до розділу 2 .....	89
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	95

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному світі, де глобалізація перетворює економічну сферу від національної до міжнародної, питання підвищення міжнародної конкурентоспроможності стають надзвичайно актуальними для всіх галузей господарства, включаючи сільське господарство. Сільськогосподарський сектор є важливою складовою економіки багатьох країн і відіграє ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки, збалансованого розвитку регіонів та підтримки сільськогосподарського населення. Проте, в умовах зростаючої конкуренції на світових ринках, вітчизняні сільськогосподарські виробники стикаються з низкою викликів, які обмежують їх можливості на міжнародному рівні. Ці виклики включають високі стандарти якості та безпеки продукції, торговельні бар'єри, незабезпеченість доступом до ринків, зміни кліматичних умов, зростання вартості виробництва та інші фактори, що впливають на конкурентоспроможність.

Для підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських виробників необхідно прийняти комплексні заходи, спрямовані на модернізацію галузі, підвищення якості продукції, розширення міжнародних ринків збуту та використання сучасних технологій виробництва. Крім того, необхідно стимулювати наукові дослідження та інноваційні розробки, сприяти впровадженню сучасних агротехнологій та ефективному управлінню сільськогосподарськими підприємствами.

Одним із головних напрямків розвитку є підвищення якості продукції. Сучасні споживачі все більше звертають увагу на походження продуктів, їхню екологічність, безпеку та харчову цінність. Тому виробники повинні вдосконалювати технології вирощування, використовувати природні методи боротьби зі шкідниками та хворобами, дотримуватися вимог стандартів безпеки та якості.

Розширення міжнародних ринків збуту також грає важливу роль у

підвищенні конкурентоспроможності. Вітчизняні виробники повинні активно працювати над знаходженням нових ринків та розширенням існуючих. Для цього важливо дотримуватися міжнародних стандартів торгівлі, досліджувати специфіку ринків, а також розробляти стратегії маркетингу та просування продукції.

Використання сучасних технологій виробництва є необхідною умовою для підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Впровадження автоматизованих систем, роботизація процесів, використання штучного інтелекту та аналізу даних допомагають знизити витрати, підвищити якість продукції, зменшити вплив негативних факторів на вирощування та покращити управління виробництвом.

**Метою роботи** є визначення напрямків підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників на основі дослідження сучасних тенденцій розвитку сільського господарства у світі та особливостей забезпечення конкурентоспроможності у галузі.

**Завдання роботи полягають у:**

визначити сутність, складові та характерні риси міжнародної конкурентоспроможності підприємств;

узагальнити особливості забезпечення конкурентоспроможності в сільському господарстві;

дослідити інноваційно-інвестиційні інструменти забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств у сільському господарстві;

проаналізувати розвиток сільського господарства у світі;

оцінити розвиток сільського господарства в Україні;

обґрунтувати діяльність вітчизняних сільгоспвиробників на світовому ринку;

оцінити та встановити напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД».

**Об'єктом** дослідження виступає процес формування та підвищення

рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників.

**Предметом** дослідження є сукупність теоретико-методичних та науково-практичних аспектів щодо забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільгоспвиробників.

**Апробація отриманих результатів.** Результати дослідження, що включені до кваліфікаційної роботи, оприлюднені на конференціях:

1. Юр О. С., Литвин О. Є. Інновації як метод забезпечення стійкого розвитку сільського господарства. Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології : Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 3 берез. 2023 р. Київ, 2023. С. 183–185.

2. Юр О. С., Марина А. С. Дослідження міжнародної конкурентоспроможності агропромислових підприємств. Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології : Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 3 берез. 2023 р. Київ, 2023. С. 186–190.

3. Марина А. С., Юр О. С. Сучасний стан агропромислового комплексу України. Фінанси, облік та оподаткування: теорія і практика : Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., м. Київ, 24 листоп. 2022 р. Київ, 2022. С. 131–134.

4. Yur O. S., Lytvyn O. E. Trends in the development of agriculture in Ukraine in the context of digitalization and eurointegration. Проблеми та перспективи підприємницьких структур за умов нестійких процесів розвитку економік : Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 6 квітня 2023 р. Київ, 2023.

5. Марина А. С., Юр О. С. Сутність конкурентоспроможності підприємства. Перспективи сталого розвитку в умовах глобалізації в економічному, управлінському та інженерному аспектах : Міжнар. науково-практ. конф., м. Запоріжжя, 4 листоп. 2022 р. Запоріжжя, 2022. С. 34–35.

При написанні роботи використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: групування та систематизації, логічного узагальнення, формулювання висновків з проведених досліджень, методи економічної статистики для характеристики розвитку сільського господарства,



коефіцієнтний метод для аналізу фінансового стану підприємства, методи SWOT та PEST аналізу, методи оцінки конкурентоспроможності.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові публікації з питань забезпечення міжнародної конкурентоспроможності, особливостей конкурентної боротьби в сільському господарстві на міжнародному рівні, використання інноваційно-інвестиційних інструментів для підвищення конкурентоспроможності, статистичні дані та аналітичні звіти щодо розвитку світового ринку сільськогосподарських продуктів, розвитку сільського господарства, статистичні дані та огляди щодо функціонування вітчизняного сільськогосподарського сектору, звітність вітчизняних агропромислових підприємств, матеріали мережі Інтернет.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

### 1.1. Сутність, складові та характерні риси міжнародної конкурентоспроможності підприємств

За сучасних умов економічної діяльності, обумовлених розвитком глобалізаційних, інтеграційних та політичних процесів, наслідками пандемічних впливів та карантинних обмежень, виробники продукції постійно перебувають під ринковим тиском. Питання підтримки та підвищення конкурентного стану в цій ситуації є дуже актуальним для майбутнього розвитку підприємств [1].

Вихідним, в концептуальному плані, поняттям є «конкуренція», оскільки, по-перше, вона є основною ланкою у функціонуванні ринкової економіки та, по-друге, для досягнення соціально-економічного розвитку суспільства необхідно вирішити проблему забезпечення конкурентних позицій підприємств на світовому ринку [2].

Поняття «конкуренція» (в торгових відносинах) являє собою процес взаємодії між різними суб'єктами господарювання, які пропонують товари або послуги на ринку, з метою отримання максимального прибутку шляхом здобуття більш вигідних умов виробництва. Здатність суб'єкта господарювання, що характеризує його можливість та спроможність витримувати темпи конкурентної боротьби та задовольняти потреби клієнтів, за такої умови, визначає економічна категорія «конкурентоспроможність». Сутнісні положення категорії свідчать про важливість розуміння тенденції у конкурентному середовищі, які визначають складові успіху підприємства.

Поняття «міжнародна конкурентоспроможність» використовується до

продукції (товарів, робіт та послуг), виробників або тих, хто провадить сервіси до національних економік, стратегічних союзів та регіонів. Дане твердження є багатограним та багатоаспектним, що у першоджерельному значенні означає змагання, суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів [1].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це потенціал підприємства успішно конкурувати з іншими на зовнішньому ринку. Визначається ефективністю виробництва та здатністю до впровадження нових технологій, які забезпечують якість продукції, її конкурентоздатність та відповідність вимогам міжнародних стандартів.

Розвиток концептуальних підходів до характеристики твердження забезпечення міжнародної конкурентоспроможності бере початок із наукових праць таких вчених, як А. Сміт [3], Д. Рікардо [4], К. Маркс [5], М. Портер [6] та інших.

Перші теоретичні твердження на тему конкурентного суперництва були сформовані в середині XVIII ст., представниками класичної економіки. Ключову роль зіграла теорія А. Сміта про абсолютні переваги. Він довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці й капіталу між галузями та теоретично розробив модель досконалої конкуренції [7].

Далі ідея цінового регулювання ринку за допомогою конкуренції була розвинута Д. Рікардо, також була розроблена модель досконалої конкуренції [4], К. Маркс доповнив її з позиції закону вартості [5].

М. Портер, професор Гарвардського університету, вважається одним із засновників сучасної концепції підтримки міжнародної конкурентоспроможності. Відповідно до його теорії, рівень конкуренції на внутрішньому ринку прямо впливає на міжнародну конкурентоспроможність підприємства. Тобто чим більш інтенсивною є конкуренція всередині країни, тим набагато більше зусиль підприємство повинне прикладати для забезпечення конкурентних переваг на міжнародному ринку, що, відповідно, сприятиме швидкому досягненню власної міжнародної

конкурентоспроможності.

На думку М. Портера, базовими детермінантами досягнення міжнародної конкурентоспроможності підприємства є особливості попиту на ринку, фактори виробництва, стан розвитку суміжних галузей та стратегія підприємства в залежності від ситуації на зовнішньому ринку. Ці критерії перебувають у постійній взаємодії та утворюють систему – «ромб національних переваг», яку Портер доповнив ще двома критеріями – дії уряду країни та випадок. Він вважає, що випадкові події, такі як винаходи, нововведення, технологічні розробки, інновації та зміни стану попиту на міжнародному ринку мають значний вплив, поряд із діями уряду країни можуть впливати на детермінанти забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства, навіть у стані обмежень.

Дослідження М. Портера стали базою для теоретичного обґрунтування та подальшого вивчення процесу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності, що знаходять своє відображення у наукових працях сучасних вчених [6, 13].

Наявні підходи сучасних науковців до трактування дефініції «міжнародна конкурентоспроможність» наведено в табл. 1.1.

З різних точок зору наукові розробки описують процес забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Такі вчені, як Р. С. Решетнік [7] і О. Є. Бойко [8], вважають, що ключовим фактором є здатність підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Інші науковці, такі як А. Б. Альохін [9] та А. І. Осадчук [10], виділяють основним здатність підприємства створювати власні конкурентні переваги внаслідок використання наявних ресурсів.

В. В. Стадник, Г. О. Соколюк та М. А. Йохна [11] вважають, що досягнення міжнародної конкурентоспроможності є результатом створення та реалізації товарів та послуг, які можуть успішно конкурувати на міжнародному ринку, використовуючи доступні ресурси.

Сучасні підходи до трактування дефініції  
«міжнародна конкурентоспроможність»

Автор	Зміст визначення
А. І. Осадчук [10]	Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності досягається через наявні або потенційні конкурентні переваги перед конкурентами в умовах конкурентної боротьби на міжнародному ринку.
М. В. Малихіна [12]	Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку формується його конкурентними перевагами у використанні ресурсощадних технологій, удосконалення кваліфікації трудових ресурсів та шляхом інформатизації підприємства.
О. Є. Бойко, Р. С. Решетнік [8]	Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності – це результат досягнення якісних характеристик продукції підприємств та структурних змін в товарній номенклатурі в порівнянні з однорідними товарами конкурентів.
В. В. Стадник, М. А. Йохна, Г. О. Соколюк [11]	Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності досягається завдяки створенню і реалізації на міжнародному ринку продукції з вищою споживчою цінністю в порівнянні з конкурентами, при цьому враховуючи доступність ресурсів і стандарти якості.
А. Б. Альохін [9]	Міжнародна конкурентоспроможність формується за умов забезпечення продуктивного процесу функціонування та застосування власних можливостей підприємства в умовах міжнародної конкуренції.

*Джерело: складено автором на основі джерела [13]*

М. В. Малихіна [12] підкреслює, що конкурентні переваги можуть бути сформовані на основі застосування ресурсощадних технологій, підвищення рівня кваліфікації персоналу та інформатизації підприємства.

Отже, залежно від конкретної точки зору, міжнародна конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена різними способами, але в кожному випадку важливо враховувати фактори, які сприяють створенню конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Як і підходи до трактування сутності міжнародної конкурентоспроможності, різняться підходи науковців й у відношенні виділення сутнісних характеристик даного явища. Узагальнюючи наявні погляди, можна виділити наступні сутнісні характеристики міжнародної конкурентоспроможності (рис. 1.1): відносність, комплексність, інтегральність, об'єктивність, раціональність, відповідність, динамічність, інноваційність.

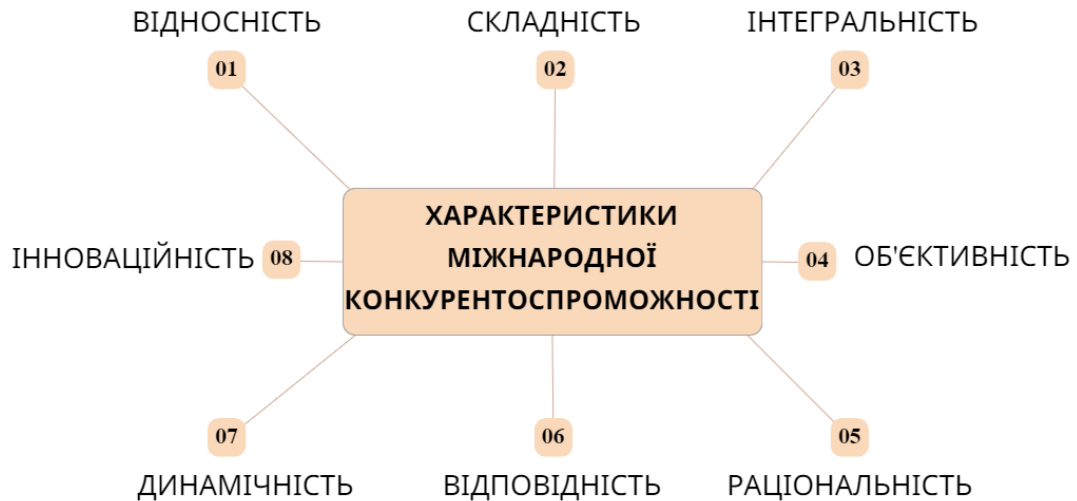


Рис. 1.1. Характеристики міжнародної конкурентоспроможності

*Джерело: складено автором на основі джерела [13]*

1. Відносність. Конкурентоспроможність підприємства завжди вимірюється шляхом порівняння з його конкурентами, ізольоване визначення конкурентоспроможності підприємства є неможливим.

2. Комплексність. Конкурентоспроможність підприємства, як правило, оцінюється не за одним показником, а за комплексом показників.

3. Інтегральність. Хоча конкурентоспроможність підприємства оцінюється за комплексом показників, менеджменту підприємства необхідно розуміти загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства, оскільки недоліки по одних показниках можуть повністю компенсуватися перевагами інших критеріїв.

4. Об'єктивність. Економічна система постійно розвивається та інтегрується в міжнародну спільноту, що відображається в об'єктивному процесі, який є неперервним та динамічним.

5. Раціональність. Передбачається, що ресурси повинні бути використані продуктивно та ефективно в міжнародному контексті розподілу праці.

6. Відповідність. Здатність вітчизняних підприємств продукувати продукцію, яка відповідає міжнародному попиту, в умовах вільної

конкуренції.

7. Динамічність. Оскільки конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, то вона змінюється з часом залежно від дій конкурентів, що вимагає оцінки конкурентоспроможності підприємства не у статиці, а в динаміці.

8. Інноваційність. Високий рівень науково-технічного прогресу (далі – НТП) є ключовою визначальною характеристикою економічного розвитку, яка забезпечує стійкий ріст держави та її підприємств.

Концепція міжнародної конкурентоспроможності базується на теоретичному обґрунтуванні та охоплює основні принципи, які підприємства повинні дотримуватися для досягнення конкурентних переваг у міжнародному суперництві, а саме [13]:

1) конкурентна перевага формується на основі нововведень, удосконалень та змін;

2) конкурентна перевага виникає в результаті ефективного використання всіх компонентів системи створення цінності, яка містить в собі процес виготовлення товарів чи послуг, їх застосування, та охоплює стейкхолдерів підприємства (постачальників, покупців, посередників);

3) конкурентна перевага забезпечується шляхом постійної оптимізації;

4) зміцнення конкурентної переваги вимагає постійних удосконалень її джерел, що може виникнути на будь-якому етапі ланцюжка створення цінностей, починаючи зі створення товару чи послуги та завершуючи сервісним обслуговуванням;

5) підтримка переваги, пов'язаної з базуванням у своїй країні, потребує глобального підходу до стратегії, тому що підприємство неспроможне тривалий період часу зберігати конкурентну перевагу в міжнародній конкуренції, якщо не застосовує і не розширює свої переваги.

З урахуванням даних характеристик конкурентоспроможність підприємства може визначатись як інтегральна відносна характеристика

підприємства, що показує його стан відносно конкурентів за певними критеріями та характеризує ступінь конкурентної переваги над ними за різними параметрами (або, навпаки, перевагу конкурентів) у певний проміжок часу. Така конкурентна перевага забезпечуватиме, з одного боку, спроможність підприємства протистояти на ринку іншим виробникам аналогічної продукції сьогодні та в майбутньому, а з іншого – характеризує ефективність виробничо-господарської діяльності [15].

Конкурентні переваги за формами виникнення поділяються на зовнішні, що формулюють ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживачів, та внутрішні, які базуються на функціональних сферах діяльності підприємства. Репутація підприємства на ринку, співвідношення ціни та якості продукції, властивості сервісного обслуговування споживачів, сприйняття покупцями інновацій підприємства – це вираження зовнішньої конкурентної переваги фірми. Зі свого боку, внутрішні конкурентні переваги охоплюють управлінську, виробничу, маркетингову, фінансову, інвестиційну та інноваційну діяльність.

Забезпечення конкурентних переваг залежить від наступних чинників (рис. 1.2):

- 1) відмінна якість, що являє собою досить високу цінність для покупців внаслідок зменшення їхніх витрат;
- 2) ефективне та раціональне використання всіх видів ресурсів та їх оптимальне структурне співвідношення;
- 3) поява нових технологій;
- 4) нові потреби покупців;
- 5) поява нового сегмента галузі внаслідок освоєння нової продукції;
- 6) зміна вартості чи складових виробництва;
- 7) зміна державного регулювання в таких напрямках, як стандарти, охорона навколишнього середовища;
- 8) темпи створення та реалізації інновацій;
- 9) модернізація власного виробництва;



10) ключові компетенції – унікальна навичка чи технологія, що створюють виняткову цінність для споживачів.



Рис. 1.2. Чинники забезпечення конкурентних переваг

*Джерело: складено автором на основі джерела [15]*

В умовах глобальної конкуренції конкурентна перевага підприємства забезпечується її діяльністю на всіх ринках. Водночас конкурентні переваги, які підприємство здобуло на внутрішньому ринку, доповнюються перевагами, які з'явилися під час здійснення міжнародних операцій.

Завдяки прерогативам у наявних ресурсах чи перевагам, які забезпечують операційну ефективність, можна здобути лише тимчасовий результат, тому необхідно сконцентруватись на унікальному позиціюванні компанії та орієнтації на унікальні види діяльності. Саме це дозволить здобути довгострокові конкурентні переваги [15].

М. Портер виділяє два види конкурентних переваг підприємства: конкурентні переваги, які спричинені більш низькими витратами підприємства та конкурентні переваги, які викликані диференціацією продукції підприємства, що покращує їхню споживчу цінність [6].

Під впливом турбулентності зовнішнього середовища конкурентні

переваги підприємства можуть зменшуватися або зовсім зникати. Визначальними причинами втрати конкурентних переваг є: зниження інвестиційної привабливості підприємства та її інноваційного потенціалу, погіршення факторних умов (збільшення витрат, зниження кваліфікаційного рівня працівників тощо), зниження здатності до адаптації (використання застарілого обладнання, повільні темпи створення нової продукції тощо), зниження конкуренції на ринку, невисокі доходи основних груп населення країни, що призводить до зниження вимогливості до якості продукції та її різноманітності [15].

Конкурентоспроможність пов'язана з комплексом показників, які дають змогу визначити відносні сильні та слабкі сторони підприємства. До основних показників відносять економічний потенціал (рентабельність, активи, основний капітал, темпи зростання прибутку та продажів тощо), фінансовий стан (платоспроможність, кредитоспроможність, структура капіталу та інші), збутовий потенціал (обсяг асортименту продукції, рівень автоматизації та технології процесу збуту, наявність товарних запасів тощо), імідж підприємства, організаційна структура, менеджмент організації, кваліфікованість кадрів та ринкова стратегія [16].

Компанії, які мають високий рівень конкурентоспроможності, стабільно працюють у взаємодії з клієнтами, постачальниками, зовнішнім середовищем, піклуються щодо проблем навколишнього соціуму, впроваджують інновації та завдяки цьому отримують вищі темпи зростання з погляду на продажі та доходи, кращу рентабельність від інвестицій, більшу частку ринку та доступ до нього порівняно з менш конкурентоспроможними компаніями.

Зміни в міжнародній економіці поступово змінили основу промислової конкурентоспроможності від статичної цінової конкуренції до динамічного вдосконалення, коли підприємство повинне придбати маркетингові знання «ноу-хау» для виробництва нішових товарів або послуг, щоб запроваджувати нові інноваційні заходи, які заповнюють приховані проблеми на ринку, що також можна зробити виключно шляхом побудови міцних відносин з усіма

стейхолдерами компанії [14].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства демонструється тоді, коли суб'єкт виходить на зовнішній ринок із власним виробництвом. Рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства коригують дві групи чинників: зовнішні та внутрішні.

Чинники зовнішнього середовища, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємств, поділяються на три групи, а саме:

1) світові економічні чинники, які охоплюють кон'юнктуру міжнародних ринків, коливання валютних курсів, міжнародний поділ праці та міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі;

2) макроекономічні чинники, що включають юридичне регулювання ринкових відносин, фіскальну та митну політику держави, репутацію країни на світовому ринку, динаміку валютних курсів, інтенсивність конкуренції на ринку, попит на товари та послуги, стратегії розвитку секторів економіки, інфраструктурний розвиток, рівень доходів населення, ціну товару чи послуги;

3) галузеві чинники, які містять стратегії розвитку промисловості та їх координація з програмами розвитку суміжних галузей, впровадження та підтримка грантових програм за участі міжнародних фондів і професійних галузевих об'єднань, оцінка результативності функціонування професійних об'єднань у галузі, підтримка запровадження інтеграційних формувань, збільшення інвестиційної привабливості галузі.

