

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

12.01 – КР. 2270 “С” 2023.12.14. 032 ПЗ

ШУЛЯКА ОЛЕКСАНДРА ВОЛОДИМИРОВИЧА

2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувача кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД

_____ Олена КОВТУН
(підпис)

" ____ " _____ 2024 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

«Методи стимулювання експорту сільськогосподарської продукції та
продовольства»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ Віра БУТЕНКО
(підпис)

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи

к.е.н., доцент

_____ Олена КОВТУН
(підпис)

Виконав

_____ Олександр ШУЛЯК
(підпис)

КИЇВ – 2024

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

адміністративного менеджменту та ЗЕД

к.е.н., доц. _____ Олена КОВТУН

(підпис)

" _____ " _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи студентці

Шуляку Олександр Володимировичу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Методи стимулювання експорту сільськогосподарської продукції та продовольства»**

затверджена наказом ректора НУБіП України від «14» грудня 2023 р. №2270«С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру **2024.05.27**

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі акти, навчальна та наукова література, офіційні статистичні матеріали, звіти та оперативні матеріали, дані міжнародної статистики та публікації наукових установ _____

Перелік питань, які потрібно розробити:

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСПОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

2. ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ВКП «АВАНТАЖ»

3. СТРАТЕГІЇ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКСПОРТУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Перелік графічних документів: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання « 29 » _____ грудня _____ 2023 р.

Керівник бакалаврської кваліфікаційної роботи

_____ Олена КОВТУН

Завдання прийняв до виконання

_____ Олександр ШУЛЯК

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСПОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	7
1.1. Економічна сутність поняття експортна діяльність	7
1.2. Поняття та структура агропромислового комплексу України	11
1.3. Основні форми та методи стимулювання експорту.....	17
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ВКП «АВАНТАЖ»	23
2.1. Характеристика аграрного підприємства «Авантаж»	23
2.2. Аналіз діяльності підприємства ТОВ ВКП «Авантаж»	28
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКСПОРТУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ	34
3.1. Методи та інструменти стимулювання експорту сільськогосподарської продукції у практиках різних країн	34
3.2. Пропозиції щодо зміни державної політики стимулювання експорту агропродукції.....	37
3.3. Пропозиції щодо покращення експортного потенціалу ТОВ ВКП «Авантаж»	42
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ	47

ВСТУП

У сучасному світі економічного розвитку головними завданнями країн, що націлені на зміцнення своєї позиції у глобальному господарстві, є активна участь у зовнішньоекономічних відносинах, зокрема в експорті продукції. Зважаючи на власні потреби та можливості, кожна країна старается максимально ефективно використовувати свої переваги у міжнародному поділі праці, враховуючи наявні ресурси та технології. Проте, у процесі зовнішньоекономічної діяльності більшість країн застосовують різноманітні інструменти та заходи, спрямовані на зміцнення позицій своїх виробників на міжнародних ринках.

В умовах війни в Україні експорт с/г продукції має велике значення для країни. Наразі потенціал експорту не реалізовується в повній мірі. Це пов'язано як з об'єктивними причинами, такими як ускладнення транспортування, перебої з паливно-мастильними матеріалами, нестачею фінансових ресурсів, так і з суб'єктивними. Враховуючи сучасний стан вітчизняних с/г підприємств, важливо зазначити, що ті, які здійснюють експортну діяльність, часто стикаються з рядом проблем, вирішення яких допомогло б підвищити їх конкурентоспроможність на світовому ринку. Серед основних причин, на додачу до інших, можна відзначити недостатньо розвинений механізм підтримки та стимулювання підприємств на різних етапах експортної діяльності.

Тож важливим питанням на сьогодні є відновлення підтримки вітчизняних виробників аграрної продукції та продовольства з урахуванням досвіду розвинених країн, де підтримка с/г виробництв відбувається на постійній основі.

Значний внесок у дослідження проблем стимулювання експорту зроблений у роботах зарубіжних економістів, таких як А. Бранх, Д. Гоппен, Й. Енгельхард, Д. Ернст, Д. Лефевр і інші. Також вітчизняні вчені, такі як М. Жук, Б. Калашников, Н. Карасьова, І. Тивончук та інші, приділяли значну увагу

дослідженню проблем, пов'язаних з експортним потенціалом підприємств та можливостями його підвищення.

Проте у науковій літературі бракує достатньої уваги питанням, які дозволяють зробити однозначні висновки щодо найефективніших методів стимулювання експорту сільськогосподарської продукції.