Фактори, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємства, які належать до внутрішніх чинників, формуються безпосередньо на підприємстві і є повністю йому підпорядкованими. Щоб отримати позитивний результат для управлінських рішень, підприємство повинно керувати рівнем прояву цих чинників. Таким же чином, існують відмінності в підходах до визначення внутрішніх факторів конкурентоспроможності, а саме: діяльність керівництва та апарату управління підприємством, рівень професійної підготовки та кваліфікації керівного персоналу, організацію та виробничу структуру, систему

технологічного обладнання, систему збуту продукції, наявність ресурсів, виробничих потужностей та потенціалу, фінансове забезпечення, інновації, доступ до якісних та недорогих ресурсів.

Також важливо виокремити міжнародні чинники конкурентоспроможності підприємства, які залежать від зовнішніх умов, вимог міжнародних організацій, ситуації на світових ринках тощо. Дані чинники містять у своєму складі наступні групи факторів:

1) загальноекономічні фактори містять у своєму складі етап циклу розвитку світової економіки, стан світових товарних ринків, зовнішньоекономічну політику інших країн, процес глобалізації конкуренції та світового господарства, зростання інтеграційних процесів у світовому економічному просторі, а також регіоналізацію міжнародної економічної взаємодії тощо;

2) науково-технологічні фактори включають технологічний протекціонізм, який передбачає захист вітчизняних технологій від закордонної конкуренції, технологічну стратифікацію країн, що полягає в розподілі країн на групи залежно від рівня розвитку технологій, звуження відкритого ринку технологій, тобто зменшення доступу до новітніх технологій та формування «технологічних мереж», які об'єднують країни з метою спільного розвитку технологій тощо;

3) військово-політичні фактори охоплюють політику закордонних країн, яка стосується соціально-економічних та політичних перетворень, політичний клімат в країні, рівень міжнародної економічної інтеграції та військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу тощо;

4) інституціонально-економічні фактори пов'язані з вимогами, які ставлять іноземні держави щодо рівня якості, безпеки та екологічності імпортованої продукції, а також з діяльністю міжнародних інституцій та організацій, які впливають на міжнародну економіку тощо.

Конкурентоспроможність підприємства формується під прямим впливом міжнародних чинників, оскільки безпосередньо взаємодіє з

іноземними контрагентами.

Як підсумок, процес забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства досліджували багато вітчизняних та іноземних науковців. М. Портер є одним з провідних фундаторів теорії забезпечення міжнародної конкурентоспроможності, він виділяє основні фактори, що впливають на рівень конкурентоспроможності, такі як рівень попиту на міжнародному ринку, стан розвитку однорідних товарів, вибір потенційної стратегії підприємства та фактори виробництва [13].

Для узагальнення проведеного аналізу інтерпретування сутності процесу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств, доречно буде висловити власне трактування даного процесу з урахуванням сучасних умов діяльності підприємств. На нашу думку, міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це комплексний критерій, що охоплює можливість підприємства ефективно використовувати власні та генерувати нові конкурентні переваги на міжнародному ринку. Цей процес передбачає організаційну, виробничу, інвестиційну, фінансову, маркетингову та інноваційну діяльність з урахуванням сучасних обмежень ресурсів, що дозволяє підприємству утримувати свою конкурентну позицію на ринку.

Також варто зазначити, що рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від факторів, які походять як з зовнішнього, так і з внутрішнього середовища. Ефективне врахування цих факторів забезпечує продуктивну фінансово-господарську діяльність, зменшуючи ймовірність настання фінансових ризиків на підприємстві.

## **1.2. Особливості забезпечення конкурентоспроможності в сільському господарстві**

Масштабність конкурентного суперництва вимагає від підприємства швидко реагувати на зміни, які відбуваються на ринку та шукати інноваційні рішення для здобуття конкурентних переваг, які будуть забезпечувати їх

конкуренентоспроможність. Крім того, в умовах глобалізації вітчизняні підприємства конкурують не тільки на внутрішньому, а й на міжнародному ринку. Тому товаровиробникам необхідно шукати нові шляхи забезпечення стійкості власного бізнесу та його прибутковості. З міркувань практичної ефективності, пошук нових ринків є надзвичайно складним завданням, за допомогою аналізу своїх конкурентних позицій, підприємства можуть визначити свої переваги, обрати ефективну стратегію і тактику поведінки, що відповідають реаліям сучасних ринкових процесів [17].

За даними Європейської комісії [39], впродовж останніх років відбувається збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію, тому забезпечення високого рівня конкурентоспроможності агропромислових підприємств стає все більш актуальним питанням [18].

Конкуренентоспроможність сільськогосподарського підприємства слід розглядати з урахуванням складових галузі, особливостей та факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства і їх продукцію.

Для ефективної діяльності в умовах глобалізації, необхідно брати до уваги складові, які пов'язані з організацією та фінансуванням сільського господарства (рис. 1.3), серед них: ресурси (фінансові, людські, земельні), оснащення, якість продукції, маркетингова політика тощо.

Виробничі ресурси – наявність належної земельної бази, високоякісного насіння, добрив та інших ресурсів, необхідних для виробництва якісної продукції.

Технічне оснащення та інфраструктура – ефективне технічне обладнання, використання передових технологій виробництва, автоматизація процесів можуть значно збільшити продуктивність та знизити витрати на виробництво.

Якість продукції – важливий чинник конкурентоспроможності, виробництво продуктів високої якості, які задовольняють потреби споживачів та відповідають вимогам міжнародних стандартів якості, що сприятиме більшим продажам.

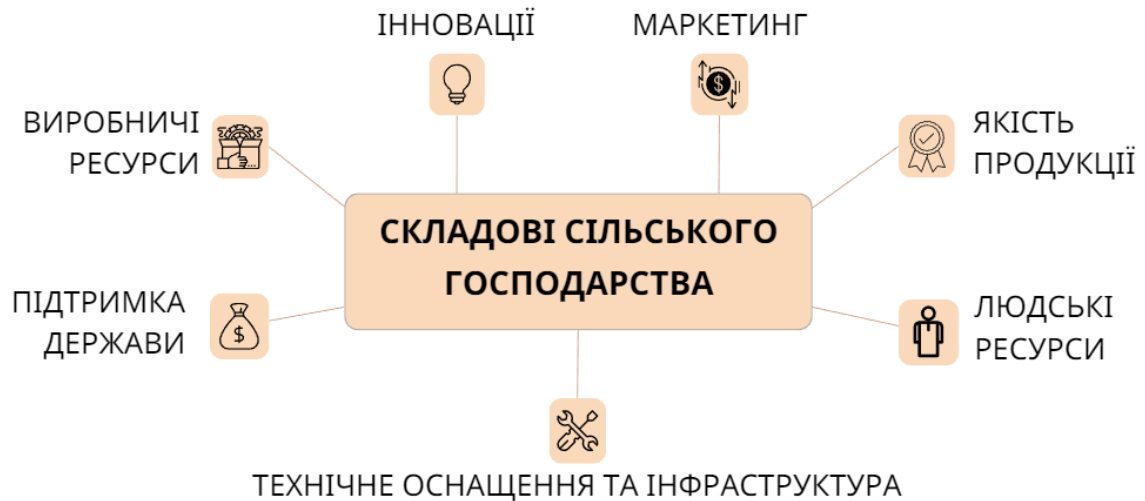


Рис. 1.3. Складові сільського господарства

*Джерело: складено автором на основі джерела [17]*

Маркетинг – ефективна маркетингова стратегія, яка враховує вимоги ринку та споживачів, здатна забезпечити продаж продукції на конкурентній основі, пошук нових клієнтів та підвищення доходів підприємства.

Людські ресурси – наявність висококваліфікованого та досвідченого персоналу, здатних забезпечити ефективне виробництво продукції, збільшує ефективність виробництва та знижує витрати на навчання та підготовку нових працівників.

Інновації – відкриття нових способів виробництва, наукові дослідження, впровадження нових технологій можуть значно покращити конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства.

Підтримка держави – сприяння в доступі до фінансових ресурсів, підтримка наукових досліджень та розвитку інновацій, впровадження заходів для підвищення якості продукції, сприяння в залученні нових технологій та експорту продукції, субсидії, програми та проекти, що спрямовані на розвиток сільського господарства може стати важливим фактором для забезпечення конкурентоспроможності.

Підприємства мають використовувати комплексний підхід до даної галузі, що охоплює розвиток технічної бази, використання передових

технологій виробництва, високий рівень кваліфікації працівників, забезпечення наявністю необхідних ресурсів, підвищення якості продукції, впровадження інновацій, маркетинг, а також державну підтримку.

Аграрна галузь є однією з головних складових економічних систем більшості країн з ринковою економікою. Вона розвивається завдяки використанню широкого спектра сільськогосподарських методів екологізації та застосуванням сучасних методів енергоефективності. Однак, сьогодні вітчизняні виробники сільськогосподарської продукції стикаються з проблемою підвищення конкурентоспроможності, оскільки розвиток аграрного сектору є важливою умовою для європейської та євроатлантичної інтеграції.

Сільське господарство, як вид економічної діяльності, має специфічні властивості, які перешкоджають застосування стандартних методів оцінки конкурентоспроможності. До них відносять: низьку рентабельність аграрного сектору, мінливість кон'юнктури зовнішніх ринків, низьку цінову еластичність попиту, наявність значної кількості товаровиробників, різноманітність структури сільськогосподарського виробництва, тривалість відтворювального циклу та значний період окупності вкладених коштів, низький рівень створеної валової доданої вартості, високий ступінь непередбачуваності результату господарської діяльності, зумовленої залежністю від зміни природно-кліматичних умов, та екологічний фактор. Ці специфічні особливості потребують особливого підходу від вітчизняних сільгоспвиробників до формування конкурентоспроможності [17].

Конкурентоспроможне агропромислове підприємство зобов'язане переважати своїх конкурентів у більш продуктивному використанні ресурсів, мати більш гнучку та адаптивну реакцію на загрози та можливості. Однак, існують чинники, які перешкоджають цьому, такі як незбалансований та нерегулярний потік інвестицій для модернізації виробництва, відсутність реалізації інноваційних технологій, недосконалість управління виробничим процесом та міжгалузевими відносинами, недостатня взаємодія з



підприємствами перероблювання та торгівлі, а також відсутність державної підтримки.

Визначати конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства пропонуємо за наступними критеріями:

- 1) здатність підприємства до ефективного функціонування на внутрішньому та міжнародному ринках;
- 2) спроможність конкурувати з іншими підприємствами на ринку, що мають аналогічну продукцію;
- 3) наявність та одержання конкурентних переваг у порівнянні з іншими підприємствами на основі якості продукції;
- 4) оптимізація виробничих процесів та господарської діяльності;
- 5) наявність комплексної системи ризик-менеджменту;
- 6) здатність підприємства отримувати прибуток у різних проміжках часу;
- 7) рівень впровадження новітніх технологій.

До умов, які забезпечують конкурентоспроможність агропромислового підприємства на ринку відносять ефективне та раціональне використання ресурсів, що дозволяє зберегти та зміцнити свої позиції в конкурентному середовищі та розширювати свою діяльність на нових перспективних ринках. Для досягнення цієї мети, підприємство повинне постійно підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, створювати нові товари та використовувати новітні технології. Створення та реалізація нової продукції та технологій стають ключовими факторами зростання виробництва, зайнятості, зовнішньої торгівлі, залучення інвестицій, підвищення якості продукції, економії трудових та матеріальних витрат і підвищення ефективності. Це визначає конкурентоспроможність компаній та їх продукцію на внутрішньому та міжнародному ринках, покращує соціально-економічну ситуацію. Взаємозв'язок між зростанням інноваційної активності та рівнем конкурентоспроможності компанії може впливати на: реалізацію інноваційного потенціалу компанії, використання передових підходів до

організації виробництва, інноваційні продукти та технічний прогрес, розвиток конкурентних переваг і загальний рівень конкурентоспроможності підприємства [19].

Ще однією важливою умовою є налагодження виробничих процесів та управління. Необхідно забезпечити оптимальну організацію виробництва, контроль за якістю продукції та вчасне прийняття управлінських рішень. Також важливо відповідно вибрати стратегію розвитку та використовувати ефективні маркетингові методики для збуту продукції.

Однак, забезпечення конкурентоспроможності не може бути досягнуто без врахування соціально-економічних та екологічних чинників. Соціально-економічні проблеми, такі як низький рівень життя в сільських районах та нерівність у доступі до засобів виробництва, також впливають на розвиток сільського господарства та його конкурентоспроможність. Необхідно забезпечити рівні умови доступу до ресурсів для всіх сільських жителів, щоб вони мали можливість розвивати свої підприємства та забезпечувати якісну та доступну продукцію.

Також потрібно враховувати екологічні чинники, оскільки від цього залежить не лише здоров'я населення, але і якість та безпека харчових продуктів. Забруднення ґрунтів та водних ресурсів може призвести до погіршення якості продукції та зменшення її конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств має значний вплив на розвиток сільського господарства в цілому. Якщо підприємства конкурентоспроможні, то вони здатні продукувати більше якісної продукції за менші витрати, що дозволяє їм отримувати більший прибуток та інвестувати у розвиток власного бізнесу. Також для підвищення рівня конкурентоспроможності доцільно буде постійно проводити моніторинг позицій на ринку, вивчати слабкі та сильні сторони як власного підприємства, так і конкурентів тощо [20].

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств безпосередньо пов'язана з їх пропозицією на ринку (товари чи послуги) та їх

якістю. Якість сільськогосподарської продукції є складною категорією, оскільки вона має значну різноманітність видів та якісних показників, що визначаються різними факторами. Рівень якості продукції впливає на валове виробництво, витрати, ціну, продуктивність праці, рентабельність та конкурентоспроможність продукції [21].

Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції – це реальна та потенційна здатність підприємства ефективно реагувати на зміни в потребах споживачів, на інновації конкурентів та наявні можливості проектування, перероблення та продажу продукції, яка в загальному більш приваблива за ціновими та якісними характеристиками, ніж продукція конкурентів. Це означає, що підприємство здатне зберігати свою конкурентну позицію на ринку, завдяки своїм здібностям до адаптації та інновацій, а також до виготовлення та продажу якісної продукції [22].

Серед важливих характерних особливостей конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства можна виділити наявність оптимального співвідношення якісних та вартісних показників, досягнення найкращих результатів порівняно з конкурентами та взаємозв'язок із платоспроможним попитом.

На наш погляд, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних сільгоспвиробників може бути досягнуто шляхом застосування наступних заходів:

- 1) стандартизація якості продукції відповідно до міжнародних стандартів з метою збільшення попиту;
- 2) заміна застарілого обладнання на високотехнологічне, що допоможе збільшити виробництво та експорт;
- 3) розробка ефективних програм розвитку сільських територій та розвитку аграрного сектору економіки з метою забезпечення стабільного розвитку сільського господарства в довгостроковій перспективі;
- 4) надання доступних кредитів та залучення інвестицій для сільськогосподарських підприємств;

- 5) підвищення якості та безпеки товарів у харчовій галузі, припинення виробництва продуктів, які містять у своєму складі ГМО;
- б) впровадження новітніх технологій та інновацій у виробництво продукції.

Розробка цих заходів допоможе збільшити конкурентоспроможність аграрної продукції на зовнішньому ринку, а також створити підприємствам власні сировинні ресурси, замкнуті цикли виробництва і збуту продукції. Впровадження прогресивних технологій та інновацій, а також вдосконалення економічних відносин між учасниками ринку дозволять підвищити якість продукції та збільшити обсяги її виробництва [23].

Рівень конкурентоспроможності підприємства залежить від комплексного впливу факторів. Під фактором конкурентоспроможності трактується властивість суб'єкта економіки або зовнішнього середовища впливати на процес і результати його діяльності в умовах постійної конкуренції.

До факторів, які впливають на конкурентоспроможність аграрних підприємств, належать: продуктивність сільськогосподарських угідь, чисельність працівників, капіталовкладення, енергоефективність, продуктивність виробництва, обсяг валової продукції, рівень рентабельності, взаємозв'язок якісних та цінових факторів під час виробництва, а також фінансово-економічні, організаційні та маркетингові чинники та інші [27].

Умовою конкурентоспроможності товару на ринку є наявність комплексу привабливих споживчих, вартісних та якісних властивостей, який в умовах широкої пропозиції задовольняє вимоги покупців та забезпечує успіх товаровиробника. Крім того, існує пряма залежність – рівень конкурентоспроможності продукції прямо впливає на ефективність виробництва, оскільки конкурентоздатний товар завжди знаходить свій ринок збуту та гарантує фінансову стабільність підприємствам. Тому, важливо забезпечити наявність конкурентоспроможного товару, що дозволить виробникам отримувати прибуток та забезпечити успішне функціонування

підприємств.

Вплив зі сторони держави на створення конкурентних переваг товару відбувається як безпосередньо, так і побічно. Безпосередній вплив проявляється через митно-тарифну систему, кредитно-фінансовий механізм, систему стандартизації та сертифікації тощо. Побічний вплив проявляється через стимулювання інноваційної та підприємницької активності регіону, високий рівень управління та організації виробництва на підприємстві, ефективне використання сировинних ресурсів та інше. Фактори конкурентоспроможності продукції, що формуються на рівні державного управління, мають позитивний вплив на зростання конкурентних позицій галузей та організацій. Таким чином, держава впливає на створення конкурентних переваг товару як безпосередньо, так і через різні непрямі механізми, що сприяють стимулюванню розвитку галузей та підприємств.

Найбільш суттєвими для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є фактори, що належать до організаційно-економічного механізму, який є системою взаємопов'язаних цілеспрямованих економічних форм і методів організації виробництва та управління на регіональному та підприємницькому рівнях. Елементами економічного механізму є: ціноутворення, оподаткування, кредитування, фінансування, страхування, підтримка реальних доходів населення та експорт продукції. Організаційні чинники охоплюють рівень підприємницької діяльності, форму господарювання, організацію праці, розвиток кооперації та інтеграцію виробництва, і є важливими складовими успіху сільськогосподарського сектора.

Таким чином, всі фактори взаємодіють між собою і зрештою акумулюються в інтегральному показнику конкурентоспроможності підприємства.

Додатково важливо розрізняти конкурентоспроможність продукції на внутрішньому ринку, що містить в собі витрати на транспортування та інше, швидкість доставлення продукції споживачеві, а також необхідність

забезпечення продовольчої безпеки країни та на зовнішньому ринку, що сприяє розширенню умов експорту та освоєнню нових ринків [24].

При формуванні системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції, конкурентні переваги можна схарактеризувати за такими факторами (рис. 1.4):

1. Природно-ресурсні фактори: природно-географічна зона, якість аграрних біогеоценозів, вміст гумусу в ґрунтах, аграрні особливості тощо.

2. Виробничі фактори: якість та вартість сировини, трудовий потенціал, фінансове забезпечення, основні засоби виробництва тощо.

3. Інноваційно-технологічні фактори: сортова база, системи захисту рослин, маркетингові та логістичні технології, економічні технології управління тощо.

4. Організаційні фактори: управлінські маркетингові структури, моніторингові системи аналізу ринкових ситуацій, інформаційна, нормативна та статистична база, контроль якості та екологічної безпеки продукції, маркетинг (включаючи екологічний та соціальний маркетинг), виробнича та ринкова інфраструктура управління знаннями.

5. Економічні фактори: система оподаткування, механізми фінансування та кредитування, інвестиційно-інноваційна діяльність, економічна (матеріальна) відповідальність, ціноутворення з урахуванням соціальних та екологічних параметрів виробництва, системи страхування продукції, механізми стимулювання ефективного використання ресурсів підприємства тощо [25].

Для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств необхідно реалізувати стратегію, яка полягає у створенні механізму комплексної оцінки управлінських рішень, що впливають на зростання прибутковості та вартості бізнесу. Стратегія для збільшення конкурентоспроможності агропромислових підприємств включає наступні завдання:

1) визначення пріоритетів та збалансування цілей операційної,

інвестиційної, фінансової, маркетингової стратегії підприємства;

2) систематичне та комплексне розв'язування завдань з розробки та оптимізації виробничої, інвестиційної та фінансової політики;

3) ефективне використання матеріальних, фінансових та трудових ресурсів;

4) створення умов для сталого розвитку підприємства.



Рис. 1.4. Фактори формування конкурентних переваг сільськогосподарської продукції

*Джерело: складено автором на основі джерела [25]*

Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність аграрних підприємств, вибір заходів та шляхів повинен ґрунтуватися на особливостях галузі, характеристиках конкретного підприємства та умовах його функціонування.

Одним з найскладніших і капіталомістких напрямів підвищення конкурентоспроможності є відновлення та розвиток виробничого потенціалу агропромислового комплексу (далі – АПК). Це можливо шляхом реалізації заходів у наступних напрямках:

1) формування сучасного кадрового потенціалу галузі;

- 2) проведення інституційних перетворень, розвиток кооперації та інтеграції, систем збуту;
- 3) модернізація техніки та технологій, перехід до інноваційної моделі розвитку сільського господарства;
- 4) відновлення виробництва на занедбаних сільськогосподарських угідь, що мають виробничий потенціал;
- 5) дослідження особливостей потреб ринку продовольства;
- 6) вивчення платоспроможного попиту на продукцію, ринків збуту та формування плану виробництва і продажу товару відповідного обсягу та асортименту;
- 7) детальний аналіз чинників, які впливають на еластичність попиту на продовольчі товари;
- 8) оцінку ризику відсутності попиту на запропоновані товари;
- 9) оцінку якості товару та пошук шляхів її підвищення;
- 10) розробку методів та засобів формування попиту та стимулювання збуту товару на ринку;
- 11) оцінку ефективності виробництва та збуту товарів, а також методів аналізу маркетингових даних і проблем маркетингу [26, 28].

Для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства необхідно не лише розвивати його внутрішній потенціал, але також сприяти розвитку агропродовольчого ринку. На сучасному вітчизняному ринку продовольства спостерігається насиченість та фізична доступність продовольчих товарів, але досить висока монополізація, цінові диспропорції, висока частка імпорту та нерозвиненість інфраструктури.

Проте, врахування специфіки сільського господарства не є достатньою умовою для підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства, оскільки ця проблема має складний характер з багатьма елементами. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств залежить від вдосконалення господарської діяльності, економічних відносин та інвестиційної політики.



### **1.3. Інноваційно-інвестиційні інструменти забезпечення міжнародної конкурентоспроможності у сільському господарстві**

У сучасному світі, де відбувається зростання конкуренції на світовому ринку та змінення умов економічного розвитку, інвестиції та інновації стають ключовими факторами успіху будь-якого господарського сектору, в тому числі й сільського господарства.

Інвестиції забезпечують необхідні фінансові ресурси для розвитку сільського господарства та підвищення його конкурентоспроможності, а інновації дозволяють впроваджувати новітні технології та методи виробництва, забезпечуючи якість продукції та зменшення витрат [36].

У зв'язку з цим, розробка та впровадження інноваційно-інвестиційного механізму для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств в сільському господарстві стає актуальною задачею. Такий механізм може містити в собі різноманітні програми фінансування, іноземні інвестиції, державні дотації та пільги, які сприяють розвитку сільського господарства та наукових досліджень в цій галузі. Запровадження інноваційних технологій та методів виробництва може допомогти збільшити виробничі потужності та покращити якість продукції, що сприятиме збільшенню її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Інноваційно-інвестиційний механізм передбачає створення умов для привабливості інвестицій в сільське господарство та підтримки наукових досліджень та розробок.

Однак, варто брати до уваги, що успіх реалізації інноваційно-інвестиційного механізму залежить не лише від ефективності самого механізму, а й від системи управління в цій галузі, наявності кваліфікованих кадрів, які здатні реалізувати інноваційні проекти, та від готовності самого сільського господарства до змін та використання новітніх технологій.

Також для успішної реалізації інноваційно-інвестиційного механізму необхідно забезпечити взаємодію всіх зацікавлених сторін, зокрема

державних органів, наукових установ, підприємств, фермерів та інвесторів. Важливо також забезпечити прозорість управління фінансовими ресурсами та контроль за їх використанням.

Інноваційно-інвестиційний механізм повинен бути спрямований на стимулювання розвитку екологічної та соціальної відповідальності в сільському господарстві. Це можна зробити за допомогою відповідних інструментів, таких як сертифікація продукції, підвищення екологічної свідомості та навчання фермерів, підтримка соціальних проєктів в сільській місцевості тощо [29, 32].

У сучасних умовах, коли прогресує цифрова трансформація та зростає конкуренція, сільське господарство має значний потенціал до переходу на вищі стандарти якості харчових продуктів та зайняти своє місце, як повноцінний гравець на міжнародному ринку. Основна мета розвитку даної галузі полягає у створенні сучасного, конкурентоспроможного та інноваційного сільськогосподарського комплексу. Глобалізація світової економіки, розповсюдження новітніх інформаційних технологій, наукомісткі виробництва, економічне зростання країн та інші фактори зумовлюють необхідність переходу аграрного сектору до інноваційної моделі розвитку [30].

Аграрні інновації мають свої особливості, що відрізняють їх від інновацій в інших галузях економіки. Ці особливості обумовлені специфікою сільського господарства, такою як сезонність виробництва, земля є основним фактором виробництва, постійна взаємодія з живими організмами (рослинами, тваринами, мікроорганізмами) та високий ризиковий рівень у здійсненні господарської діяльності через залежність від природно-кліматичних умов [31, 82].

Інвестиції в агропромислове підприємство можуть здійснюватися у різних формах залежно від обсягу та природи інвестиційного проєкту, а також від інвесторів. До основних форм інвестицій, що застосовуються в агропромисловому секторі відносять: прямі інвестиції, інвестиційні фонди,

кредитування та лізинг (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Основні форми інвестицій, що застосовуються в агропромисловому секторі

*Джерело: складено автором на основі джерела [32]*

Прямі інвестиції – це вкладення капіталу безпосередньо в активи агропромислового підприємства. Ця форма інвестування може бути реалізована через покупку акцій, внесення вкладів до статутного капіталу підприємства, покупку нерухомості, машин та обладнання, розробку нових технологій тощо;

Інвестиційні фонди – це спеціально створені організації, які залучають грошові кошти від інвесторів з метою інвестування їх у відповідні проєкти. Інвестиційні фонди можуть бути спрямовані на розвиток певних галузей або регіонів, включаючи агропромисловий сектор;

Кредитування – це форма інвестування, при якій інвестор надає грошові кошти агропромислому підприємству в обмін на відсотки за користування кредитом. Кредитування може бути забезпечене різними видами гарантій, такими як забезпечення майном або поручительство;

Лізинг – це форма інвестування, при якій інвестор здійснює покупку необхідного майна або обладнання та здає його в оренду агропромислому

підприємству. У цьому випадку агропромислове підприємство отримує доступ до необхідного обладнання та інших засобів без необхідності придбання їх на повну вартість.

Інвестиції в агропромислове підприємство можуть бути вкладені як в розвиток основної діяльності, так і в додаткові напрямки, такі як розвиток нової продукції, впровадження нових технологій, покращення управління та ефективності діяльності підприємства. Інвестування в агропромисловий сектор може стати ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності підприємства, розвитку нових ринків збуту та підвищення якості та кількості продукції [32].

Шляхом залучення інвестицій сільськогосподарські підприємства мають можливість проводити модернізацію матеріально-технічної бази, будувати нову виробничу інфраструктуру, впроваджувати інноваційні технології та нетрадиційні методи виробництва [33].

До пріоритетних інноваційних напрямків в сільському господарстві відносять:

1. Використання сучасних технологій у сільському господарстві, таких як системи автоматизації та управління, сільськогосподарські роботи, вирощування рослин з використанням гідропоніки та аеропоніки, а також застосування дронів для моніторингу врожаю.

2. Розробка та впровадження нових гібридних та генетично модифікованих сортів рослин, які мають вищу стійкість до хвороб, шкідників та несприятливих умов середовища, а також покращені показники врожайності та якості продукції.

3. Використання сучасних методів обробки та зберігання харчових продуктів, які зберігають високу якість та зменшують втрати продукції, таких як вакуумне упакування, модифікована атмосфера, а також застосування холодильних технологій з використанням сучасних систем управління.

4. Використання енергоефективних технологій у сільському господарстві, таких як використання сонячної та вітрової енергії, біогазу, а

також енергоощадних технологій у будівництві та експлуатації агротехніки.

5. Розвиток системи електронного управління та моніторингу в сільському господарстві, яка дозволяє ефективно відстежувати виробництво та контролювати використання ресурсів, а також забезпечує доступ до потрібної інформації для прийняття рішень.

6. Розробка та впровадження сучасних систем інтегрованого виробництва, що дозволяють забезпечити комплексну обробку землі, вирощування різних культур та виготовлення продуктів на одній території.

7. Розвиток системи відновлюваної сільськогосподарської продукції, яка дозволить зменшити використання хімічних добрив та пестицидів та зменшити негативний вплив на навколишнє середовище.

8. Розробка та впровадження системи цифрового маркетингу та електронної комерції, що дозволить сільськогосподарським підприємствам ефективніше просувати свою продукцію та збільшити продажі через Інтернет.

Сільськогосподарська галузь використовує все більше технологій для автоматизації, цифровізації та раціонального використання ресурсів фермерських господарств. Нові тенденції знаменують перехід до розумного землеробства, яке забезпечує ефективне використання часу та ресурсів, зменшення втрат врожаю та збільшення урожайності. Розумне землеробство базується на використанні Інтернету речей (*Internet of Things, IoT*), комп'ютерного зору та штучного інтелекту (*Artificial Intelligence, AI*). Ця перспективна концепція стає все популярнішою у веденні сільського господарства [34].

Провідними нововведеннями є використання GPS (*Global Positioning System*) / GNSS (*Global Navigation Satellite System*), робототехніка, безпілотні літальні апарати UAV (*Unmanned aerial vehicles*)/Dron, бездротові датчики тощо. Використання безпілотників дозволяє сільськогосподарським підприємствам здійснювати широкий спектр технічних операцій – від зрошення до оцінки якості ґрунту, а також визначати наявність шкідників. Вбудовані камери з датчиками можуть здійснювати прийом

багатоспектральних зображень, виявляти різницю між здоровими та хворими рослинами та сприяти прийняттю ефективних рішень [31].

Відомо, що роботи та дрони допомагають автоматизувати процеси на фермах, що дозволяє зменшувати ручну працю на фермах, наприклад, збір фруктів, боротьбу з бур'янами та дощування. Крім того, знімки, зроблені безпілотниками та супутниками, разом з глобальною системою позиціонування GPS, надають зображення полів з високою роздільною здатністю, що враховує конкретну місцевість. До того ж сенсорні технології, що базуються на інтернеті речей, дозволяють збирати дані про поле в реальному часі, що допомагає фермерам приймати обґрунтовані рішення на підставі точних даних.

В останні роки також поширюється використання точного землеробства та землеробства в закритому просторі (*indoor farming*), що сприяє розвитку IoT у сільському господарстві. Усі ці технологічні інновації разом створюють революційні та стійкі зміни в практиці сільського господарства. Однак, не лише підвищення якості та кількості сільськогосподарських культур і вдосконалення управління тваринництвом є важливими, а й досягнення кінцевої мети у вигляді екологічно раціонального майбутнього.

Також одним з найбільш значущих досягнень є штучний інтелект впровадження якого надає фермерам доступ до цінної інформації про стан поля в режимі реального часу, що сприяє їхній проактивності. Алгоритми AI надають передбачувану інформацію щодо погодних умов, урожайності та цін, що допомагає фермерам приймати обґрунтовані рішення. Алгоритми штучного інтелекту й машинного навчання автоматизують процес розпізнавання аномалій та хвороб у рослин і худоби, що дозволяє вчасно їх виявляти та вживати корекційних заходів. Алгоритми машинного навчання також використовуються у біотехнологіях для рекомендацій щодо генного відбору. Стартапи використовують штучний інтелект для створення інноваційних рішень, що поліпшують якість сільського господарства. Наприклад, нещодавня агротехнологічна інновація – система бачення якості

врожаю (*Harvest Quality Vision, HQV*) – сканує та визначає якість та кількість фруктів та овочів [34].

Як національні пріоритети розвитку інновацій у сільськогосподарському секторі, необхідно активно впроваджувати технології, що дозволяють заощаджувати енергію та ресурси під час виробництва, зберігання і перероблення продукції. Також важливо використовувати новітні технології для забезпечення зростання обсягів виробництва та насичення вітчизняного ринку якісною продукцією. До інших пріоритетів слід віднести застосування екологічно безпечних методів виробництва, розвиток національного машинобудування та забезпечення аграріїв механізмами нового покоління, що відрізняються високою ремонтпридатністю, продуктивністю та довговічністю.

Застосування новітніх технологій у галузі сільського господарства підвищує продуктивність роботи працівників аграрних підприємств та рентабельність їхньої продукції. Сьогодні сільськогосподарські працівники повинні мати більший набір технологічних навичок, ніж будь-коли раніше, оскільки використовуються нові методи поліпшення сільгосптехніки, яка стає все більш комп'ютеризованою.

Реалізація інноваційної політики потребує впровадження сприятливих умов та чинників, які забезпечують успішні перетворення. Якщо аграрні підприємства активно займаються інноваційною діяльністю та систематично впроваджують новітні технології, то це призводить до підвищення їх конкурентоспроможності [31].

До новітніх технологій, зокрема у рослинництві, відносять технології No-till для обробки ґрунту, систему Minitill, органічне землеробство, механізовану збірку деяких видів овочів, крапельне зрошення, використання дронів для контролю за виробничими процесами та GPS-моніторинг сільськогосподарської техніки. У тваринництві застосовуються прогресивні технології утримання та годівлі тварин, системи забою птиці, біотехнології, селекційно-племінна робота, технічне забезпечення та

ресурсоощадних технологій, що ґрунтуються на повній автоматизації процесів, використанні робототехніки, створенні кормової бази та розведенні високопродуктивного поголів'я. Передові техніко-технологічні рішення пов'язані зі селекційною роботою та генною інженерією, органічним землеробством, мікрозрошенням і нанотехнологіями [82].

У світі популярним є продаж та купівля сільськогосподарської продукції онлайн у контексті маркетингової концепції B2C, оскільки це дозволяє отримати більше інформації та прийняти правильне рішення [31].

Сьогодні фермери та підприємці активно впроваджують інноваційні види виробництва, такі як вирощування спецій, лікарських трав, тютюну, різноманітних овочевих та ягідних культур, розведення страусів, декоративних тварин і птиці, хутрових звірів. Однак, обсяг інвестицій в аграрну галузь далекий від оптимального [35].

Лейтмотивом роботи є створення інноваційної системи аграрного сектора, яка забезпечує ефективне впровадження нових технологій у виробництво. Оскільки розвиток цифрового сільського господарства в країнах з розвинутою економікою прискорюється, конкурентоздатність агропромислових підприємств стає дедалі складнішою, тому підтримка держави на завершальному етапі освоєння інновацій є надзвичайно важливою для забезпечення перспективного фінансування інноваційних проєктів (оскільки товаровиробники часто не мають достатньої платоспроможності). Використання інноваційних систем у сільському господарстві може призвести до збільшення прибутків агропромислових підприємств до 15% [30, 35].

Головними чинниками, що стримують використання інновацій та залучення інвестицій у сільське господарство (рис. 1.6), виступають:

1. Недостатня фінансова підтримка. Відсутність достатньої кількості інвестицій та недостатні ресурси можуть перешкоджати впровадженню інноваційних технологій та процесів в сільському господарстві.

2. Відсутність розвинутої інфраструктури. Недостатня розвиненість доріг, транспортної та енергетичної інфраструктури можуть створювати



перешкоди для розвитку сільського господарства та впровадження інноваційних технологій.

3. Недостатня кваліфікація та освіченість фахівців в галузі сільського господарства. Відсутність достатнього рівня знань та навичок може стати перешкодою для впровадження інноваційних процесів та технологій.

4. Відсутність належного регулювання та законодавства. Недостатньо розвинені механізми регулювання та незабезпечені належні правові рамки можуть обмежувати можливості впровадження інновацій в сільському господарстві.

5. Відсутність усвідомлення важливості використання інновацій. Не всі фермери та інші суб'єкти сільського господарства можуть розуміти важливість та переваги використання інновацій та новітніх технологій у своїй роботі. Відсутність такого усвідомлення може затримувати процес впровадження інноваційних рішень та технологій [36].

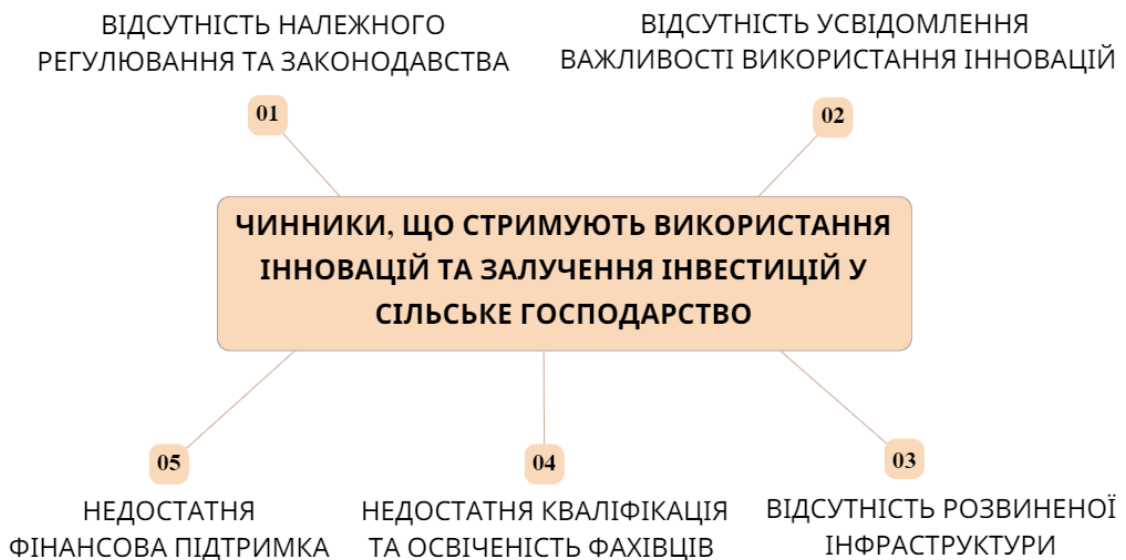


Рис. 1.6. Чинники, що стримують використання інновацій та залучення інвестицій у сільське господарство

*Джерело: складено автором на основі джерела [32]*

Брак фінансових ресурсів – одна з причин, які гальмують інноваційний розвиток за висновками численних експертів. Проте можна зазначити ще

декілька вагомих факторів, які унеможливають його належний розвиток, зокрема: спад платоспроможного попиту на вітчизняну продукцію, непривабливість вітчизняних підприємств для іноземних інвесторів, труднощі з приводу спрямування фінансових потоків на правильні канали, а також інші економічні та політико-правові складнощі. Серед інших причин, які варто наголосити, – це негативний вплив інфляційних процесів, високі процентні ставки за банківські кредити, неплатоспроможність замовників та економічні ризики.

Відсутність науково-технічної співпраці між агробізнесом та галузевими науковими установами та навчальними закладами також є важливою проблемою. Аграрії мають обмежений доступ до результатів наукових досліджень університетів та мало зацікавлені в їхньому використанні та фінансуванні наукових розробок. Водночас вченим важко отримати доступ до багатьох господарських процесів на виробничих об'єктах, що обмежує їх здатність проводити фундаментальні та прикладні дослідження без партнерських відносин [35].

Інноваційний процес у сільському господарстві також відрізняється різноманітністю сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблювання, вагомою різницею в технологіях виробництва, значною диференціацією окремих регіонів країни за агротехнологічними умовами виробництва та залежністю використовуваних у сільському господарстві технологій від природних умов, розсіяністю виробництва на великій території, значною різницею в періодах виробництва різних видів продукції, відокремленістю виробників від наукових установ, що займаються виробництвом науково-технічної продукції, та відсутністю організаційно-економічного механізму для передачі наукових досягнень сільськогосподарським товаровиробникам.

Лише інтегровані агропромислові формування (агрохолдинги) або фінансово стійкі господарства можуть здійснювати комплексні інновації в агросекторі. Більшість підприємств сільського господарства примушена

зосередитися на поетапному вдосконаленні технологій виробництва та зберігання продукції, змінюючи кількість та параметри робочих операцій та підвищуючи якість продукції [33].

Отже, щоб забезпечити активізацію інноваційного розвитку у сільському господарстві, потрібно вжити комплекс заходів, які будуть інституційного, організаційного, інформаційного та фінансового характеру. Серед таких заходів можна виділити розробку довгострокової стратегії інноваційного розвитку агропромислового комплексу (АПК), сприяння залученню іноземних інвестицій, створення регіональних консультаційних центрів з питань інноваційного розвитку, підтримку співпраці аграріїв з науково-дослідними інститутами, стимулювання підприємств до впровадження виробництва власних інноваційних розробок та ресурсоощадних інновацій, розширення напрямів інноваційної діяльності підприємств, збільшення фінансування інноваційної діяльності шляхом бюджетних коштів, розвиток системи інформаційного забезпечення та постійного моніторингу інноваційних процесів [35].

Одним із важливих інструментів для розвитку сільського господарства та впровадження інноваційних технологій є інноваційно-інвестиційний механізм. Однак, для його успішної реалізації необхідно мати ефективну систему управління, наявність кваліфікованих кадрів та забезпечити взаємодію всіх зацікавлених сторін.

## **Висновки до розділу 1**

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства полягає у здатності підприємства ефективно конкурувати на міжнародному ринку, забезпечуючи високу якість своєї продукції та послуг, інноваційність та швидку реакцію на зміни у попиті та умовах ринку. Забезпечення підприємством провідної конкурентної позиції на ринку сприяють його конкурентні переваги підприємства – це сукупність ключових відмінних від конкурентів факторів

успіху. Щоб бути конкурентоздатним на ринку, підприємство зобов'язане генерувати свої конкурентні переваги, застосовуючи нові технології для підвищення своєї позиції на ринку. При цьому потрібно враховувати зовнішні та внутрішні фактори, що допоможе мінімізувати ризики, які можуть завадити діяльності підприємства.

Головні критерії забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції включають ефективне функціонування на ринку, використання новітніх технологій, утримання конкурентних позицій, диверсифікацію виробництва, високу якість продукції та раціональне використання технологій та ресурсів.

Інноваційно-інвестиційний механізм, що забезпечує міжнародну конкурентоспроможність підприємства в сільському господарстві, передбачає впровадження новітніх технологій виробництва, дослідження та розробку нових продуктів, залучення інвестицій для фінансування інноваційних проєктів, вдосконалення системи маркетингу та просування продукції на зовнішніх ринках. Цей механізм забезпечує швидкий розвиток, більшу продуктивність та створення конкурентоспроможної продукції, що своєю чергою сприяє ефективній діяльності підприємства. Для досягнення міжнародної конкурентоспроможності, необхідно вдосконалити систему маркетингу та просування продукції на зовнішніх ринках. Впровадження інновацій та залучення інвестицій є ключовим елементом успішної діяльності сільськогосподарських підприємств, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність та ефективність їхньої роботи.

Отже, забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства в сільському господарстві потребує комплексного підходу, який охоплює впровадження інноваційних технологій, ефективне управління, а також використання інвестиційних ресурсів для розвитку та просування продукції на міжнародному ринку.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ СІЛЬГОСПВИРОБНИКІВ

#### 2.1. Аналіз розвитку сільського господарства у світі

Внаслідок посилення інтернаціоналізації економічної діяльності та зростання взаємозалежності національних економік один від одного, спостерігається жорстка конкуренція між постачальниками сільськогосподарської продукції та продовольства на міжнародних ринках. У процесі формування глобальної економіки відбувається докорінна зміна в розподілі влади та конкуренції між великими групами держав, які об'єднуються в регіональні мегаринки, такі як європейський, північноамериканський, азійський та латиноамериканський, які конкурують за перевагу в основних галузях економіки, включаючи ринок сільськогосподарської продукції [37].

Європейський сільськогосподарський ринок є одним з найбільших і найрозвиненіших ринків у світі, займає провідні позиції у світі виробництва та експорту сільськогосподарської продукції.