Метою дипломної роботи є визначення ефективних методів, які будуть сприяти збільшенню експорту с/г продукції українського виробництва, розвитку галузі та підвищенню конкурентоспроможності на світовому ринку.

Для досягнення поставленої мети в роботі поставлено наступні завдання:

- Дослідити поняття експортної діяльності та її впливу на економіку країни.
- Проаналізувати сучасний стан аграрного ринку України.
- Оцінити діяльність, в тому числі й експортну для ТОВ ВКП «Авантаж».
- Проаналізувати досвід різних країн у сфері стимулювання експорту с/г продукції.
- Сформулювати рекомендації щодо покращення методів стимулювання експорту вітчизняних виробників агропродукції.

Об'єктом дослідження є аграрне товариство з обмеженою відповідальністю виробничо-комерційне підприємство «Авантаж».

Предметом дипломної роботи є експортна діяльність ТОВ ВКП «Авантаж».

Методологічну основу досліджень складають сукупність прийомів і принципів наукового дослідження: аналітичний і логічний (виявлення теоретико-методичних проблем формування конкурентного середовища), системний підхід (дослідження досвіду розвинутих країн та України й формування на його основі пропозицій щодо вдосконалення конкурентного середовища).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКСПОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

1.1. Економічна сутність поняття експортна діяльність

У сучасних умовах глобалізації світового економічного розвитку, Україна, яка інтегрується в міжнародну економіку, має брати активну участь. Цьому сприяє активна експортна діяльність.

Вихід на зовнішні ринки допомагає адаптувати економіку до системи світових економічних відносин та формувати економіку відкритого типу. Одним із основних пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності є збільшення обсягів експорту та розвиток експорту, втім у дослідників й на зараз немає єдиного підходу до визначення цієї дефініції.

Меркантилісти XV-XVI століть розглядали експорт як джерело валютних надходжень у країну. Досягнення активного торговельного балансу пов'язувалося зі заходами державного втручання, а багатство розглядалося як наслідок нееквівалентного обміну у торговельних відносинах з іншими країнами. Т. Манн у своїй роботі вказав, що ключовою умовою для добробуту нації є експорт продукції у такому обсязі, який перевищує імпорт, а надмірне споживання іноземних товарів може бути обмежене за допомогою законів про пріоритетне використання власної продукції [16].

Адам Сміт у своїй книзі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) пропонує модель міжнародної торгівлі, що базується на збільшенні добробуту за допомогою мобільності праці між різними секторами економіки. Спеціалізація у виробництві, в рамках моделі А. Сміта, розглядається як джерело вигоди внаслідок підвищення ефективності виробництва. Однак Сміт підкреслює, що єдиним обмеженням для мобільності праці є розмір ринку. Думку Сміта розвинув Рікардо, довівши теорію порівняльної переваги. Рікардо запропонував модель з двома державами, двома товарами і одним фактором виробництва, розширюючи модель Сміта для випадку, коли одна держава є більш продуктивною у

виробництві обох товарів. Міжнародна торгівля, відповідно до Рікардо, є результатом міжнародних розбіжностей у відносній продуктивності праці. Подібно до моделі Сміта, у моделі Рікардо перехід до спеціалізації та експорту одного з видів продукції приносить користь та збільшення добробуту для обох економік. [26]

Це підтверджується дослідженнями Пола Кругмана, який показує, що валовий світовий випуск може зрости внаслідок зовнішньоторговельної спеціалізації держав у товарах, де вони мають порівняльні переваги. Інший тип ефектів полягає в користі від підвищення продуктивності національної економіки завдяки диверсифікації та перерозподілу ресурсів, враховуючи гіпотезу про зростаючу віддачу у виробничому секторі. [26]

На думку Кругмана, процес диверсифікації структури експорту є складним через вплив замкнених, саморегулюючих механізмів, що виникають при початковій спеціалізації. Кожна країна реагує на ці характеристики та ресурси своєю власною моделлю спеціалізації і торгівлі. Під впливом зовнішніх шоків, таких як торгова політика або зміни в обмінному курсі, структура торгівлі може тимчасово погіршитись, але коли ці зовнішні фактори зникають, вона автоматично відновлюється під впливом саморегулюючих механізмів.

Однією з небагатьох теорій міжнародної торгівлі, яка пояснює зовнішньоекономічні взаємозв'язки з точки зору попиту, є теорія перетину попиту, розроблена Стефаном Буренштам-Ліндером у 1961 році. Економіст висловив думку про те, що нова продукція, розроблена відповідно до потреб внутрішнього ринку, потім зазвичай з'являється на ринках, які мають подібні характеристики. Він підтримав свої твердження на прикладі нових американських товарів, які були представлені на європейському ринку у 1940-1950 роках і відрізнялися від існуючих технологічними особливостями, такими як холодильники, телевізори, комп'ютери тощо. Він стверджував, що споживачі з високим рівнем доходу більш схильні придбавати дорогі товари.