Європейський Союз (далі – ЄС) – це економічний і політичний союз 27 європейських країн, що займає приблизно 15-20% світового експорту та імпорту сільськогосподарської продукції. У країнах-членах ЄС сільське господарство регулюється за допомогою Спільної сільськогосподарської політики (далі – CAP), яка була започаткована в 1963 році та базується на трьох основних принципах:

- 1) єдиний ринок, де відбувається вільний потік сільськогосподарських товарів із загальними цінами в межах ЄС;
- 2) переваги продукції на внутрішньому ринку перед імпортом з-за кордону через єдині митні тарифи;

3) фінансова солідарність шляхом спільного фінансування сільськогосподарських програм.

Спільна сільськогосподарська політика ЄС має вагомий вплив на світові ринки агропромислової продукції. ЄС є ключовим учасником переговорів Світової організації торгівлі (далі – СОТ) щодо торгівлі сільськогосподарською продукцією. ERS (European Respiratory Society) займається дослідженнями та аналізом сільськогосподарського сектора ЄС, зокрема з питань, які пов'язаних з політикою, інтеграцією та зобов'язаннями перед СОТ [38].

За даними Європейської комісії [39], сільськогосподарський сектор Європейського Союзу становив близько 1,3% валового внутрішнього продукту (далі – ВВП) ЄС у 2020 році та забезпечує більше ніж 10 млн робочих місць. ЄС є найбільшим світовим експортером зернових, молочних, м'ясних та овочевих культур. За даними Організації Об'єднаних Націй з питань харчування та сільського господарства (далі – ФАО) [40], у 2020 році Європейський Союз виробив понад 177 млн тонн зерна та олійних культур, що становить 17,4% від загального світового виробництва. За даними Євростату [41], у 2020 році ЄС експортував сільськогосподарську продукцію на суму понад 159 млрд євро. Основні країни-експортери сільськогосподарської продукції з Європи – Нідерланди, Німеччина, Франція та Іспанія. Важливим торговельним партнером для ЄС є Україна, особливо в торгівлі сільськогосподарською продукцією. ЄС також є одним із найважливіших торговельних партнерів і конкурентів Сполучених Штатів Америки (США) на світових сільськогосподарських ринках.

Північноамериканський ринок також є значним виробником та експортером сільськогосподарської продукції. Ринок охоплює країни, такі як США, Канада та Мексика, які входять до складу Північноамериканського вільної торгівлі (далі – NAFTA) або його наступника – Угоди США-Мексика-Канада (далі – USMCA). У 2020 році США виробили понад 449 млн тонн зернових культур та олійних насінин, що складає більше ніж 44% світового

виробництва. Крім того, США є провідним виробником м'яса, зокрема яловичини та свинини, а також молока та молочних продуктів. За даними Міністерства сільського господарства США [42], у 2021 році США експортували сільськогосподарську продукцію на суму 164,1 мільярда доларів США. Провідну роль США у світовому ринку сільськогосподарської продукції визначають три чинники, а саме: сприятливі природноресурсні передумови, науково-технічний прогрес та інновації та капіталовкладення, які ініціює і здійснює уряд країни. Найбільші експортери з США – це Канада, Мексика, Японія, Бразилія, Китай, ЄС, Південна Корея та Індія.

Канада також є великим виробником зернових культур, зокрема пшениці та ячменю, а також м'яса та молока. У 2020 році Канада виробила понад 32 млн тонн зерна, що становить близько 3% світового виробництва. США та Канада є провідними експортерами зернових культур та інших продуктів. У 2020 році США експортували понад 146 млн тонн зерна, а Канада – понад 25 млн тон [43].

Попри високий рівень виробництва, азійський ринок сільськогосподарської продукції також є одним з найбільш конкурентоздатних у світі. В Азії знаходиться багато країн, які мають значний сільськогосподарський потенціал, таких як Китай, Індія, Індонезія, Пакистан, Таїланд, В'єтнам та інші. У цьому регіоні вирощуються різноманітні культури, включаючи рис, пшеницю, сою, цукровий тростник, чай, каву, фрукти та овочі. Також в Азії є значні промисловість та виробництво м'яса, зокрема свинини, яловичини та курятини. За даними Міністерства сільського господарства США [42], у 2021 році Китай експортував сільськогосподарську продукцію на суму 159,2 млрд доларів США. У 2020 році Китай виробив понад 660 млн тонн зерна та олійних культур, що становить більш як 64% від загального світового виробництва та був найбільшим виробником цукру та свинини у світі [38]. Головними торговельними партнерами Китаю є Західна Європа, Канада, Австралія, Японія.

Крім того, Японія та Південна Корея є провідними виробниками рису, в

той час, як Індія є провідним виробником цукру, бавовни та тропічних фруктів. Також Японія має великий ринок рибної продукції, а також займає провідну позицію в галузі вирощування рису та винограду. Таїланд є одним з найбільших світових виробників гуми та манго. Основними торговельними партнерами країн Азії є Китай, Японія, Південна Корея та Індія, а також США та ЄС. Водночас внутрішній ринок Азії зберігає свою важливість, оскільки значна частка продуктів виробляється для внутрішнього споживання. Викликом для сільськогосподарського розвитку в Азії є зміна кліматичних умов, зниження родючості ґрунтів та наявність великої кількості малих господарств, які не мають доступу до нових технологій та ресурсів [40].

Латиноамериканський ринок, який включає країни Південної та Центральної Америки, а також Мексику та Карибський басейн, має великий потенціал завдяки розвитку сільського господарства та зростанню населення в країнах регіону. За даними The World Bank [44], Латинська Америка виробляє понад 10% світового виробництва сільськогосподарських продуктів, що робить його одним з найбільших ринків у світі. За даними FAO [40], цей регіон є другим за виробництвом бананів, третім за виробництвом цукру та четвертим за виробництвом м'яса. Також Латинська Америка є важливим виробником кави та тропічних фруктів. У 2020 році Бразилія виробила більше ніж 131 млн тонн зернових культур та олійних насінин, що складає понад 12% від загального світового виробництва. Аргентина є провідним виробником сої та соняшнику, а Мексика – авокадо та інших тропічних фруктів. Основні країни-експортери сільськогосподарської продукції з Латинської Америки – Бразилія, Аргентина, Мексика та Колумбія. Однак, експортні можливості цього регіону суттєво обмежені через низьку технологічну оснащеність, інфраструктуру та клімат.

Загалом, сільське господарство є важливою галуззю виробництва для багатьох країн у світі, і виробництво та експорт сільськогосподарської продукції є важливим джерелом доходу для багатьох країн та їх економік.

Згідно з даними The Observatory of Economic Complexity [47] та COT [45]



щодо динаміки світової торгівлі, що обсяги світової торгівлі сільськогосподарською продукцією у 2025 році будуть складати від 25,2 до 27,2 трлн доларів США в залежності від оптимістичного сценарію. Однак, за песимістичним сценарієм, обсяги торгівлі не зміняться і залишаться на рівні 17,3 трлн доларів США. Загальні торговельні тенденції мають найбільший вплив на обсяги та напрямки розвитку світової торгівлі сільськогосподарською продукцією [48].

Відповідно до даних Світової торговельної організації [45], економічно розвинуті країни, такі як країни ЄС, США та Китай, вважаються провідними експортерами сільськогосподарської продукції. Вони також займають провідні позиції щодо частки сільськогосподарської продукції у світовому експорті та імпорті (табл. 2.1, табл. 2.2).

Таблиця 2.1

## Динаміка експорту сільськогосподарської продукції

	Річні обсяги, млн. дол. США			Частка експорту, %			Приріст, %	
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2020	2021
Світ	19 014 239	17 648 397	22 328 088	100	100	100	-7,2	+26,5
ЄС	5 825 332	5 475 468	6 629 943	30,6	31,0	29,7	-6,0	+21,1
Китай	2 499 457	2 589 952	3 363 835	13,2	14,7	15,1	-3,6	+29,9
США	1 643 161	1 424 935	1 754 300	8,7	8,1	7,9	-13,3	+23,1
Німеччина	1 489 412	1 382 533	1 631 931	7,8	7,8	7,3	-7,2	+18,0
Нідерланди	708 596	674 602	836 512	3,7	3,8	3,8	-4,8	+24,0
Японія	705 564	641 319	756 032	3,7	3,6	3,4	-9,1	+17,9

*Джерело: складено автором на основі джерела [46]*

За даними табл. 2.1, можна спостерігати, що Європейський Союз, Китай та Сполучені Штати Америки залишаються традиційними експортерами. Варто зазначити, що у 2020 році всі країни зазнали скорочення експорту, особливо Сполучені Штати Америки (-218 226 млн дол. США). Але попри це, вже у 2021 році країни збільшили обсяг експортованої продукції порівняно як 2020 роком, так і 2019 роком, найбільшим приріст відбувся у Китаї (+29,9%).

Згідно з результатами табл. 2.1, ЄС, США та Китай також є провідними

імпортерами сільськогосподарської продукції у світі. Як і у випадку з експортом, імпорт також відзначився спадом у 2020 році. Найбільшого зменшення обсягу імпорту зазнала Японія (-84 497 млн дол. США). Китай має аналогічну ситуацію як і з експортом, має найбільший темп приросту у 2021 році (+30,1%).

Таблиця 2.2

## Динаміка імпорту сільськогосподарської продукції

	Річні обсяги, млн. дол. США			Частка імпорту, %			Приріст, %	
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2020	2021
Світ	19 337 525	17 878 604	22 586 577	100	100	100	-7,6	+26,3
ЄС	5 544 466	5 154 986	6 469 060	28,7	28,8	28,7	-7,0	+25,5
Китай	2 078 386	2 065 964	2 688 634	10,8	11,6	11,9	-0,6	+30,1
США	2 567 445	2 406 932	2 935 314	13,3	13,5	12,9	-6,3	+21,9
Німеччина	1 233 978	1 171 782	1 420 129	6,4	6,6	6,3	-5,1	+21,2
Нідерланди	635 678	595 122	757 986	3,3	3,3	3,4	-6,4	+27,4
Японія	720 957	635 460	768 976	3,7	3,6	3,4	-11,9	+21,0
Франція	654 658	581 297	714 102	3,4	3,3	3,2	-11,2	+22,9

*Джерело: складено автором на основі джерела [46]*

Весь досліджуваний період був суттєво позначений впливом пандемії COVID-19 на стан і динаміку світового ринку сільськогосподарської продукції. Доречно доповнити аналіз динаміки світової торгівлі сільськогосподарської продукції аналізом товарної структури експорту та імпорту на прикладі провідних експортерів агропромислової продукції, що дозволить визначити відповідну динаміку.

Згідно з даними Євростату [41] за 2021 рік, основними категоріями товарів, які експортувалися з ЄС в аграрному секторі, були: зернові (15 млрд євро), їстівні фрукти та горіхи (21 млрд євро), овочі (16 млрд євро), вино (11 млрд євро), м'ясо (10 млрд євро), молочні продукти (9 млрд євро), риба та ракоподібні (7 млрд євро).

На ці товари припадало 78% загальної вартості сільськогосподарського експорту з ЄС у 2021 році. Решта 22% експорту становили різноманітні інші

продукти, включаючи олії та жири, цукор та оброблені харчові продукти.

Щодо імпорту за 2021 рік, основними категоріями товарів були: зернові (30 млрд євро), овочі (18 млрд євро), їстівні фрукти та горіхи (16 млрд євро), м'ясо (13 млрд євро), молочні продукти (12 млрд євро), риба та ракоподібні (8 млрд євро), масла та жири (7 млрд євро), цукор (6 млрд євро) та оброблені харчові продукти (5 млрд євро). На ці товари припадало 83% від загальної вартості сільськогосподарського імпорту до ЄС у 2021 році. Решта 17% імпорту становили різні інші продукти, включаючи напої, тютюн і насіння.

Згідно з даними США [42] за 2021 рік, основними категоріями товарів, які експортувалися зі США в аграрному секторі, були: соєві боби (27,4 млрд дол. США), кукурудза (15,8 млрд дол. США), яловичина (12,3 млрд дол. США), домашня птиця (10,6 млрд дол. США), молочні продукти (9,6 млрд дол. США), пшениця (8,7 млрд дол. США), фрукти та овочі (7,7 млрд дол. США), насіння олійних культур (6,9 млрд дол. США) та риба і морепродукти (5,9 млрд дол. США). На ці товари припадало 74% загальної вартості експорту сільськогосподарської продукції зі США в 2021 році. Решта 26% експорту становили різноманітні інші продукти, включаючи оброблені харчові продукти.

Щодо імпорту за 2021 рік, основними категоріями товарів були: фрукти та овочі (13,4 млрд дол. США), кава (6,7 млрд дол. США), вино (6,3 млрд дол. США), цукор (5,9 млрд дол. США), молочні продукти (5,8 млрд дол. США), насіння олійних культур (5,7 млрд дол. США), риба і морепродукти (5,4 млрд дол. США), м'ясо (5,3 млрд дол. США) та зернові (4,9 млрд дол. США).

На ці товари припадало 77% від загальної вартості сільськогосподарського імпорту до США у 2021 році. Решта 23% імпорту становили різноманітні інші продукти, включаючи олії та жири, оброблені харчові продукти.

Згідно з даними [46] за 2021 рік, основними категоріями товарів, які Китай експортував в аграрному секторі, були: фрукти та овочі (51,8 млрд дол.

США), риба і морепродукти (31,4 млрд дол. США), м'ясо (24,6 млрд дол. США), насіння олійних культур (22,3 млрд дол. США), молочні продукти (19,9 млрд дол. США), зернові (18,1 млрд дол. США), цукор (16,3 млрд дол. США), вино (14,6 млрд дол. США) та кава (13,8 млрд дол. США). На ці товари припадало 81% від загальної вартості сільськогосподарського експорту з Китаю в 2021 році.

Щодо імпорту за 2021 рік, основними категоріями товарів були: зерно (23,8 млрд дол. США), насіння олійних культур (18,9 млрд дол. США), м'ясо (16,2 млрд дол. США), молочні продукти (14,5 млрд дол. США), фрукти та овочі (13,8 млрд дол. США), риба і морепродукти (13,6 млрд дол. США), цукор (12,9 млрд дол. США). На ці товари припадало 73% від загальної вартості сільськогосподарського імпорту до Китаю в 2021 році.

Можна побачити, що в ЄС, США та Китаї основні категорії товарів, які експортуються з сільськогосподарської галузі, розрізняються за типом продукту. У ЄС основні категорії експорту – це рослинні та тваринні продукти, а також живі тварини та продукти їх розведення. США є найбільшим експортером зерна та зернових культур, м'яса та м'ясних продуктів, кормових продуктів, а також фруктів та горіхів. Китай експортує в основному: м'ясо, м'ясні продукти, зернові культури, рибу та морепродукти. Щодо імпорту, то у всіх країнах категорії відрізняються, проте у всіх випадках зерно, фрукти та м'ясо є однією з основних категорій. ЄС найбільше імпортує зерно, сою та олію, США – кукурудзу та сою, а Китай, своєю чергою, - зернові культури.

Хоча деякі категорії можуть збігатися, спостерігається різниця в категоріях експорту та імпорту між країнами, що залежить від конкретної специфіки сільського господарства та попиту на продукти на ринку.

Отже, після пандемії світовий ринок сільськогосподарської продукції стабілізувався і має позитивні тенденції розвитку, і в перспективі йому необхідно продовжувати цей розвиток, шляхом пошуку ресурсів для підвищення ефективності та обсягів продукції, а також виконувати супутні функції, такі як захист природних ресурсів та навколишнього середовища, і,

що надзвичайно важливо, розв'язувати глобальну продовольчу проблему.

Нині глобальна продовольча безпека є однією з найбільш актуальних проблем, яка поширена майже в усіх країнах світу. Згідно з даними на 2021 рік проблема повноцінного харчування охопила понад 850 млн населення.

Поглиблює цю проблему дисбаланс у соціально-економічному розвитку країн та конфлікти, такі як військова агресія РФ проти України. Україна є одним з найбільших світових експортерів сільськогосподарської продукції, але тривале блокування українських портів призвело до ще більшого загострення проблеми глобальної продовольчої безпеки.

На сьогодні, низка країн, що розвиваються, мають потенціал бути конкурентоспроможними на світовому ринку продуктів сільського господарства, якщо їхні уряди активно підтримуватимуть інноваційний розвиток цього сектору. Це може допомогти значно поліпшити ситуацію із забезпеченням якісного харчування соціально незахищених верств населення. До цих країн відносять Марокко, Бразилію, Україну, Еквадор, Аргентину, Малайзію, Єгипет і Таїланд. Саме ці країни демонструють щорічне збільшення частки виробництва продукції сільськогосподарського сектору у ВВП (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Частка сільського господарства у доданій вартості (% до ВВП)

Країна	2019	2020	2021	Приріст	
				2020	2021
Марокко	10,8	10,7	12	-0,9	+12,2
Єгипет	11	11,6	11,8	+5,5	+1,7
Україна	9	9,3	10,6	+3,3	+13,9
Малайзія	7,2	8,2	9,6	+13,9	+17,1
Еквадор	8,8	9,8	9,4	+11,4	-4,1
Таїланд	8,1	8,7	8,5	+7,4	-2,3
Аргентина	5,3	6,1	7,1	+15,1	+16,4
Бразилія	4,2	5,9	6,9	+40,5	+16,9

*Джерело: складено автором на основі джерела [44, 46]*

Нові агропродовольчі країни демонструють позитивні тенденції щодо

збільшення експорту своєї продукції на світовий сільськогосподарський ринок. Проте, є певні труднощі у розробці та реалізації відповідних продовольчих політик. Існує необхідність у вдосконаленні та уточненні напрямків їх політики для досягнення подальшої інтеграції на світовому ринку. Найбільш успішні в цьому плані є Аргентина, Бразилія та Малайзія, але вони також потребують додаткових коректив на майбутнє.

Пропонуються перспективні напрямки, які включають підвищення продовольчої безпеки, боротьбу з голодом, збільшення експорту товарів із високою доданою вартістю, використання нових технологій на всіх етапах створення продукції, підтримку сталого розвитку агропромислового комплексу, підтримку наукових досліджень та їх практичну реалізацію, підвищення врожайності та продуктивності виробництва, та збільшення національних продовольчих запасів.

Запропоновані пропозиції можуть бути корисними для країн, які були проаналізовані, і призведуть до покращення продовольчої безпеки для найбільш вразливих груп населення, збільшення експортних потужностей на світовому ринку агропромислового комплексу, підвищення прибутковості сільськогосподарських галузей, покращення якості життя сільського населення та збереження ресурсів галузі в цілому [49].

Відповідно до статистики ФАО [40], індекс цін на харчові продукти за 2010 та 2021 роки майже на одному рівні, але у 2011 році стався різкий стрибок, який наступного року знизився. Якщо порівняти 2010 з 2021 роки, то найбільше приріст цін спостерігається на м'ясо – більше ніж в три рази (табл. 2.4). З 2016 року зростання цін на харчові продукти дещо стабілізувалося і має тенденцію до поступового зростання, зі 161% у 2016 році до 184% у 2021 році.

Таблиця 2.4

Індекси цін на продовольчу продукцію протягом 2010-2021 рр., %

Рік	Індекс ціни	М'ясо	Молочні продукти	Зернові	Масла, жири	Цукор
2010	188	52	200	183	194	302
2011	229	177	221	247	252	369
2012	213	175	189	241	225	290
2013	210	184	243	219	193	251
2014	202	198	224	192	181	241
2015	164	168	160	162	147	190
2016	161	156	154	147	164	256
2017	175	170	202	152	169	227
2018	178	172	204	154	170	229
2019	180	174	205	155	172	231
2020	182	176	207	157	175	234
2021	184	179	209	159	178	235

*Джерело: складено автором на основі джерела [40]*

У табл. 2.5 наведено частки сільськогосподарської продукції у валовій доданій вартості за регіонами світу впродовж 2014-2021 років. Як видно з таблиці, Африка та Азія мають найбільшу частку агропромислової продукції у валовій доданій вартості за регіонами світу, тоді як у розвинених країнах, зокрема в Європі та Америці, їхня частка загалом становить лише близько 4%. Це свідчить про те, що ці країни є більш споживачами, ніж виробниками сільськогосподарських продуктів.

Таблиця 2.5

Частка продукції АПК у валовій доданій вартості за регіонами світу, %

Рік	Світ	Африка	Америка	Азія	Європа	Океанія
2014	4,3	15,3	1,9	7,7	1,7	3,2
2015	4,2	15,5	1,8	7,5	1,7	2,9
2016	4,2	15,6	1,9	7,3	1,7	3,1
2017	4,2	15,8	1,9	7,3	1,7	2,9
2018	4,2	15,8	1,8	7,2	1,6	2,7
2019	4,2	15,6	1,8	7,1	1,6	2,6
2020	4,2	15,7	1,8	7,2	1,6	2,6
2021	4,2	15,8	1,9	7,3	1,6	2,7

*Джерело: складено автором на основі джерела [40]*

При групуванні країн за рівнем активності на світовому ринку сільськогосподарської продукції можна використовувати показники, такі як обсяги та частки постачання на світовий ринок продукції, за умовами господарювання, що визначають можливості виробників та відкритість експортної політики держав. В результаті пропонуємо згрупувати країни-експортери сільськогосподарської продукції на кілька груп:

1. США. Часка складає 9-10% від загального обсягу експорту на світовому ринку сільськогосподарської продукції у 2021 році із вартістю 170 493 млн дол. США.

2. Нідерланди, Бразилія, Німеччина, Китай, Франція, Канада та Іспанія, частки яких від 3% до 7% в загальному обсязі експорту у 2021 році.

3. Італія, Бельгія, Індонезія, Таїланд, Польща, Мексика, Індія, Аргентина, Австралія, Об'єднане Королівство, В'єтнам, Нова Зеландія, Малайзія, Данія, Україна, Чилі та інші країни, частки яких становлять від 1% до 3% від загального обсягу експорту.

4. Країни, частка експорту сільськогосподарської продукції в яких менше ніж 1% від загального обсягу [48, 37].

За результатами ми робимо висновок, що не тільки відповідні природні ресурси та сприятливі погодно-кліматичні умови визначають активну участь країн у світовому ринку сільськогосподарської продукції. Ті країни, які мають на озброєнні сучасні ефективні технології вирощування сільськогосподарських рослин і тварин, можливість підвищувати та забезпечувати високий рівень продуктивності та, як наслідок, підвищення обсягів виробництва та експорту сільськогосподарської продукції. Наразі до них відносяться Нідерланди, Італія, Бельгія та Люксембург, Данія, Норвегія, Великобританія та ін. На відміну, Україна, яка має конкурентні переваги у вигляді найродючіших ґрунтів у світі, не досягла високого загального рівня в рейтингу експортерів продукції на світових сільськогосподарських ринках. Для України на нашу думку, дуже гостро стоїть питання підвищення конкурентоспроможності виробництва, тобто за технологічною ознакою [50].



В умовах постійної конкуренції відбулось об'єднання країн в регіональні мегаринки (європейський, північноамериканський, азійський та латиноамериканський), які експортують свою продукцію на світовий ринок сільськогосподарської продукції.

Найбільша частка сільськогосподарської продукції здійснюється в основному в Європі, Азії й Близькому Сході. Європейський Союз, Сполучені Штати Америки вважаються провідними експортерами на світовому ринку агропромислової продукції. Навіть якщо розвинені країни є найбільшими учасниками світової торгівлі, країни, що розвиваються, такі як Південна і Центральна Америка та Азія, також важливі у торгівлі сільськогосподарською продукцією. Молочні продукти, зернові, олійні культури та м'ясо є найбільш важливими експортними товарами для Європейського Союзу, Сполучених Штатів, Бразилії, а фрукти та овочі для Китаю. Фрукти та овочі, м'ясо та м'ясні продукти та крупи є найважливішими імпортними товарами.

## **2.2. Оцінка розвитку сільського господарства в Україні**

Україна – країна з потужним агропромисловим потенціалом, завдяки якісним земельним ресурсам та сприятливим кліматичним умовам. Цей потенціал може бути ключовим для розвитку національної економіки та формування міцної позиції України на світовій арені. Сільське господарство є стратегічною галуззю, яка забезпечує продовольчу безпеку та займає друге місце у товарній структурі експорту (близько 40%). Україна входить до шістки найбільших світових виробників зерна та експортує його до 80 країн. Також є найбільшим виробником та експортером соняшникової олії [51]. Динаміка показників розвитку агропромислового комплексу наведено у табл. 2.6.

Згідно з таблицею 2.6, у 2021 році рослинництво займає більшу частку (81,4%) у структурі продукції сільського господарства, ніж тваринництво (18,6%). У порівнянні з 2020 роком, коли відбувалося зниження виробництва, за винятком картоплі (+2,8%), у 2021 році ситуація покращилась, особливо в

рослинництві, де всі види продукції мають позитивну динаміку, зокрема виробництво зернових та зернобобових культур. Водночас, у тваринництві спостерігається зниження виробництва по всіх видах продукції.

Таблиця 2.6

Динаміка виробництва основних видів продукції АПК 2019-2021 рр.

Види продукції АПК		2019	2020	2021	Приріст, %	
					2020	2021
Рослинництво	культури зернові та зернобобові, тис. т	75 143	64 933	86 010	-13,6	+32,5
	буряк цукровий, тис. т	10 204	9 150	10 854	-10,3	+18,6
	соняшник, тис. т	15 254	13 110	16 392	-14,1	+25,0
	картопля, тис. т	20 269	20 838	21 356	+2,8	+2,5
	культури овочеві, тис. т	9 688	9 653	9 935	-0,4	+2,9
	культури плодові та ягідні, тис. т	2 119	2 024	2 235	-4,5	+10,4
Тваринництво	м'ясо (у забійній масі), тис. т	2 492	2 478	2 438	-0,6	-1,6
	молоко, тис. т	9 663	9 264	8 714	-4,1	-5,9
	яйця, млн. шт	16 678	16 167	14 071	-3,1	-13,0
	вовна, т	1 734	1 573	1 497	-9,3	-5,0

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [52]*

Починаючи з 2014 року, Україна активно розширює свої торгові зв'язки з Європейським Союзом та проводить багато реформ. Недоліком цього процесу стало втрату одного з найбільших торговельних партнерів, що примусило країну переорієнтувати свої зовнішньоторговельні потоки, зокрема в сільськогосподарському секторі. Україна стала визнаним світовим лідером у сфері продовольчої безпеки, і викликом залишається забезпечити подальшу успішну роботу в цьому напрямку.

Завдяки технологічній революції, сільське господарство розвивається як промислова галузь, що дає можливість переміщення капіталу з сільського господарства в інші сектори економіки, де рівень прибутку вищий. Також, спостерігається міграція населення з сільської місцевості до міст, що впливає на розвиток сільського господарства та вимагає додаткових зусиль для

забезпечення продовольчої безпеки [53].

Протягом останнього десятиліття Україна значно збільшила свої доходи від експорту аграрної продукції, що зумовлено не тільки зростанням глобальних цін на сільськогосподарські товари, а й збільшенням фізичного обсягу експорту з України (табл. 2.7). В цілому, доходи від експорту зросли майже в чотири рази [54].

Таблиця 2.7

Динаміка експорту та імпорту сільськогосподарської продукції,  
млрд дол. США

	2019	2020	2021	2022	2023 (січень-лютий)
Експорт	22,3	22,2	27,8	23,4	4,3
Імпорт	5,7	6,5	7,7	5,9	1,1

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [52]*

У 2021 р. було експортовано сільськогосподарської продукції на загальну суму 27,8 млрд дол. США, що становить 41% загальноукраїнського. В структурі експорту продукції АПК найбільшу частку займає продукція рослинництва (56% у 2021 р.), якої експортовано на суму 15,6 млрд дол. США, основним товаром є зернові культури. Імпорт продукції (табл. 2.7) у 2021 р. на 19% зріс у порівнянні з 2020 р. і склав 7,7 млрд дол. США (11% всього українського імпорту). Він здебільшого представлений готовою продукцією (46 % імпорту сільськогосподарської продукції у 2021 р. на суму 3,6 млрд дол. США), зокрема поставками алкогольних напоїв та тютюнових виробів [52, 55].

Можна стверджувати, що Україна має позитивну тенденцію щодо нарощування обсягів експорту аграрної продукції. Відомо, що пандемія COVID-19 у 2020 році не мала значного впливу на загальний обсяг експорту сільськогосподарської продукції, Україна продовжувала задовольняти світовий попит на свої товари в цей період. У 2020 році частка сільськогосподарської продукції у загальному експорті становила 45%, а у 2021 році експорт збільшився на 25% [54].

Проте російська повномасштабна війна проти України сильно вплинула на внутрішню економічну ситуацію в країні та на зовнішні постачання української продукції. У січні та лютому 2022 року, експорт продемонстрував позитивну динаміку зростання на 34% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Однак, вже в березні експорт зазнав обвалу – зменшення склало 50%. Згідно з таблицею 2.7, експорт та імпорт скоротилися на 4,4 млрд дол. США (-15,8%) та 1,8 млрд дол. США (-23,4%) відповідно.

Попри злочини росії, такі як заміновані поля, викрадення українського зерна та навіть умисне знищення сільськогосподарських підприємств, українська аграрна галузь продовжує бути важливим рушієм економіки країни, а фермерські господарства та підприємства продовжують працювати на максимальних можливостях. Умови війни не зупинили Україну в досягненні успіхів, і вона стала дев'ятим у світі найбільшим виробником пшениці за підсумками 2022 року.

Згідно з даними Міністерства аграрної політики [56], станом на 2023 рік Україна експортувала 50,9 млн тонн агропромислової продукції та харчової промисловості на загальну суму 21,1 млрд дол. США. Обсяги експорту зменшилися на 16,7%, а вартість на 13,7% порівняно з 2021 роком. Зокрема, тільки від початку 2023 року, станом на 23 січня, Україна експортувала майже 200 тис. тонн зерна до країн Африки.

Як уряд України, так і міжнародні партнери допомогли аграріям пережити всі негативні наслідки війни. Протягом року фермери отримали понад 90 млрд гривень кредитів від держави, зокрема 40 млрд за програмою пільгового кредитування «Доступні кредити 5-7-9%». З метою збільшення обсягів експорту аграрної продукції, в травні Євросоюз запустив програму «Шляхи солідарності», яка прискорила експорт та роботу митниць між Україною та країнами ЄС. За даними Міністерства аграрної політики [56], за період війни Україна вдалося експортувати 19 млн тонн агропродукції альтернативними маршрутами.

Зусиллями українських дипломатів та завдяки посередництву ООН та

Туреччини, з 1 серпня було відновлено роботу три чорноморські порти, а саме «Одеса», «Чорноморськ» та «Південний», для перевезення продовольства. Всупереч постійним перешкодам з боку Росії, Україні вдалося експортувати морським шляхом понад 15 млн тонн продовольства, переважно зернових, до більш як 40 країн світу до кінця року.

У листопаді президент започаткував програму «Grain from Ukraine», в рамках якої збіжжя експортується до країн Африки та Азії, що потребують термінової допомоги через продовольчу кризу. Понад 30 держав-донорів приєдналися до цієї програми та було залучено майже 200 млн дол. США.

Фонди ООН та USAID забезпечили розподіл рукавів для тимчасового зберігання зерна місткістю близько 8 млн тонн, а також обладнання, необхідного для завантаження та вивантаження збіжжя, що дозволило Україні уникнути проблем зі зберіганням врожаю. Крім того, міжнародні партнери надали українським фермерам насіннєвий матеріал, включаючи гречку та інші культури. У 2023 році Світовий банк планує виділити 432 млн дол. США для підтримки агровиробників у підготовці до посівної та жнив, а також надати 1 млрд дол. США на програми підтримки пільгового кредитування для аграріїв України [57, 58].

Початок повільного відновлення експорту відбувся в травні, а найбільший обсяг експорту з початку війни був зафіксований у серпні після розблокування українських чорноморських портів. Динаміку експорту та імпорту агропромислової продукції за товарною структурою у 2021 та 2022 роках представлено у табл. 2.8.

Найбільшими категоріями українського експорту за 2022 рік стали продукти рослинництва (13,5 млрд дол. США), хоча мають негативну динаміку (-12,9). Проте тваринництво показало досить непоганий приріст (+15,4%). Значне скорочення, як експорту, так і імпорту спостерігається у харчових продуктах (-34,2%). Щодо імпорту, то негативна динаміка спостерігається по всіх категоріях. Це пов'язано з тим, що аграрні та харчові підприємства розташовані по всій території України доволі рівномірно.

Загалом, у натуральних показниках скорочення аграрної та агропромислової продукції склало 27% [59].

Таблиця 2.8

Товарна структура експорту та імпорту  
сільськогосподарської продукції у 2021-2022 рр., млрд дол. США

	Експорт			Імпорт		
	2021	2022	Приріст, %	2021	2022	Приріст, %
Живі тварини; продукти тваринного походження	1,3	1,5	+15,4	1,6	1,2	-25
Продукти рослинного походження	15,5	13,5	-12,9	2,1	1,9	-9,5
Жири та олії тваринного або рослинного походження	7,1	5,9	-16,9	0,4	0,3	-25
Готові харчові продукти	3,8	2,5	-34,2	3,6	2,6	-27,8

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [52]

Проте, є категорії, що мають позитивну динаміку в експорті, такі як олійні рослини, м'ясо, молочна продукція, яйця, мед, їстівні плоди, продукти переробки та готові харчові продукти, які представлені в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Експорт України категорій АПК з позитивною динамікою, млн дол. США

Категорія	2021 рік	2022 рік	Приріст, %
Насіння і плоди олійних рослин; солома і фураж	861,5	1 712,4	+99
М'ясо та їстівні субпродукти	521,4	624,1	+20
Молоко та молочні продукти; яйця птиці; натуральний мед	225,0	275,0	+22
Їстівні плоди та горіхи	182,4	205,9	+13
Продукти переробки овочів, плодів, горіхів	101,4	132,2	+21
Готові харчові продукти з м'яса, риби або ракоподібних молюсків	15,9	20,2	+27

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [52]

Головними партнерами, які імпортували українську

сільськогосподарську продукцію стали Польща (2 627,08 млн дол. США), Румунія (2 556,67 млн дол. США), Туреччина (2 207,44 млн дол. США), Китай (1 882,81 млн дол. США), Іспанія (1 305,53 млн дол. США), Нідерланди (1 186,65 млн дол. США) та інші країни (рис. 2.1) [60].

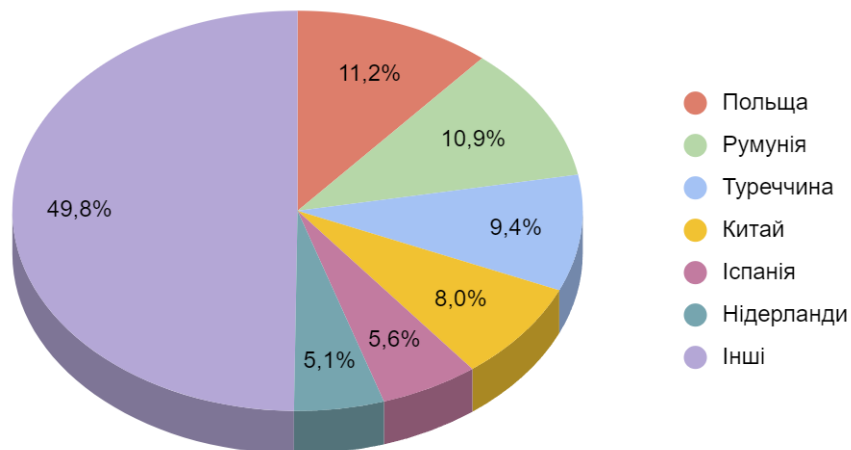


Рис. 2.1. Головні партнери-імпортери України у 2022 році

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [60]*

Сільське господарство України зазнало великих збитків внаслідок зменшення виробництва, блокади портів та збільшення витрат. На 15 вересня 2022 року загальна сума збитків склала 6,6 млрд дол. США. Непрямі втрати оцінюються в 34,3 млрд дол. США. Рослинництво зазнало втрат на 11,2 млрд дол. США, тваринництво – 348,7 млн дол. США. Крім того, були втрати через скорочення виробництва озимих культур на 3 млрд дол. США, багаторічних культур на 322 млн дол. США та порушення логістики на 18,5 млрд дол. США.

Тваринницька галузь зазнала значних втрат через військові дії, внаслідок чого було втрачено 15-20% поголів'я великої рогатої худоби, свиней і птиці.

У сільгосптехніці були виявлені найбільші збитки – 84,2 тисячі одиниць техніки та устаткування були повністю або частково пошкоджені на суму 2,9 млрд дол. США. Крім того, були втрати на суму 1,9 млрд дол. США внаслідок знищення або викрадення 4 млн тонн зернових та олійних культур.

Загалом, 2653 суб'єкти господарювання агропромислового комплексу зазнали збитків від збройної агресії Росії. Рілля зменшилася на 1,9 млн га, а багаторічні насадження – на 9 тис. га. Окрім того, потребують обстеження на наявність вибухонебезпечних предметів близько 1 млн га території [58, 61].

За прогнозами, 2023 рік для аграріїв буде не менш складним, ніж попередній. Валова продукція в рослинництві зменшиться на 2,1%, а урожай зернових культур скоротиться на 11%. Однак, прогнозують збільшення виробництва олійних культур, зокрема, сої (+12,2%), соняшнику (+6,5%) та ріпаку (+9,1%). Обсяги виробництва продукції тваринництва також зменшаться на 2,2%, окрім птиці, яка зросте на 1,1%, та зменшенні інших видів, таких як свинина (-2,1%) та вовна (-30%) [62].

Відбудеться скорочення посівної площі та валового збору сільськогосподарських культур. Очікується, що посівна площа на підконтрольній території України складе 21,8 млн га, що на 6,8 млн га менше, ніж у 2021 році (28,6 млн га). Урожай зернових культур становитиме близько 46 млн т, що на 15% менше, ніж минулого року, через удорожчання вирощування та ускладнення збуту продукції.

У разі продовження воєнних дій на території України, то експортні постачання українського збіжжя за кордон зменшаться. Великі обсяги експорту аграрної продукції України у 2022 році були зумовлені рекордним урожаєм сільськогосподарських культур у 2021 році (понад 108 млн т зернових). У 2022 році загальний збір агропродукції скоротився до 67 млн т, прогнозується його подальше зменшення у поточному році. Крім того, через переорієнтацію структури посівних площ на користь олійних культур, знизиться виробництво високотонажної експортоорієнтованої продукції, такої як кукурудза, пшениця та ячмінь [61].

У цілому, виробництво сільськогосподарської продукції у 2023 році зможе забезпечити внутрішні продовольчі потреби держави, але по окремих видах продукції рівень забезпечення не перевищить довоєнного показника.

Державна стратегія регіонального розвитку [63] вказує на те, що Україна



має високий потенціал для розвитку сільського господарства, що було доведено її провідним становищем у сільськогосподарській галузі в Європі. Україна має значну площу орних земель, яка становить 27% всіх орних земель у Європі. У порівнянні з іншими країнами, Україна має найбільшу площу земель, що використовуються у сільському господарстві. За показниками урожайності, Україна займає п'яте місце у світі (4652 кг/га), а щодо виробництва зернових – друге місце в Східній Європі та восьме у світі.

Однак, у галузі тваринництва Україна має середні показники розвитку порівняно з іншими країнами регіону. Останнім часом галузь тваринництва стикається зі значним скороченням своїх обсягів через збитковість більшості видів м'ясної продукції. Хоча Україна все ще займає третє місце серед інших країн Східної Європи за виробництвом м'яса, яєць і молока, щороку виробництво цих видів продукції зменшується [64].

У зв'язку зі складною ситуацією, є необхідність вирішення наступних ключових завдань:

1. Забезпечення аграріїв необхідним комплексом польових робіт шляхом залучення Міністерства закордонних справ та Торговельно-промислової палати України для підтримки українських аграріїв та сприяння проведенню весняної посівної.

2. Допомога у відновленні поголів'я тварин та відбудові тваринницьких комплексів через звернення до країн-партнерів та міжнародних організацій для запровадження спеціалізованих грантових програм, що сприятимуть закупівлі молодняка тварин, їх вакцинації та будівництву тваринницьких ферм сімейного типу.

3. Продовження дії зернової ініціативи та розширення її на Миколаївський портовий вузол, а також включення можливості імпорту мінеральних добрив до українських портів.

4. Адаптація аграрної політики України до Спільної аграрної політики ЄС та приведення вітчизняного законодавства у цій сфері до вимог, пов'язаних зі вступом України до ЄС. Такі законодавчі та нормативно-правові

акти, які аграріям буде складно впроваджувати в умовах війни, доцільно ухвалювати з відтермінованим строком уведення в дію – після завершення воєнного стану або з введенням адаптаційного періоду дії окремих положень після його завершення [61].

З урахуванням опису стану аграрного сектору економіки України, можна виділити наступні потенційні загрози (рис. 2.2):

1. Зменшення або відсутність інвестицій, як капітальних, так і прямих іноземних інвестицій.
2. Нестабільні політичні обставини.
3. Негативний вплив торгових бар'єрів на експорт та імпорт: митні бар'єри, квотування, накладення ембарго тощо.
4. Відсутність створення доданої вартості – Україна головним чином експортує сировину, а не готову продукцію.
5. Технічна недооснащеність аграрних підприємств та виробництв.
6. Екологічні чинники.
7. Кліматичні зміни (включаючи зміну кліматичних поясів та природних зон) [54].

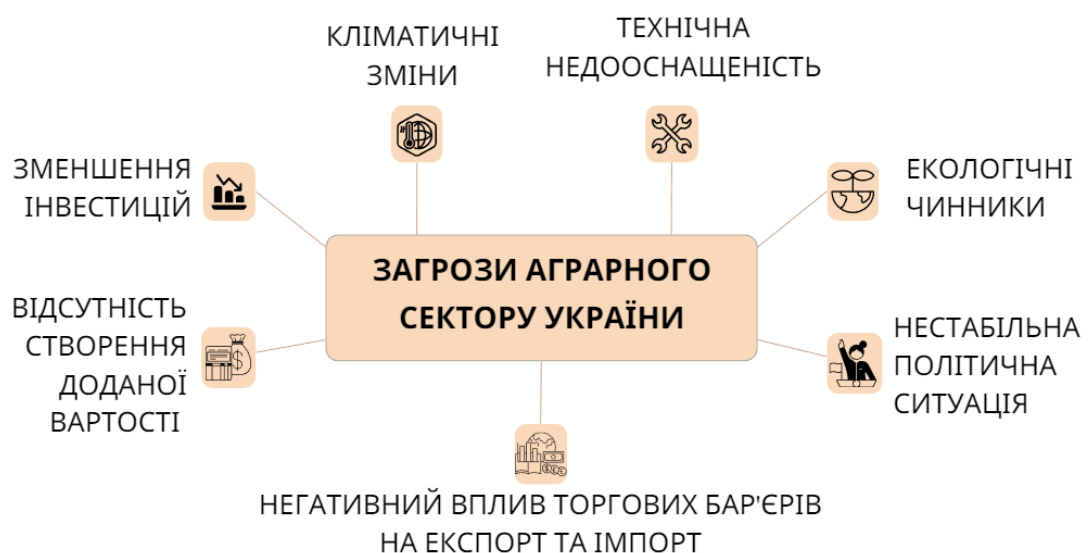


Рис. 2.2. Потенційні загрози аграрного сектору економіки України

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [54]*

Узагальнюючи, можна сказати, що головними перешкодами для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної агропромислової продукції на зовнішніх ринках є: висока вартість банківських кредитів та позик через низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи, відсутність страхування кредитних та виробничих ризиків, несформована інфраструктура АПК, недостатній розвиток стандартизаційної бази вітчизняних продуктів порівняно з міжнародними, переважно низький рівень спеціалізації сільськогосподарських підприємств, нестача цільового фінансування з боку держави, а також часта деградація родючого ґрунту, який є важливим елементом виробництва продуктів харчування.