Таким чином, перетин структури попиту між країнами, які імпортують та експортують товари та мають однаковий високий рівень доходу, прямо впливає на розвиток торговельних відносин між ними. Тобто подібність країн стає основним фактором у розвитку зовнішньоекономічних відносин. Теорія, однак, не враховує різноманітності доходів населення країн, що може обмежувати її застосування у випадку значних розбіжностей між мінімальним та максимальним рівнями доходу в різних країнах. [5]

Найбільш відповідною сучасним умовам розвитку зовнішньоекономічної діяльності є теорія конкурентних переваг, розроблена Майклом Портером і опублікована у 1991 році. Портер вважає, що на міжнародному ринку конкурують саме фірми, а не країни. Він підкреслює необхідність зрозуміти, як саме фірма створює та утримує конкурентну перевагу, для того щоб зрозуміти роль країни у цьому процесі. Таким чином, він звертає увагу на різноманітні соціально-культурні фактори та національні особливості, які, на його думку, є ключовими для успіху національної промисловості на міжнародних ринках. [5]

У початку ХХІ століття нові моделі теорії торгівлі розглядають процеси підвищення ефективності національної економіки як результат перерозподілу ресурсів від менш ефективних фірм до більш продуктивних у межах окремих сфер. Особливістю цих моделей є акцент на аналізі рівня фірми, а не лише на рівні галузі. Наприклад, Мелітц досліджує нові переваги міжнародної торгівлі та вказує на те, що лише найбільш результативні фірми мають можливість виходити на експортний ринок, тоді як менш результативні фірми продовжують працювати для внутрішнього ринку, і найменш ефективні фірми витісняються з ринку. [8]

Стаття 82 Митного кодексу України визначає експорт як митний режим, за якого українські товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу без зобов'язання їх повернення [20].

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», термін «експорт» визначається як «...продаж товарів українськими суб'єктами

зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. При цьому термін реекспорт (реекспорт товарів) означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, що були раніше імпортовані на територію України». [26]

В. Є. Новицький зауважує, що тлумачення терміну «експорт» у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» включає різні види торгівельної діяльності, які теоретично не відносяться до зовнішньоекономічної діяльності, наприклад, реалізація продукції іноземцям-резидентам без перетину митного кордону України. Також, деякі види торгівельної діяльності, які варто розглядати як експорт, включають реалізацію товарів за митним кордоном України, коли покупцями виступають фізичні чи юридичні особи України [22]. Тобто визначення поняття експорту законодавцем не є задовільним.

Натомість автор пропонує своє визначення: «Експорт - це процес продажу товарів, послуг, капіталу або інших матеріальних або нематеріальних благ за межі національного кордону, який здійснюється суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності з метою отримання прибутку або інших економічних користей.» [22]

Блануца визначає експортні операції як діяльність, що пов'язана з продажем і вивезенням за кордон товарів для передачі їх у власність іноземного контрагента. [2]

Шкурупій визначає експорт як продаж товарів чи послуг, що були виготовлені на території країни-експортера суб'єктам країни імпортера. [11]

Також експорт можна визначити як вихід підприємства на зовнішній ринок. [37]

Згідно з визначенням Циганкової Т.М., експорт - це вивіз товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної власності та виключних прав на них за межі митної території країни без зобов'язання їх повернення. Факт експорту

фіксується в момент перетинання товаром митного кордону або надання послуг та прав на результати інтелектуальної діяльності. Обсяги експорту визначаються вартісними або натуральними одиницями за певний період, зазвичай за рік. Наприклад, коли мова йде про однорідні, порівнянні товари, такі як вугілля, нафта, газ тощо, їх можна вимірювати в натуральних одиницях. [36]

Таким чином, резюмуювши визначення дефініції експорт, можна сказати, що це продаж товарів та послуг іноземним особам, фірмам, організаціям та спільним підприємствам, навіть без фізичного вивозу їх за кордон.

1.2. Поняття та структура агропромислового комплексу України

Агропромисловий комплекс (АПК) України відіграє ключову роль у національному господарстві та є складною системою, що об'єднує різні галузі, спрямовані на виробництво, транспортування, зберігання, переробку та реалізацію сільськогосподарської продукції. Земля є основним засобом виробництва в агропромисловому комплексі, який включає сільське господарство, харчову промисловість, матеріально-технічне та фінансове забезпечення [33, 12].

У правовому полі агропромисловий комплекс визначається як біоекономічна система, що інтегрує сільське господарство та суміжні галузі, що займаються постачанням, переробкою, зберіганням та реалізацією сільськогосподарської продукції [3]. Агропромисловий комплекс охоплює сільське та рибне господарство, харчову промисловість, перероблення сільськогосподарської продукції та її матеріально-технічне та фінансове забезпечення.

В роботі Андрійчук В.Г., агропромисловий комплекс розглядається як широке поняття, що включає в себе сфери виробництва, сільського господарства, заготівлі та зберігання сировини, ринкову та виробничу інфраструктуру [3]. Однак, розмежування між окремими сферами, зокрема

між сферою переробки, може бути неоднозначним і ускладнюється їх перетином.

Дусановський С.Л. та Білан Є.М. відокремлюють чотири сфери агропромислового комплексу (АПК) України: 1) галузі, які виробляють засоби виробництва для сільського господарства і АПК; 2) сільське господарство (рослинництво, тваринництво); 3) галузі промисловості, які переробляють сільськогосподарську сировину; 4) виробнича та соціальна інфраструктура (заготівля, зберігання, транспортування і реалізація продукції, підготовка кадрів, заклади з відтворення робочої сили) [8].

Найбільш поширеною вважається трьохфакторна модель структури агропромислового комплексу України, яка включає: 1) сільське господарство; 2) галузі, що виробляють засоби виробництва та обслуговують АПК; 3) галузі зі збереження, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції [3].

У Законі України «Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001-2004 років» наведено таке визначення: «сільське господарство (сільськогосподарське виробництво) — вид господарської діяльності з виробництва продукції, яка пов'язана з біологічними процесами її вирощування, призначеної для споживання в сирому і переробленому вигляді та для використання на нехарчові цілі». [29]

Чомусь розповсюджена думка, що сфера «сільського господарства» включає тільки «рослинництво» та «тваринництво», в той час як вона охоплює ширший спектр галузей. Державна служба статистики України [6] представляє економічну інформацію у блоку «Сільське, лісове та рибне господарство», розбиваючи її на підгрупи: «сільське господарство», «лісове господарство та мисливство» і «рибне господарство». Згідно з Класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), секція А включає розділи: «сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг», «лісове господарство та лісозаготівлі» і «рибне господарство» [21].

Отже, сільськогосподарські підприємства, селянські, фермерські, рибальські та рибницькі господарства є рівнозначними суб'єктами господарювання. В Україні постійно заснуються і діють суб'єкти господарювання різних організаційно-правових форм. За останні роки частка суб'єктів господарювання в сільському господарстві становила понад 4% від загальної кількості суб'єктів, переважно підприємства [6].

Основними формами господарювання в агропромисловому комплексі є сільськогосподарські та агропромислові підприємства, агрофірми, різноманітні об'єднання та кооперації. На жаль, законодавство не визначає чітко трактування цих економічних категорій або їх особливості функціонування та специфіки діяльності.

Агропромисловий комплекс становить приблизно 16% всіх робочих місць і є одним із ключових секторів, що формують експортний потенціал національної економіки. Його частка у загальному бюджеті України складає у середньому 20% за останні роки, а також внесок у ВВП становить близько 10% та приблизно 30% експорту товарів [6].

Говорячи про внутрішню спеціалізацію України у сфері АПК, перевага надається виробництву рослинництва. За період з 1990 по 2018 роки відбулися зміни у площі посівів сільськогосподарських культур через зменшення відведених земель під кормові культури, що пов'язано зі зменшенням виробництва тваринництва у сільському господарстві [7]. Зі зростанням попиту на соняшник на зовнішніх ринках значно збільшилися площі, відведені під його вирощування. Площі, призначені під картоплю та цукровий буряк, залишаються стабільними без суттєвих змін, оскільки внутрішній попит на ці культури залишається стабільним.

Іншою тенденцією є щорічне зменшення кількості великої рогатої худоби. У 2018 році спостерігалось найнижче поголів'я великої рогатої худоби за всю історію України. Наприклад, кількість молочних корів становила приблизно 1,9 млн голів. [6]

Проте, виробництво продуктів з рослинної та тваринної сировини зазнало суттєвого спаду в останні роки. Зокрема, експортне виробництво продуктів зростає, проте уповільнюється темп його зростання. Виходячи з аналізу даних, найбільшим чинником впливу є війна та різке скорочення виробництва через окупацію територій. Втім є й додаткові фактори, що є похідними від війни: ускладнення логістики, брак персоналу через мобілізацію, ускладнення робіт через мінну та ракетну небезпеку, ракетні удари, що знищували зерносховища, протести та закриття кордонів. Можна з впевненістю стверджувати, що українське сільське господарство зазнало найгірших часів за роки незалежності, результати яких не зрівнюються навіть з економічними кризами та глобальною пандемією.