Можна сформулювати, що головними способами поліпшення ситуації зі станом та розвитком агропромислового комплексу в країні є наступні: збільшення державних інвестицій в аграрну сферу, підтримка розвитку місцевих переробних потужностей, гармонізація стандартів зі стандартами Європейського Союзу, більше уваги до екологічного стану земель, що використовуються в сільському господарстві [64].

Після проведення дослідження можна стверджувати, що аграрний сектор дійсно важливий для народного господарства, оскільки забезпечує Україну позицією на світовому ринку товарів і послуг та є однією з бюджетоутворюючих галузей. Це свідчить про необхідність його підтримки та розвитку. Наперекір тому, що аграрний сектор залишається провідним української економіки, він відстає від розвинених країн. Але не дивлячись на проблеми, з якими стикається вітчизняний агропромисловий комплекс, робляться кроки для реформування галузі та підвищення її конкурентоспроможності на світових ринках. Важливо зазначити, що в умовах війни аграрний сектор має ключове значення для забезпечення продовольчої безпеки країни та підтримки економіки в цілому.

### 2.3. Діяльність вітчизняних сільгоспвиробників на світовому ринку

Глобалізація ринків, можливість отримання додаткових прибутків, подальший розвиток, забезпечення конкурентоспроможності власного підприємства – все це спонукає сільськогосподарські підприємства до виходу на зовнішні ринки [65].

Процеси ринкової інтеграції в агропромисловому комплексі економіки держави реалізуються шляхом створення та розвитку окремих форм інтеграційних структур. Дослідження в аграрній сфері різних країн показують, що на сьогодні однією з найуспішніших форм агропромислової інтеграції є створення агрохолдингів.

Агрохолдинг – це інтегрована структура або група компаній, яка займається виробництвом сільськогосподарської продукції та включає в себе різні ланки аграрного сектора, починаючи від сільськогосподарських угідь, ферм і рослинництва до переробних підприємств, логістики та розподілу продукції.

Експерти неоднозначно оцінюють роль світових агрохолдингів у національних економіках. З одного боку, агрохолдинги забезпечують країну значними інвестиційними капіталовкладеннями, з іншого – їхня діяльність може призвести до виснаження посівних площ з метою максимізації прибутків. Однак усі експерти сходяться на думці, що поява агрохолдингів на ринку країни суттєво змінює структуру ведення бізнесу та модель поведінки малих та великих гравців. Загалом відбувається консолідація компаній з різних сфер з метою створення цілісного виробничого механізму [66].

Найбільші світові агрохолдинги грають важливу роль на світовому ринку продовольства, контролюючи значну частину сільськогосподарських угідь та ресурсів, і мають значний вплив на ціни на продукти харчування та сільськогосподарські товари.

Cargill, COFCO та Archer Daniels Midland – це три найбільші гравців у сільськогосподарській галузі світу, які контролюють значну частину світового

ринку зернових, олійних насіння та інших продуктів аграрного сектору. Компанія Cargill є лідером у галузі зернових, тоді як COFCO – це найбільша аграрна компанія в Китаї, займаючись виробництвом олійних культур, цукру та худоби. Archer Daniels Midland, зі свого боку, є найбільшим постачальником сільськогосподарських продуктів та переробником. Разом вони є основними гравцями на глобальному ринку сільського господарства, що підтверджує їх значення та вплив на галузь (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

## Найбільші аграрні компанії світу

Агрохолдинг	Розташування	Вид діяльності	Дохід у 2022 році, млрд дол. США
1	2	3	4
Cargill Inc.	США	Рослинництво, виробництво кормів для тварин, переробка харчових продуктів та управління ризиками	165,0
COFCO	Китай	Виробництво сільськогосподарських продуктів (олійні культури, цукор і худоба)	103,1
Archer Daniels Midland Company (ADM)	США	Переробник сільськогосподарської продукції та постачальник харчових інгредієнтів	85,3
BASF SE	Німеччина	Виробництво сільськогосподарської продукції, також гербіцидів, інсектицидів, фунгіцидів та насіння	84,9
Wilmar International	Сінгапур	Виробництво та продаж сільськогосподарської продукції, включаючи харчові олії, маргарин, шортинг, кулінарну олію тощо	73,4
JBS	Бразилія	Виробництво м'ясних продуктів, включаючи яловичину, свинину, курку та баранину	71,2
Olam International	Сінгапур	Виробництво сільськогосподарської продукції, включаючи зерно, олійні культури, бавовна, цукор і кава і фінансові послуги	68,6
Bunge Limited	США	Виробництво та продаж сільськогосподарської продукції, продуктів харчування та кормових інгредієнтів	67,2
Louis Dreyfus Company	Нідерланди	Виробництво сільськогосподарської продукції	59,9

1	2	3	4
Bayer AG	Німеччина	Фармацевтика, рослинництво та охорона здоров'я	54,6
Tyson Foods, Inc.	США	Виробництва продуктів харчування (курка, яловичина, свинина та напівфабрикати)	53,3
John Deere	США	Виробництво сільськогосподарської техніки	52,6
Biostime International	Китай	Виробництво дитячих сумішей, харчових добавок тощо	51,6
CHS Inc.	США	Переробка харчових продуктів, постачання сільськогосподарських товарів, фінансових послуг і роздрібною торгівлі	47,8
AMAGGI Group	Бразилія	Постачання сої, кукурудзи, насіння бавовни та інші сільськогосподарські товари	39,0
Syngenta AG	Швейцарія	Виробник сільськогосподарських хімікатів та насіння.	33,4

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [67]*

Згідно з табл. 2.10, провідні агрохолдинги розташовані у Сполучених Штатах Америки, Китаї та країнах Європейського Союзу. Це знову підтверджує про те, що ці країни мають провідні позиції на світовому ринку. Ці великі сільськогосподарські холдинги, які належать до транснаціональних корпорацій, працюють у глобальному масштабі та активно впроваджують передові технології та практики для виробництва продуктів харчування та сільськогосподарської продукції, що часто має значний вплив на навколишнє середовище.

В майбутньому очікується зростання населення та попиту на харчові продукти, що створить тиск на глобальну продовольчу систему. Це може привести до збільшення впливу найбільших світових сільськогосподарських холдингів на ринок. Таким чином, вони можуть відігравати важливу роль у задоволенні зростаючого попиту на продовольство. Однак, це також може створити проблеми для навколишнього середовища та суспільства, тому важливо забезпечити сталий розвиток агропромислового комплексу та екологічні стандарти виробництва.

Українські агрохолдинги в цьому контексті проявляють низьку бізнесову диверсифікацію та переважно працюють на орендованих землях, що зменшує їх конкурентоспроможність на міжнародних ринках та віддаляє їх від світових тенденцій. Проте, в Україні є достатньо земельних ресурсів, щоб створити земельний банк за значно меншими цінами, ніж в інших країнах. Якщо державна політика у сфері агробізнесу буде правильною, то за декілька років Україна матиме можливість значно покращити свої позиції на світовому аграрному ринку [65].

За останні 2-3 роки у стратегії діяльності українських агрохолдингів спостерігаються декілька ключових тенденцій, таких як збільшення земельного банку, проникнення на міжнародний ринок капіталу, злиття та поглинання, бажання аграрних компаній середньої ланки стати частиною агрохолдингу шляхом накопичення землі та залучення міжнародних інвестицій. Завдяки вертикальній інтеграції агрохолдинги, як правило, є ефективними бізнес-проектами з доступом до капіталу, ринків та інновацій [68].

Міністерство цифрової трансформації [69] та Державна служба статистики України [52] планово оприлюднили дані про фінансову звітність компаній за 2022 рік. Попри війну та багато інших викликів, значна кількість українських аграрних компаній змогла збільшити свої обороти.

За даними, які були проаналізовані в Опендатабот [70], лідерами найприбутковіших агрокомпаній є «Kernel», МХП та «Вінницька птахофабрика» (табл. 2.11, рис. 2.3).

Згідно з даними таблиці 2.11, можна зробити висновок, що понад половина компаній зазнала втрат у 2022 році. Особливо відзначається негативний результат підприємства «НІБУЛОН», яке зафіксувало втрати у розмірі 25,4 млрд грн. З іншого боку, компанії, такі як «МХП», «Вінницька птахофабрика», «Катеринопільський елеватор» та «Миронівська птахофабрика» не дивлячись на усі труднощі, змогли отримати прибуток.

Таблиця 2.11

## ТОП-10 найприбутковіших агрокомпаній України

Компанія	Вид діяльності	Дохід, млрд грн		
		2021	2022	Приріст
Кернел Трейд	Вирощування, переробка та експорт зернових культур	85,8	68,0	-17,8
МХП	Виробник та експортер курятини	46,6	46,7	+96,2
Вінницька птахофабрика	Виробництво птахівницьких продуктів, таких як м'ясо та яйця	19,3	30,4	+11,1
АДМ Юкрейн	Виробництво соняшникової олії і торгівля зерновими культурами.	38,8	25,1	-13,7
Катеринопільський елеватор	Зберігання, сушіння та обробка зернових культур	21,1	23,5	+2,4
Ерідон	Дистрибуція засобів захисту рослин, насіння, основних добрив і добрив для позакореневої підгодівлі	26,5	20,6	-5,9
НІБУЛОН	Виробництво, зберігання та експорт зернових культур	40,6	15,2	-25,4
Миронівська птахофабрика	Виробництво яєць, м'яса птиці та продуктів їх переробки	11,1	14,0	+2,9
Vauttera Україна	Вирощування та експорт зернових культур	18,8	13,7	-5,1
«Сантрейд» («Бунге Україна»)	Виробництво та експорт олійних культур, зокрема соняшнику та сої	33,6	13,6	-20,0

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [71]

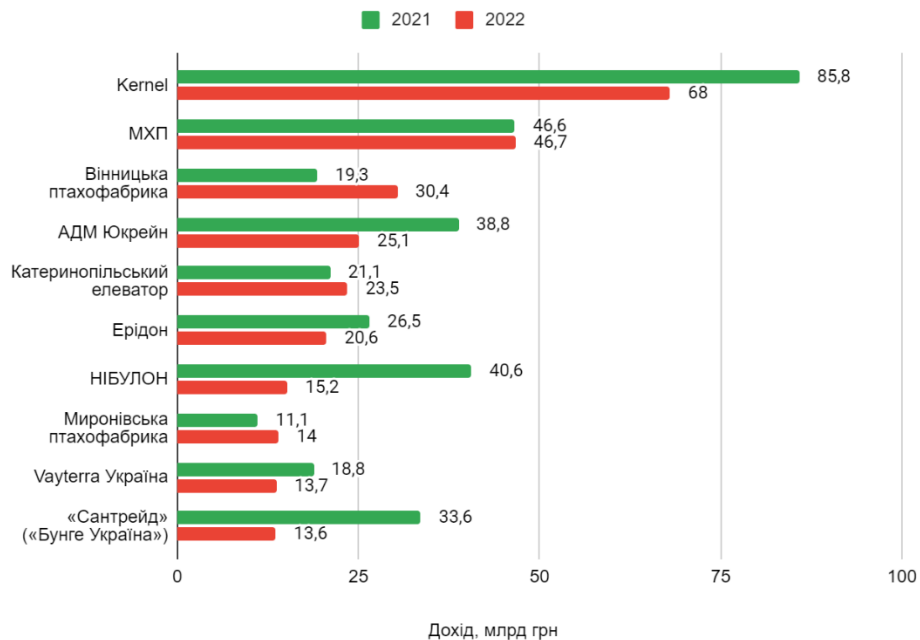


Рис. 2.3. ТОП-10 найприбутковіших компаній України

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [71]



У 2022 році показник EBITDA великих агрохолдингів України значно зменшився порівняно з попереднім роком – більш ніж у чотири рази. Згідно з результатами дослідження Agrohub Benchmarking про вплив війни на прибутки агропідприємств, у 2021 році показник складав 857 дол. США на гектар, тоді як у 2022 році він знизився до 207 дол. США на гектар. Рентабельність оборотного капіталу також знизилась на 4,8 раза, з 91% у 2021 році до 19% у 2022 році.

Основними причинами цього зменшення є здорожчання ресурсів та зниження цін на агропродукцію, таку як пшениця, соняшник, кукурудза та соя. Ці фактори, разом зі складнощами логістики та збуту, належать до найбільших фінансових ризиків для аграріїв, і це продовжується і далі. Ускладнює ситуацію значний розрив між внутрішніми та світовими цінами, що призводить до додаткових витрат під час збуту [71].

Попри те, що українські агрофірми часто критикують за те, що страждають «гігантоманією», найбільший агрохолдинг України має лише 558 тис. га землі, в той час, як багато конкурентів уже подолали позначку в 1 млн га. Усі наведені в табл. 2.12 агрохолдинги мають значний вплив на продовольчий сектор, оскільки вони контролюють значну частину оброблюваних земель.

Таблиця 2.12

## ТОП-5 агрохолдингів України за розміром земельного банку на 2022 рік

Агрохолдинг	Діяльність	Земельний банк, тис. га
Kernel	Ключовий виробник та експортер сільськогосподарської продукції на світові ринки	558
ПАО «Миронівських хлібопродукт»	Переробка м'яса, рослинництво, птахівництво	368
Агропросперіс (NCH)	Трейдери, агрохолдинги, зберігання і перевалка продукції	360
UkrLandFarming	Зберігання зернових культур, а також торгівля, дистрибуція техніки сільськогосподарського призначення, добрив, насіння.	358
Астарта	Вирощуванні буряку, зернових і олійних культур, виробництво цукру, молока і м'яса	209

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [72]

Протягом останніх п'яти років земельний банк провідних п'яти компаній зменшився на 2% – з 2,08 млн га до 2,05 млн га, проте склад учасників залишився незмінним: «Kernel», UkrLandFarming, «Агропросперіс», МХП та «Астарта-Київ».

UkrLandFarming і «Агропросперіс» продовжують оптимізувати свій земельний банк, тоді як інші компанії інвестують у його розширення: «Контінентал Фармерз Груп» (+18%), «Агрохолдинг2012» (+9%) та HarvEast (+25%) [72].

Навіть при складних економічних і політичних умовах в країні, агрохолдинги продовжують утримувати свої лідерські позиції на ринку й успішно розвиватись. Більшість компаній продовжують рух за наміченою стратегією, активно розширюють земельний банк, збільшують потужності зі зберігання зерна і набувають нові активи [68].

Одним із лідерів вітчизняного аграрного бізнесу – українська компанія «Kernel». Це провідний та найбільший та експортер соняшникової олії в Україні та ключовим постачальником сільськогосподарської продукції з Чорноморського басейну на міжнародні ринки. Компанія експортує свою продукцію в більш ніж 80 країн світу. Цей успіх обумовлений активним впровадженням інноваційних технологій на всіх етапах виробництва та реалізації продукції.

«Kernel» об'єднала всі свої інноваційні продукти під одним проектом «DigitalAgriBusiness», який має на меті інтегрувати внутрішні та зовнішні ІТ-сервіси компанії для автоматизації процесів виробництва.

Компанія «Kernel» була включена до списку «Топ-25 інноваційних компаній України» у 2021 році [73], що демонструє її здатність до розвитку та використання новітніх технологій у виробництві та переробці продукції; зайняла 10-те місце у списку найбільших компаній за обігом за 2022 рік [74], очолила список «50 головних експортерів України 2022» [75] та посіла 3 місце в рейтингу «100 найбільших приватних компаній України 2021» [76]. Це свідчить про успішну роботу компанії на зовнішніх ринках та здатність

конкурувати з іншими провідними гравцями на міжнародній арені.

Для будь-якої компанії важливо оцінювати її рівень конкурентоспроможності. Стратегічні методи оцінки зовнішньоекономічної діяльності можуть допомогти визначити складові фактори, що впливають на успіх підприємства. Один зі способів – проведення SWOT-аналізу та PEST-аналізу конкурентного середовища компанії (табл. 2.13, табл. 2.14). Це дозволить ідентифікувати ризики та можливості для подальшого розвитку.

Таблиця 2.13

## SWOT-аналіз «Kernel»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Інтеграція бізнес-процесів Ефективна бізнес-модель Географічна диверсифікація Широкий асортимент продукції Висока якість продукції Екологічна спрямованість Розвиток та впровадження новітніх технологій Досвід роботи на ринку Кваліфікований персонал Лідируючі позиції на ринку Провідний експортер агропродукції на світовому ринку Провідні позиції в усіх сегментах Постійний попит Конкурентоспроможне ціноутворення на міжнародному ринку Швидке адаптування до потреб споживача Інвестування у власні проекти	Залежність від цін на сировину Зміни світових цін Застаріле обладнання Високий рівень залежності від природно-кліматичних умов Залежність від логістичної інфраструктури Спеціалізація на виготовленні лише одного виду продукції Висока плинність кадрів
Можливості	Загрози
Збільшення попиту на сільськогосподарські продукти Вихід на нові ринки Нові технології Розвиток ринків збуту Збільшення врожайності Відсутність сильних конкурентів Здешевлення сировини Розширення асортименту товарів Інвестування	Коливання цін на сировину Подорожчання сировини Зміни в кліматі Можливість неврожаю Загострення конкуренції Поява товарів-замінників Зменшення попиту Політична та економічна нестабільність Інфляційні та девальваційні процеси Законодавство, що обмежує діяльність Демпінг конкурентів Нестабільний соціально-політичний та економічний клімат у країнах збуту

Джерело: складено автором на основі даних джерела [77]

SWOT-аналіз підтверджує, що підприємство має значну кількість сильних сторін, включаючи відмінну репутацію серед клієнтів та провідні позиції на ринку. З використанням своїх конкурентних переваг, сильних сторін та можливостей зовнішнього середовища, компанія може досягти високих показників прибутковості.

Проте, не дивлячись на значні переваги «Kernel» порівняно з меншими сільськогосподарськими підприємствами, масштаби діяльності компанії призводять до певних недоліків, таких як складність модернізації та підтримання устаткування у належному стані, що зменшує ефективність її діяльності. Також, природно-кліматичні умови можуть впливати на урожайність та прибутковість підприємства, проте, з метою вирішення цієї проблеми, «Kernel» розробила довгостроковий партнерський проєкт Open Agribusiness.

Крім того, підприємство має значну кількість можливостей для подальшого розвитку, зокрема, можливість розширення торгових відносин з іншими країнами, такими як Китай, Індія, Туреччина, Єгипет, Південно-Східна Азія та країни Африки, завдяки зростанню економіки, позитивним демографічним змінам та збільшенню попиту на сільськогосподарську продукцію.

PEST-аналіз підприємства «Kernel» (табл. 2.14) свідчить про наявність сприятливих умов для розвитку компанії на ринку зернових культур. Політична та економічна стабільність в країні, зростання попиту на продукцію, розвиток технологій та підвищення соціальної відповідальності дозволяють підприємству успішно функціонувати та розвиватися. Однак, компанія повинна бути уважною до змін у зовнішньому середовищі та готуватися до адаптації до нових умов, щоб забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Агрохолдинг «Kernel» демонструє рекордні фінансові показники, займає провідні позиції в галузевих рейтингах та є найстійкішим підприємством в Україні кілька років поспіль.

## PEST-аналіз «Kernel»

Політичні фактори	Соціокультурні фактори
Повномасштабне вторгнення РФ в Україну Купівля-продаж землі сільськогосподарського призначення Зміни в законодавстві Нестабільний політичний клімат у суспільстві Централізація в механізмі державної влади, підпорядкування регіонів центру Корупційні правопорушення в державному секторі	Темпи росту населення Вимоги до якості продукції Ставлення до торгової марки Підвищення кваліфікації співробітників сільськогосподарського підприємства Демографічне старіння Зниження загального рівня доходів та рівня життя населення
Економічні фактори	Технологічні фактори
Реформування податкової системи Зміни на ринку землі Тіньова економіка Рівень інфляції і процентної ставки Рівень розвитку бізнес-середовища Темпи зростання економіки Рівень цін на агропродукцію Скорочення платоспроможного населення Розширення зовнішньоекономічних зв'язків Сприятливі умови на світовому аграрному ринку для українських виробників Розвиток міжнародного співробітництва Залучення інвестицій Низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції Вивезення капіталу в іноземні країни	Незадовільний стан науково-технічної діяльності Недостатнє фінансове забезпечення Доступ до новітніх технологій Ступінь впровадження технологій Рівень технологічного розвитку Підвищення рівня якості виробленої сільськогосподарської продукції за міжнародним стандартами

*Джерело: складено автором на основі даних джерела [77]*

Однак, у 2022 році компанія зіткнулась з найбурхливішим сезоном у своїй історії, коли рекордні прибутки в першій половині року були компенсовані рекордними збитками в другій половині. У табл. 2.15 наведено основні фінансово-економічні показники діяльності компанії.

Згідно з таблицею, у 2022 фінансовому році дохід агрохолдингу «Kernel» склав 5 332 млн дол. США, що на 5% менше, ніж торік, внаслідок зменшення обсягів продажу соняшникової олії та шроту через проблеми з експортом продукції з України в березні-червні 2022. Показник EBITDA склав 220 млн дол. США, що на 73% менше, ніж минулого року. Крім того, чистий

борг компанії збільшився на 78%, а товарні запаси зросли у 3,1 рази. Кількість працівників зменшилась на 9%.

Таблиця 2.15

Основні фінансово-економічні показники діяльності «Kernel»  
за 2020-2022 рр.

Показники	2020	2021	2022	Зміни у 2022
Основні відомості про прибутки та збитки				
Дохід, млн дол. США	4107	5595	5332	-5%
ЕВІТДА, млн дол. США	443	806	220	-73%
Чистий прибуток, млн дол. США	118	513	-41	-
Рентабельність ЕВІТДА, %	10.8%	14.4%	4.1%	-10.3
Чиста рентабельність, %	2.9%	9.2%	-0.8%	-9.9
Прибуток на акцію, млн дол. США	1.42	6.10	-0.51	-
Збиток від знецінення активів, млн дол. США	-1	-5	-317	-
Основні моменти грошового потоку				
Операційний прибуток до зміни оборотного капіталу, млн дол. США	422	649	677	4%
Зміна оборотних коштів, млн дол. США	-10	-44	-794	18
Сплачені фінансові витрати, чисті, млн дол.	-135	-12	-119	-7%
Сплачено податок на прибуток, млн дол.США	-8	-18	-70	3.8
Чисті грошові кошти від операційної діяльності, млн дол. США	269	460	-305	-
Чисті грошові кошти, використані в інвестиційній діяльності, млн дол. США	-203	-203	-294	45%
Показники ліквідності та кредиту				
Чистий борг, млн дол. США	980	836	1488	78%
Товарні запаси, млн дол. США	252	285	892	3.1
Скоригований чистий борг, млн дол. США	729	551	596	8%
Акціонерний капітал, млн дол. США	1.493	1.946	1.683	-14%
Чистий борг / ЕВІТДА	2.2	1.0	6.8	5.7
Скоригований чистий борг / ЕВІТДА	1.6	0.7	2.7	2.0
ЕВІТДА	3	5.7	1.8	-3.8
Нефінансові моменти				
Кількість працівників	11.928	11.256	10.223	-9%
Рівень зареєстрованих виробничих травм, нещасних випадків, мільйон відпрацьованих годин	0.68	0.46	0.22	-52%
Соціальні видатки, млн дол. США	7.7	3.9	26.3	6.7
Викиди парникових газів, тис	1.679	1.462	1.272	-13
Загальне споживання енергії, тирадж	6.998	7.391	6.881	-7

Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [77]

Агрохолдинг «Kernel» визнав збиток від знецінення активів у розмірі

317 мільйонів доларів США у 2022 фінансовому році через війну, яка сильно вплинула на компанію. Отже, можна зробити висновок, що повномасштабне вторгнення суттєво вплинуло на діяльність компанії. Оскільки існує невизначеність майбутньої доступності морського експорту та бізнес-середовища в Україні, агрофірмі необхідно переглянути свої стратегічні ініціативи та довгострокову стратегію до того моменту, поки ступінь невизначеності не зменшиться [77].

Таким чином, найбільші світові агрофірми є ключовими гравцями на світовому ринку продуктів харчування і сільськогосподарських ресурсів. Вони мають значні обсяги виробництва та експорту та використовують новітні технології для підвищення ефективності та рентабельності.

Українські аграрні компанії також мають значний потенціал у сільському господарстві та продуктах харчування. Багато з них спеціалізуються на виробництві зернових культур, олійних культур та м'ясопродуктів. Україна є однією з провідних країн у світі щодо виробництва та експорту зернових культур, а також соняшникової олії.

Агрохолдинг «Kernel» займає провідні позиції в експорті та є однією з найбільших українських аграрних компаній, яка займається виробництвом зернових культур, олійних культур та м'ясопродуктів. Холдинг відомий своїми інноваційними технологіями та високою якістю своєї продукції.

#### **2.4. Оцінка та напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД»**

Міжнародна конкурентоспроможність «Kernel» знаходиться на досить високому рівні. Компанія має значний досвід впровадження інновацій і розробила низку продуктів, якими користуються компанії та споживачі в усьому світі. Продукція «Kernel» відома своєю високою якістю та продуктивністю, а компанія має міцну репутацію.

Одним із ключових факторів, що сприяє міжнародній

конкурентоспроможності даного підприємства, є його потужний потенціал досліджень і розробок. Компанія інвестує значні кошти в дослідження та розробки, і це дозволило їй розробляти інноваційні продукти, які відповідають потребам її клієнтів. Команда досліджень і розробок «Kernel» складається з висококваліфікованих інженерів і вчених, які постійно працюють над розробкою нових продуктів і вдосконаленням існуючих.

Іншим ключовим фактором, який сприяє міжнародній конкурентоспроможності «Kernel», є його глобальне охоплення. Компанія представлена в понад 100 країнах, і це дозволяє їй обслуговувати клієнтів у всьому світі. «Kernel» має потужну мережу дистриб'юторів і партнерів, і це допомагає їй доставляти свою продукцію до клієнтів у будь-якому куточку земної кулі.

«Kernel» також має серйозну прихильність до обслуговування клієнтів. У компанії є команда представників служби підтримки клієнтів, які доступні 24/7, щоб відповісти на запитання та допомогти клієнтам у вирішенні будь-яких проблем. Команда обслуговування клієнтів «Kernel» відома своєю чуйністю та готовністю допомогти, і це сприяє формуванню лояльності клієнтів. Загалом, «Kernel» є висококонкурентною компанією, яка має значний досвід успіху. Компанія має потужну команду досліджень і розробок, глобальне охоплення та відданість обслуговуванню клієнтів. Усі ці фактори сприяють забезпеченню міжнародної конкурентоспроможності «Kernel» [78, 79].

При аналізі та оцінці конкурентоспроможності підприємства важливо ретельно проаналізувати його фінансові показники, щоб встановити тенденції зростання або зниження у різних аспектах діяльності компанії (табл. 2.16 і табл. 2.17).

Підприємство має низький коефіцієнт платоспроможності, що свідчить про його нездатність швидко погасити короткострокові зобов'язання перед кредиторами. У той же час, проміжний коефіцієнт покриття та загальний коефіцієнт покриття балансу зросли у 2022 році на 0,4 та 0,1 відповідно, що



вказує на збільшення суми оборотних коштів у поточних зобов'язаннях.

Таблиця 2.16

## Показники ліквідності і платоспроможності «Kernel»

Назва показника	2021	2022	Зміни
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможність)	0,1	0,1	-
2. Проміжний коефіцієнт покриття балансу	0,5	0,9	+0,4
3. Коефіцієнт покриття балансу	1,2	1,3	+0,1
4. Частка оборотних коштів у активах	0,9	0,9	-
5. Частка запасів у поточних активах	0,6	0,3	-0,3
6. Частка власних оборотних коштів у запасах	0,2	0,8	+0,6

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [77]*

Частка оборотних коштів у активах залишається на стабільному рівні, але частка запасів у поточних активах зменшилась у 2022 році на 0,3. У той же час, частка власних оборотних коштів у запасах збільшилась і має достатнє значення. Загалом, деякі показники демонструють позитивні тенденції, проте необхідно зростити загальну ліквідність підприємства.

Таблиця 2.17

## Показники фінансової стійкості «Kernel»

Назва показника	2021	2022	Зміни
1. Коефіцієнт співвідношення позичених і власних коштів	3,2	2,4	-0,8
2. Коефіцієнт автономії	0,3	0,3	-
3. Коефіцієнт маневреності власних коштів	0,5	0,7	+0,2
4. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,8	0,7	-0,1
5. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,00027	0,0016	-0,00133
6. Коефіцієнт фінансового левереджу	0,00027	0,0016	-0,00133
7. Показник заборгованості кредиторам	0,083	0,075	-0,008

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [77]*

З табл. 2.17, коефіцієнт співвідношення позичених і власних коштів зменшився на 0,8, що свідчить про зменшення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів, покращуючи його фінансову стійкість. Коефіцієнт автономії залишається на одному рівні і не досягає достатнього значення, що свідчить про обмежену можливість підприємства фінансувати

активи за рахунок власного капіталу. Коефіцієнт маневреності власних коштів збільшився на 0,2, вказуючи на зростання власного оборотного капіталу, який перебуває в обігу. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу перевищує припустиме значення, але спостерігається тенденція до його зменшення, що свідчить про зменшення використання капіталу підприємства. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів та коефіцієнт фінансового левериджу зменшуються, що вказує на зменшення залежності підприємства від кредиторів у довгостроковій перспективі. Показник заборгованості перед кредиторами у 2022 році зменшився на 0,008, що є позитивною тенденцією, оскільки компанія скоротила свою заборгованість перед кредиторами.

Щоб більш детально оцінити конкурентоспроможність «Kernel», доречно для аналізу діяльності агрохолдингу застосувати модель McKinsey «7S» та модель 5 сил конкуренції М. Портера. Результати аналізу представлені у табл. 2.18. та табл. 2.19.

Таблиця 2.18

## Аналіз агрохолдингу «Kernel» за допомогою матриці McKinsey «7S»

Елемент моделі	Зміст	Оцінка реалізації елементів моделі
Стратегія	Пошук оптимальних шляхів забезпечення споживачів високоякісною продукцією	85%
Навички	Всі працівники кваліфіковані, мають досвід та знання у сфері діяльності	85%
Ціни, що розділяються	Агрохолдинг керується основним принципом, який полягає у зосередженості на клієнтах та забезпеченні якісного задоволення їх потреб	90%
Структура	Всі відділи агрохолдингу тісно взаємодіють між собою	75%
Система управління	Генеральний директор узгоджує всі важливі рішення, прийняті в організації	85%
Співробітники	Працівники періодично покращують свою кваліфікацію, а також мають значний професійний досвід	75%
Корпоративний стиль	Агрохолдинг створює культуру, що сприяє створенню сприятливого та дружнього середовища, що позитивно впливає на діяльність співробітників та сприйняття клієнтами підприємства	75%

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [77]*

Проаналізувавши таблицю можна побачити, що ключовими елементами стратегії агрохолдингу «Kernel» є висока якість продукції та зосередженість на потребах клієнтів. Наявність висококваліфікованих фахівців у штаті дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною, займати своє місце на ринку та продовжувати розвиватися.

Таблиця 2.19

Аналіз агрохолдингу «Kernel» за допомогою 5-ти конкурентних сил Портера

Конкурентна сила	Характеристика впливу
Нові конкуренти	На ринку аграрної продукції завжди існує загроза появи нових гравців, які можуть конкурувати з «Kernel», але діяльність в даній галузі вимагає великих інвестицій, що стримує появу нових конкурентів. «Kernel» має значні конкурентні переваги, такі як досвід роботи в галузі, висока якість продукції та ефективна дистрибуційна мережа, що зменшує загрозу нових потенційних конкурентів.
Існуючі конкуренти	Більш суттєвим ризиком для підприємства є не нові конкуренти, а ті, які вже мають певну частку ринку та можуть розширювати свої потужності. У випадку «Kernel» основну конкуренцію становлять великі українські компанії, наявність конкурентних переваг допомагає залишатись лідером на ринку України.
Товари-замінники	На ринку аграрної продукції попит на продукти може змінюватись в залежності від сезонності, але загроза заміни продукту не є значною, оскільки сьогодні соняшникова олія залишається найпопулярнішою серед рослинних олій, яка широко використовується в харчуванні населення. Однак, на ринку рослинних олій з'являються нові види продукції, які поступово можуть замінювати соняшкову олію.
Споживачі	На ринку аграрної продукції покупці мають значний вплив на ціни та якість продуктів. Споживачі продукції мають високі вимоги до якості та прагнуть отримати товар за доступною ціною, що ставить підприємство під прямий тиск щодо цінової політики. «Kernel» успішно використовує свою високу репутацію, ефективну мережу та стратегію ціноутворення.
Постачальники	Конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від постачальників сировини, оскільки якість та обсяг сировини визначають якість готової продукції, а ціна сировини впливає на ціну продукції. «Kernel» має значну закупівельну потужність, що дозволяє їй вести переговори з постачальниками та отримувати вигідні умови закупівлі сировини.

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [77]*

Головною метою «Kernel» є стаке збільшення масштабу та ефективності бізнес-системи для щорічного експорту з України, стратегічних придбань та

зміцнення лояльності клієнтів. Принципи управління дозволяють компанії переходити від кількісного зростання до якісного та створюють основу для щоденної роботи менеджерів, які проявляють ініціативу та постійно вдосконалюють свою роботу в культурі внутрішнього підприємництва [77].

Після проведеного аналізу, можна сказати, що компанія має високий рівень адаптації до конкурентного середовища завдяки своїм конкурентним перевагам, але потребує постійного удосконалення. «Kernel» є одним з найбільш потужних переробників олійних культур, має власні елеватори та підприємства з вирощування олійних культур, активно розвиває свою інвестиційну діяльність. Проте, як і всі інші підприємства, воно також піддається впливу зовнішнього середовища, яке характеризується загостренням конкуренції на ринку, появою товарів-замінників та залежністю від постачальників.

Компанія «Kernel» є досить успішною в конкурентному секторі української економіки. Щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності та розширити свою діяльність на світовому ринку, компанія керується такими цінностями, як цілісність, ефективно та стале використання ресурсів.

Одним із ключових факторів, що дозволяє підприємству адаптуватися до конкурентного середовища сучасного бізнесу, є підвищення та оптимізація використання всіх доступних ресурсів на підприємстві. Це дозволяє постійно оптимізувати собівартість виробництва продукції та здійснювати інші види діяльності [80].

Особливо важливим у сучасних умовах є оптимізація витрат на тепло- та електроенергію, оскільки в Україні на державному рівні формується Концепція «зеленої» енергетики.

Важливо зазначити, що «Kernel» підходить до сталого розвитку, керуючись принципами, закладеними в Кодексі корпоративної етики Групи, і впроваджує їх на всіх рівнях компанії. Метою компанії є ефективно виробництво продукції найвищої якості з мінімальним споживанням енергії та

ресурсів, дотримання норм і стандартів безпеки та якості продукції, а також мінімізація впливу на навколишнє середовище.

Як найбільший виробник сільськогосподарської продукції в Україні, не лише дотримується передових довгострокових агрономічних практик, але й докладає зусиль для спрямування всієї галузі на шлях сталого розвитку.

Після проведеного аналізу було виявлено, що компанія «Kernel» має деякі слабкі сторони, зокрема застаріле обладнання. Однак, переваги підприємства повністю компенсують ці недоліки та загрози.

Головними завданнями компанії «Kernel» є поліпшення організаційної структури управління, вдосконалення процесу підбору та розстановки працівників, постійне підвищення їх кваліфікації та розвиток системи матеріальної мотивації, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва [77].

Доречним є виділення низки заходів, за допомогою яких «Kernel» може підвищити свою міжнародну конкурентоспроможність (рис. 2.4).

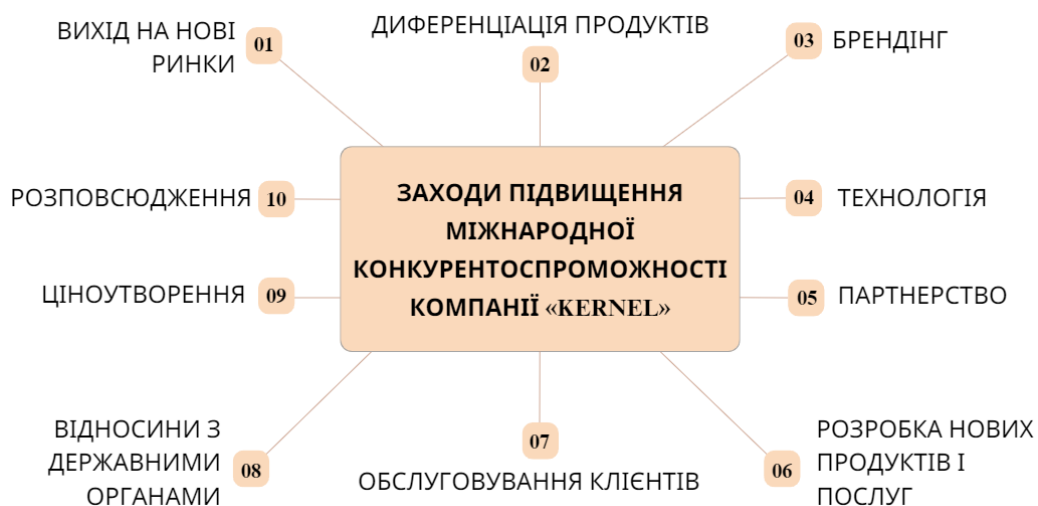


Рис. 2.4. Заходи підвищення міжнародної конкурентоспроможності компанії «Kernel»

*Джерело: складено та обчислено автором на основі даних джерела [71]*

Серед основних заходів з підвищення міжнародної конкурентоспроможності для вітчизняного агрохолдингу «Kernel» варто

відзначити наступні:

**Вихід на нові ринки:** «Kernel» може підвищити свою міжнародну конкурентоспроможність, виходячи на нові ринки. Це може включати введення нових країн або регіонів або розширення на нові категорії продуктів. При виході на нові ринки «Kernel» потрібно буде враховувати низку факторів, таких як розмір ринку, рівень конкуренції та нормативне середовище. «Kernel» також потрібно буде розробити стратегію маркетингу та продажів, яка адаптована до конкретного ринку.

**Диференціація продуктів:** «Kernel» може відрізнити свою продукцію від конкурентів, пропонуючи більш якісні, більш інноваційні або доступніші продукти. Наприклад, «Kernel» може інвестувати в дослідження та розробки для створення нових продуктів, які є більш поживними або мають користь для здоров'я. «Kernel» також міг би інвестувати в маркетинг і рекламу, щоб створити позитивний імідж своїх продуктів в умах споживачів.

**Брендінг:** «Kernel» може створити сильний бренд, інвестуючи в маркетинг і рекламу, щоб створити позитивний імідж у свідомості споживачів. Наприклад, «Kernel» може створити запам'ятовуваний логотип і слоган або спонсорувати події чи знаменитостей, які популярні на міжнародних ринках.

**Розповсюдження:** «Kernel» може вдосконалити свою дистриб'юторську мережу, щоб зробити свої продукти більш доступними для споживачів на міжнародних ринках. Наприклад, «Kernel» може відкривати нові офіси чи склади на міжнародних ринках або співпрацювати з дистриб'юторами на цих ринках.

**Ціноутворення:** «Kernel» може встановлювати конкурентоспроможні ціни, щоб залучити клієнтів на міжнародних ринках. Наприклад, «Kernel» може пропонувати знижки чи рекламні акції, або вона може відповідати цінам своїх конкурентів.

**Обслуговування клієнтів:** «Kernel» може забезпечити відмінне обслуговування клієнтів, щоб створити лояльність і повторити бізнес з боку

клієнтів на міжнародних ринках. Наприклад, «Kernel» може запропонувати цілодобову гарячу лінію обслуговування клієнтів або надати онлайн-підтримку.

Технологія: «Kernel» може інвестувати в нові технології для покращення своїх виробничих процесів, маркетингу та дистрибуції. Наприклад, «Kernel» може інвестувати в нове обладнання для підвищення ефективності виробництва або інвестувати в нове програмне забезпечення для покращення маркетингу та обслуговування клієнтів. «Kernel» також може підвищити свою міжнародну конкурентоспроможність, інвестуючи в дослідження та розробки. Це може включати розробку нових технологій, нових продуктів або нових способів ведення бізнесу. Інвестуючи в дослідження та розробки, «Kernel» потрібно буде визначити сфери, де вона може отримати конкурентну перевагу.

Партнерство: «Kernel» може співпрацювати з іншими компаніями на міжнародних ринках для обміну ресурсами та досвідом. Наприклад, «Kernel» може співпрацювати з місцевою компанією для розповсюдження своїх продуктів або з дослідницьким інститутом для розробки нових продуктів. «Kernel» також може підвищити свою міжнародну конкурентоспроможність, будуючи відносини з партнерами в інших країнах. Це може включати співпрацю з дистриб'юторами, роздрібними продавцями чи іншими компаніями для маркетингу та продажу своєї продукції на нових ринках. Будуючи стосунки з партнерами, «Kernel» потрібно буде визначити партнерів, які поділяють її цінності та цілі.

Відносини з державними органами: «Kernel» може налагоджувати відносини з державними службовцями на міжнародних ринках, щоб отримати доступ до ринків і ресурсів. Наприклад, «Kernel» може лобіювати урядових чиновників, щоб знизити тарифи на свою продукцію, або він міг би співпрацювати з державними чиновниками, щоб розробити нові правила, які сприятливі для його бізнесу.

Розробка нових продуктів і послуг: «Kernel» також може підвищити

свою міжнародну конкурентоспроможність шляхом розробки нових продуктів і послуг, які відповідають потребам клієнтів на різних ринках. Це може включати розробку продуктів, які відповідають місцевим смакам і вподобанням, або розробку продуктів, які відповідають потребам певних сегментів клієнтів. Розробляючи нові продукти та послуги, «Kernel» потрібно буде враховувати потреби своїх клієнтів, конкурентне середовище та нормативне середовище [80, 81].

Головною метою компанії є стати провідним гравцем на глобальному аграрному ринку та допомогти Україні стати відомим світовим виробником сільськогосподарських товарів. Для досягнення цих цілей компанія планує розкривати потенціал своїх працівників та нові можливості для сільського господарства.

Крім того, у стратегічних планах аграрного підприємства «Kernel» зазначено, що вони прагнуть збільшити обсяги переробки насіння соняшнику та зміцнити свою присутність на українському олійному ринку, покращити ефективність свого виробництва сільськогосподарської продукції, збільшити обсяги експорту зернових культур та досягти стійкого управління витратами в агровиробництві [77].

Загалом, показники фінансової стійкості та ліквідності «Kernel» мають певні позитивні тенденції. Збільшення проміжного коефіцієнта покриття балансу та загального коефіцієнта покриття свідчить про зростання суми оборотних коштів у поточних зобов'язаннях, що поліпшує їхню спроможність в покритті заборгованості. Зниження коефіцієнта співвідношення позичених і власних коштів свідчить про скорочення залежності від зовнішніх інвесторів і кредиторів, що сприяє фінансовій стійкості компанії. Проте, коефіцієнт автономії не досягає достатнього значення, що вказує на обмежену можливість підприємства фінансувати активи за рахунок власного капіталу. Зростання коефіцієнта маневреності власних коштів свідчить про збільшення власного оборотного капіталу, який перебуває в обороті. Ураховуючи зменшення показників заборгованості кредиторам та зменшення залежності від



кредиторів у довгостроковій перспективі, можна сказати, що «Kernel» проявляє позитивну тенденцію до зменшення зовнішньої заборгованості. Незважаючи на позитивні зміни у деяких показниках, підприємству потрібно продовжувати зосереджуватись на покращенні загальної ліквідності та збільшенні автономії, а також розглядати можливості залучення нових інвестицій та розширення міжнародного присутності для подальшого підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному та світовому ринках.

Для компанії важливо не зупинятись на досягнутому і постійно вдосконалювати свою інноваційну діяльність. Рекомендацією є продовження автоматизації всіх бізнес-процесів, досягання максимальної ефективності взаємодії з бізнес-підрозділами, розробка стандартизованих процесів, впровадження інноваційних технологічних процесів, впровадження ІТ-процесів та створення корпоративної мережі для регіональних підрозділів.

Також рекомендується впровадження мотиваційної системи, яка надасть працівникам невеликий стимул і стимулюватиме результативність та ефективність, що призведе до ще більшого успіху компанії «Kernel».

## **Висновки до розділу 2**

На світовому ринку сільськогосподарської продукції спостерігається зростання міжнародної торгівлі завдяки збільшенню обсягів виробництва, впровадженню технологічних змін та підвищенню продуктивності виробництва. ЄС, США та Китай виступають лідерами на світовому ринку, саме в цих країнах розташовані найбільші світові агрохолдинги, які забезпечують продовольчою продукцією все населення.

Україна є перспективним виробником та експортером аграрної продукції, зокрема зернових, насіння соняшника, птахівництва та олійно-жирової промисловості. Хоча залежність від соціально-економічного стану та зовнішньоекономічної політики держави є великою, тенденція нарощення обсягів експорту та імпорту є значною. Україна володіє значними ресурсами

для вирощування багатьох сільськогосподарських культур. Проте, слабкості тваринництва потрібно вирішувати для диверсифікації джерел надходження валюти та мінімізації втрат від цінних коливань на ринку зернових. Українські сільгоспвиробники стикаються зі складними умовами вирощування та експорту продукції, зокрема через війну на сході країни та геополітичну ситуацію у світі.

Нині Україна може бути визнана перспективним учасником світового ринку сільськогосподарської продукції. Основні експортні товари – це зернові, рапс та соняшникова олія, а потенційні експортери – птахівництво та олійно-жирова промисловість. Також Україна імпортує молочні та м'ясні продукти, яких не вистачає на внутрішньому ринку.

«Kernel» є однією з найбільших аграрних компаній в Україні та світі. Компанія спеціалізується на вирощуванні зернових культур, олійних культур та інших культур. «Kernel» здійснює діяльність відповідно до найвищих стандартів якості та безпеки, зокрема використовуючи новітні технології та екологічно чисті методи вирощування продукції. Крім того, компанія активно працює над зниженням впливу своєї діяльності на навколишнє середовище, зокрема шляхом впровадження біологічного землеробства та зменшення використання хімічних добрив та пестицидів. «Kernel» є лідером у використанні цифрових технологій в аграрному секторі, зокрема використовує штучний інтелект та інші інноваційні рішення для підвищення ефективності вирощування та зменшення витрат. Компанія має значний внесок у розвиток сільського господарства України та сприяє розвитку економіки країни.

Однак, підприємству необхідно приділити увагу питанням загальної ліквідності та автономії. Збільшення автономії допоможе зменшити залежність від зовнішніх джерел фінансування і збільшити контроль над власним капіталом. Також важливо зосередитись на збільшенні оборотного капіталу, що сприятиме зростанню ліквідності підприємства.

Крім того, компанія повинна активно продовжувати впровадження інновацій, технологій та процесів для розробки нових продуктів. Це допоможе

компанії створити конкурентну перевагу для підвищення міжнародної конкурентоспроможності.

Розширення міжнародної присутності також є важливим кроком для «Kernel». Це може включати пошук нових ринків, партнерство з місцевими компаніями або навіть розгляд можливостей для інтернаціоналізації виробництва.

Загалом, для подальшого підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрохолдинг «Kernel» повинен продовжувати працювати над покращенням фінансової стійкості, ліквідності та автономії, вдосконалювати свої продукти та процеси, а також активно розширювати свою міжнародну присутність.

## ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати проведених теоретичних досліджень, можна визначити, що кожне підприємство працює на ринку, створюючи певну пропозицію у вигляді товару чи послуги, то в певній мірі можна говорити про те, що конкурентоспроможність характеризує здатність проектувати, виготовляти і продавати товари, ціна, якість та інші характеристики яких є значно привабливішими від товарів, пропонованих конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства базується на результаті ефективної господарської діяльності за умови конкурентного ринку. Встановлено основні принципи та положення конкурентоспроможності підприємства, запропоновано параметри її визначення. Найбільш конкурентоздатними вважаються підприємства, що займають значну частку на швидко зростаючому ринку.

Слід зазначити, що для того, аби забезпечити конкурентні переваги на міжнародному ринку, компанія має володіти ними на внутрішньому ринку та максимально ефективно використовувати усі наявні здатності й ресурси. Запорукою ефективного розвитку й функціонування компанії має бути формування стратегії її розвитку – це спосіб забезпечення переваг через конкурентну боротьбу та максимальне задоволення потреб споживачів. Комплексну стратегію необхідно формувати шляхом комбінування певних стратегій. Необхідно відзначити, що новітні підходи стосовно стратегічного планування мають базуватись на комплексному баченні майбутнього та поєднуватися з цілями підприємства. Таким чином, пошук шляхів зростання конкурентоздатності підприємства необхідно проводити за кількома спектрами діяльності, де воно має найсильніші позиції. Від правильності та доцільності конкурентної стратегії, буде залежати ефективність діяльності підприємства та його загальна конкурентоспроможність.

Загальний успіх підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських виробників також залежить від взаємодії

міжнародної спільноти та уряду. Необхідно сприяти створенню сприятливого інвестиційного клімату, підтримувати програми фінансової підтримки сільського господарства, забезпечувати розумне регулювання торгівлі та вирішувати торговельні спори на міжнародному рівні.

Крім того, важливо розвивати науково-дослідну базу в сільському господарстві, сприяти обміну знаннями та технологіями між виробниками, науковцями та фахівцями. Інновації в галузі сільського господарства можуть сприяти впровадженню ефективних методів вирощування, зниженню витрат, підвищенню якості продукції та забезпеченню стійкого розвитку галузі.

Усі ці заходи повинні бути підтримані належною політикою і регуляторними механізмами, спрямованими на стимулювання розвитку сільського господарства, забезпечення доступу до кредитних ресурсів та інвестицій, впровадження сприятливих умов для бізнесу, підтримку малого та середнього підприємництва та надання фінансових інструментів для ризикового забезпечення.

Тільки шляхом комплексного підходу, який поєднує модернізацію виробництва, підвищення якості продукції, розширення ринків збуту, використання сучасних технологій, наукові дослідження та сприяння з боку держави, вітчизняні сільськогосподарські виробники зможуть підвищити свою міжнародну конкурентоспроможність.

Світовий ринок сільськогосподарської продукції виконує ряд важливих функцій, основна з яких соціальна – забезпечення населення продовольством на рівні науково обґрунтованих норм харчування за доступними цінами. Його ефективне і правильне функціонування дозволяє вирішувати соціально-економічні та екологічні проблеми, сприяє розвитку сільського господарства і збереженню природного різноманіття, охороні довкілля, відновленню родючості ґрунтів тощо.

Наразі провідними експортерами сільськогосподарської продукції є такі економічно розвинуті країни як США, Нідерланди, Німеччина, Китай, беззаперечним лідером експорту є ЄС. Провідні позиції в світовому імпорті

сільськогосподарської продукції займають ЄС, Китай та США. Високі обсяги імпорту в Німеччині, Нідерландах та Японії.

Доведено, що Україна має значно більше можливостей розвитку в галузі АПК, аніж в промисловості, через наявність значних родючих територій та попит на агропромислову продукцію на зовнішніх ринках. Акцентується увага на слабкості тваринництва в національному АПК, що за відповідного розвитку могло б диверсифікувати джерела надходження валюти та мінімізувати втрати від цінових коливань на ринку зернових. В тому числі, продукція тваринництва користувалась би попитом більшою мірою на азійських ринках.

Розвиток вітчизняних підприємств агропромислового сектору економіки в першу чергу пов'язаний з підвищенням попиту на сільськогосподарську продукцію. Окрім цього, українські товаровиробники можуть конкурувати на міжнародному ринку такої продукції за рахунок низьких цін при збереженні достатньої якості сільськогосподарських товарів.

Світовий досвід доводить, що аграрний сектор необхідно регулювати на макрорівні. Таким чином, державне регулювання є обов'язковим компонентом сучасної аграрної політики та ефективного функціонування аграрної сфери.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Камарчук І. М., Шопський Ф. І., Шевченко О. В. Змістовно-теоретична характеристика міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Herald of Lviv University of Trade and Economics Economic sciences*. 2022. № 66. С. 78–84.
2. Соляр В. В. Національна конкурентоспроможність: діалектика концепцій. Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути : Матеріали міжнар. науково-практ. інтернет-конф., м. Київ, 11 груд. 2020 р. Київ, 2020. С. 245–252.
3. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. Київ : Наш формат, 2018. 722 с.
4. Рікардо Д. Початки політичної економії та податкового оподаткування. 960 с.
5. Карл Маркс. Капітал. Процес утворення капіталу. Том I. Книга I. Харків: ДВУ, 1925 . 704 стор.
6. Портер М. Міжнародна конкуренція. Конкурентні переваги країн. 946 с.
7. Говтвяниця К. В., Флегантова А. Л. Сутність поняття «Конкурентоспроможність підприємства» в умовах економічної глобалізації. *Актуальні проблеми теорії та практики міжнародних економічних відносин в умовах глобальної трансформації* : Матеріал наук. конф., м. Полтава, 6 груд. 2021 р. Полтава, 2021. С. 10–13.
8. Бойко Є. О., Решетнік Р. С. Шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних переробних підприємств харчової промисловості. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. №1. С. 50-54.
9. Альохін А.Б. Вимірювання конкурентоспроможності на національному та мікроекономічному рівнях: методологічні аспекти. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 5 (3).

С. 7-12

10. Осадчук А. І. Обґрунтування стратегії забезпечення міжнародної конкурентоспроможності в сфері експортної діяльності підприємства / А.І. Осадчук // *Управління розвитком*. - 2015. - №2. - С. 101 - 106

11. Стадник В.В., Йохна М.А., Соколюк Г.О. Стратегія диверсифікації в управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2013. 202 с.

12. . Малихіна С.В. Міжнародна конкурентоспроможність – як пріоритетний фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. Технічна серія. 2012. Вип. 10. С. 526-529.

13. Хачатрян В. В. Концептуальні засади забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. С. 30–34.

14. Брінь П. В., М. Н. Нехме. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, показники та методичні засади динамічної оцінки. *Причорноморські економічні студії*. 2021. №64. С. 36–43.

15. Мізюк С.Г., Коваленко Н.В. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складові та джерела формування конкурентних переваг. *Науковий журнал Класичного Приватного Університету*. 2019. №2(13). С. 26-30.

16. Баришполь Н. С., Бондаренко С. М. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №5.

17. Пахуча Е.В., Бабика В.О., Клепчева О.В. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств». *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2021. №1. С. 98-110.

18. Productivity in EU agriculture – slowly but steadily growing. *European Commission*. URL: <http://surl.li/cbakb>.

19. Нестеренко В., Мороз А., Болотова Т. Інновації у сільськогосподарському підприємстві та їх вплив на



конкурентоспроможність. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва* : Зб. наук. пр., м. Харків. Харків, 2022. С. 130–135.

20. Zaitsev Y., Khaolin L. Modern directions of ensuring the competitiveness of agricultural products of Ukraine. *Вісник Хмельницького національного університету* : матеріали Науково-практичної конференції, Хмельницький. Хмельницький, 2020. Р. 271–275.

21. Ігнатенко М. М. Особливості та фактори забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *«Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвяченої 70-річчю кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту)*: Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Харків, 9 листоп. 2018 р. С. 245–247.

22. Семакович М. В. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 3 листоп. 2022 р. С. 149–150.

23. Генсеровська С. А. Конкурентоспроможність продукції аграрного сектору на внутрішньому та зовнішньому ринках // Екологічні та соціальні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції : тези доповідей VIII-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції 12-14 травня 2021 р. / за ред. І.О. Мельник та ін. Миколаїв, 2021. С. 57-59.

24. Андрейченко І. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності сільського господарства України. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (присвяченої 100-річчю від Дня народження професора Турченка Михайла Михайловича): Управління розвитком соціально-економічних систем, 15-16 червня 2022 року*. Харків: ДБТУ, 2022. 194-196 с.

25. Волонтир Л. О. Формування конкурентоспроможності аграрного підприємства. *Конкурентоспроможність аграрного сектору в умовах функціонування Зони вільної торгівлі з Європейським Союзом* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 2019. С. 34–36.

26. Макаренко П. М., Копендаха Р. А. Особливості конкурентоспроможності аграрних підприємств. «*Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору*»: Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Полтава, 24 берез. 2020 р. С. 167–169.
27. Chibuzor, O. L. (2020). Complex evaluation of competitiveness of agricultural enterprises. *Economics, Finance and Management Review*, (1), 37–43.
28. Синькевич Д. О., Пилипенко Н. М. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 72)* : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф., м. м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 16 листоп. 2022 р. Тернопіль, 2022. С. 142–143.
29. Бундюк А. М., Лихашенко К. О. Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Енергія. Бізнес. Комфорт* : Регіон. науково-практ. конф., м. Одеса, 20 груд. 2019 р. Одеса, 2020. С. 16–18.
30. Василина О. Р., Магійович Р. І. Вплив інновацій на конкурентоспроможність підприємств. *Обліково-аналітичне забезпечення інноваційного розвитку економіки* : матеріали Всеукр. науково-практ. інтернет-конф., м. Львів, 15 берез. 2018 р. Львів, 2018. С. 40–42.
31. Мордюк О. Є., Гарагода Д. В. Цифрові технології як засіб підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід* : матеріали Міжнар. науково-метод. інтернет-конф., м. Львів, 30 жовт. 2018 р. Львів, 2018. С. 68–72.
32. Світлична А. В., Бондаренко Я. І. Інвестиційне забезпечення розвитку сільського господарства. *Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Одеса, 24 верес. 2022 р. С. 511–513.
33. Вишневецька О. В. Особливості інноваційної діяльності в сільському господарстві. *Theoretical and science bases of actual tasks* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Lisbon, 15 квіт. 2022 р. С. 86–89.

34. 10 найкращих тенденцій, технологій та інновацій у сільському господарстві за 2022 рік. Mind.ua. URL: <https://mind.ua/publications/20250592-10-najkrashchih-tendencij-tehnologij-ta-innovacij-u-silskomu-gospodarstvi-za-2022-rik>.
35. Крупа О. М. Особливості інноваційного розвитку аграрних підприємств. *Обліково-аналітичне забезпечення інноваційного розвитку економіки* : матеріали Всеукр. науково-практ. інтернет-конф., м. Львів, 15 берез. 2018 р. Львів, 2018. С. 89-91.
36. Могильна Л., Линник В. О. Особливості управління інноваційними процесами в сільському господарстві. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Харків, 4 листоп. 2022 р. Харків, 2022. С. 136–137.
37. Іщук Ю.А. Закономірності розвитку глобального ринку сільськогосподарської продукції. *Економіка і організація управління*. 2021. №1 (41). С 173-182.
38. USDA ERS - Home. *USDA ERS - Home*. URL: <https://www.ers.usda.gov/>.
39. European Commission, official website. *European Commission*. URL: [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en).
40. Home | Food and Agriculture Organization of the United Nations. *FAO Home*. URL: <https://www.fao.org/home/en/>.
41. Eurostat. *Language selection | European Commission*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
42. United States Department of Agriculture. *USDA*. URL: <https://www.usda.gov/>.
43. Agriculture and Agri-Food Canada - agriculture.canada.ca. *Language selection - Agriculture and Agri-Food Canada / Sélection de la langue - Agriculture et Agroalimentaire Canada*. URL: <https://agriculture.canada.ca/en>.
44. World Bank Open Data. *World Bank Open Data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/AG.PRD.CROP.XD?locations=ZJ>.

45. World Trade Organization - Global trade. *World Trade Organization - Home page - Global trade*. URL: <https://www.wto.org/index.htm>.
46. Trade Map - Trade statistics for international business development. *Trade Map - Trade statistics for international business development*. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx?nvpm=1||||||||||||>.
47. The Observatory of Economic Complexity | OEC. *OEC - The Observatory of Economic Complexity*. URL: <https://oec.world/>.
48. Федосєєва Г.С. Світовий ринок сільськогосподарської продукції: теоретичний та практичний аспекти розвитку. *Інтелект XXI*. 2017. №1. С. 22-28.
49. Шкурат М. Є., Парреньо Галлардо Хуліо Енріке. Аналіз ринку АПК «Нових агропродовольчих країн». *Eurasian scientific discussions* : матеріали Науково-практ. конф., м. Барселона, 21 листоп. 2022 р. Барселона, 2022. С. 531–537.
50. Патика Н.І. Тенденції та перспективи розвитку світових сільськогосподарських ринків як орієнтири для посилення українських позицій. *Економіка АПК*. 2019. №1. С. 70-79
51. Kobernik V., Shyrmova T. Agricultural sector of Ukraine and ways of its development in modern conditions. *State University of Trade and Economics*. – 2022. – С. 43–45.
52. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
53. Чуб А. В. Сучасний стан та тенденції розвитку агропромислового комплексу України. *Класичний приватний університет*. – 2021. – С. 34–43.
54. Софія Степенко. Аналіз поточного стану аграрного сектору економіки України//*Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал* - 2021. - №12. - <https://nauka-online.com/publications/economy/2021/12/34-3/>
55. У 2021 році Україна збільшила експорт агропродукції на 25%. *Національна академія аграрних наук України*. URL:

[http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT\\_ID=7433](http://naas.gov.ua/newsukraine/?ELEMENT_ID=7433)

56. Головна. Головна | Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/>.

57. Сільське господарство та війна: результати воєнного року та прогнози на 2023 > Вісті Придніпров'я. Вісті Придніпров'я. URL: <https://vesti.dp.ua/silске-gospodarstvo-ta-vijna-rezultati-voyennogo-roku-ta-prognozi-na-2023/>.

58. Рік аграрної непереможності: як Україна попри війну годувала себе та світ. Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/rik-agrarnoji-neperemozhnosti-yak-ukrajina-popri-viynu-goduvala-sebe-ta-svit-12099183.html>.

59. Експорт України 2022: вплив війни на географію та обсяги продажів. Центр розвитку інновацій. URL: <https://cid.center/export-of-ukraine-2022-the-impact-of-six-months-of-war-on-geography-and-sales-volumes/>

60. Дашборд для інтерактивного інформування щодо експорту України. NEWP. URL: [https://export.gov.ua/722-Dashbord\\_eksportu\\_ukraini](https://export.gov.ua/722-Dashbord_eksportu_ukraini).

61. Аграрний сектор економіки: підсумки 2022 та прогноз на 2023 рік. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ahrarynyy-sektor-ekonomiky-pidsumky-2022-ta-prohnoz-na-2023-rik>.

62. Виробництво сільськогосподарської продукції в цьому році зменшиться на понад 2% – прогноз. Суспільне Новини. URL: <https://suspilne.media/438651-virobnictvo-silskogospodarskoi-produkcii-v-comu-roci-zmensitsa-na-ponad-2-prognoz/>.

63. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Каб. Міністрів України від 05.08.2020 р. №695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text>

64. Безпала О. Україна в структурі сільського господарства країн східної Європи. *Глобальні та національні тенденції у галузі наук про життя* : зб. наук. пр., м. Ніжин. 2022. С. 68–69.

65. Худавердієва В.А. Напрями ефективного управління конкурентоспроможністю підприємств агропродовольчого комплексу на макрорівнях. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Полтава, 21 квіт. 2021 р. С. 907–910.

66. Макаренко А. О. Механізм підвищення конкурентоспроможності агропромислових підприємств України на світовому ринку : Магістерська дисертація. Київ, 2018. 76 с.

67. 20 найбільших аграрних компаній світу. *Agriteka | агроновини | аграрні блоги | agtech*. URL: <https://agriteka.com/2348-20-nayblshih-agrarnih-kompany-svtu.html>.

68. Щоголь А. О. Функціонування агрохолдингових компаній в Україні. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Полтава, 21 квіт. 2021 р. С. 907–910.

69. Міністерство цифрової трансформації України. *Міністерство цифрової трансформації України*. URL: <https://thedigital.gov.ua/>.

70. Оpendатабот. *Оpendатабот*. URL: <https://opendatabot.ua/>.

71. Названо «десятку» найприбутковіших аграрних компаній України 2022 року – LANDLORD. *LANDLORD*. URL: <https://landlord.ua/news/nazvano-desiatku-naiprybutkovishykh-ahrarykh-kompanii-ukrainy-2022-roku/>.

72. Онлайн Рейтинг агрохолдингів України 2021-2022 за розміром земельного банку від Agricultural Consulting. Агроколсантинг. URL: <https://www.farming.org.ua>

73. ДС редакція. Топ-25 інноваційних компаній України – DSnews.ua. *«Ділова столиця» українською – найсвіжіші новини України та світу*. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-innovacionnyh-kompaniy-ukrainy-25102021-440469>.

74. Моїсєєв В. Бізнес в умовах війни: топ-20 найбільших компаній України за підсумками 2022 року. *The Page*.

URL: <https://thepage.ua/ua/economy/top-20-najbilshih-kompanij-za-pidsumkami-2022-roku>.

75. Україна F. 50 головних експортерів України 2022 – Forbes.ua. *Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії.*

URL: <https://forbes.ua/ratings/50-naybilshikh-eksporteriv-ukraini-2022-02032023-12098>.

76. Kernel: новини компанії, інформація про Kernel. *Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії.*

URL: <https://forbes.ua/profile/kernel-220>.

77. Кернел. *Kernel*. URL: <https://www.kernel.ua/ua/>.

78. Дергачова Г. М., Смольникова В. Д. Аналіз доцільності виходу підприємства на новий ринок на прикладі ТОВ «Кернел». *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи* : Матеріали міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 8 груд. 2022 р. Київ, 2022. С. 276–277.

79. Харченко Т.Б. Вертикальна інтеграція як фактор підвищення конкурентоспроможності фермерських господарств // *Економічний дискурс*, Вип. 1.- 2019. – С.55-62

80. Бестужева С. В. Напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових перетворень в Україні / С. В. Бестужева, Д. О. Решетняк // *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. – 2018. – Вип. 1-1 (44). – С. 21-26.

81. Легостаєва, О. (2021). Визначення ключових чинників формування міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (7), 43-48.

82. Марина А. С., Юр О. С. Інноваційні технології в забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2023. №2(91). С. 28–34. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-2-3>.