Під час воєнного конфлікту і в умовах обмежених джерел статистичної інформації можна спостерігати зміни у показниках сільськогосподарської продукції за рік 2022 порівняно з попереднім періодом (табл. 1). Навіть в цей період деякі регіони, такі як Львівська і Закарпатська області, зафіксували зростання обсягів сільськогосподарської продукції. Причому, в Львівській області це досягалося завдяки діяльності сільськогосподарських підприємств, а в Закарпатській - завдяки господарствам населення. В областях Волинська, Рівненська, Тернопільська та Івано-Франківська області виробництво сільськогосподарської продукції було близьким до рівня 2021 року, оскільки ці регіони менше постраждали від воєнних дій. У Центральній Україні лише Польська область майже не зменшила обсяги сільськогосподарського виробництва (99,7%), а серед регіонів Північної України найменше зменшення було в Сумській області (93,7%). Проте всі регіони Південної та Східної України відзначили значне зменшення сільськогосподарського виробництва, особливо це стосується Херсонської, Запорізької, Миколаївської, Донецької, Луганської та Харківської областей, де продовжуються активні військові дії.

[19]

Таблиця 1.1.

Індекси сільськогосподарської продукції за регіонами у 2022 році (у постійних цінах 2016р.; % до попереднього року)

Регіони	Господарства усіх категорій			У тому числі					
	Продукція с/г	з неї		Підприємства			Господарства населення		
		росл.	тварн.	Прод. с/г	з неї		Прод. с/г	з неї	
					росл.	тварн.		росл.	тварн.
Західна Україна									
Волинська	97,0	99,0	92,1	92,9	93,5	91,5	102,3	106,4	92,9
Рівненська	95,8	95,5	96,6	92,4	91,6	97,4	99,2	100,4	96,2
Львівська	103,4	105,8	97,3	107,2	107,0	107,8	99,2	104,3	88,7
Тернопільська	95,3	93,7	102,9	93,6	92,2	104,3	99,3	98,1	101,9
Івано-Франківська	98,1	97,5	99,1	96,8	94,0	104,7	99,1	101,3	96,4
Хмельницька	89,8	86,6	106,6	85,9	83,0	113,9	101,2	101,1	101,3
Закарпатська	100,5	101,8	99,1	85,2	83,2	107,2	102,4	105,9	98,9
Чернівецька	91,9	90,9	94,8	82,1	81,2	86,9	96,0	95,7	96,7
Центральна Україна									
Вінницька	81,7	75,0	97,9	78,4	69,1	100,0	92,4	93,2	90,1
Кіровоградська	86,5	85,1	99,6	82,8	82,1	104,5	94,1	93,0	98,0
Черкаська	87,3	84,7	93,4	84,3	79,9	94,0	99,8	103,0	89,8
Дніпропетровська	80,9	78,1	90,7	80,4	76,7	91,1	82,1	80,9	89,1
Полтавська	99,7	100,3	96,6	99,2	99,2	99,5	101,0	103,3	92,0
Південна Україна									
Миколаївська	56,2	54,2	77,6	56,2	55,0	113,2	56,2	52,3	71,0
Запорізька	25,1	23,4	41,7	17,1	16,3	35,1	41,9	41,2	44,9
Одеська	68,5	66,0	95,4	64,3	63,6	98,4	77,3	72,3	94,9
Херсонська	4,9	3,1	21,3	6,3	5,1	28,0	2,8	-	17,9
Північна Україна									
Житомирська	83,5	82,6	88,1	77,0	75,7	97,3	93,5	97,5	85,5
Київська	79,2	76,2	88,0	75,4	68,7	96,4	89,9	98,8	68,8
Чернігівська	79,2	77,6	93,2	76,2	74,9	94,6	95,0	96,4	91,5
Сумська	3,7	96,3	75,1	94,3	95,2	80,5	91,6	102,2	71,2
Східна Україна									
Донецька	26,5	21,6	45,7	23,7	17,7	47,4	31,6	28,8	45,5
Луганська	29,8	25,7	73,2	0,6	0,3	13,9	93,0	95,8	837
Харківська	44,2	45,2	37,4	43,6	44,0	40,2	45,4	48,4	34,6
Україна	75,0	72,0	88,0	72,0	68,5	91,8	81,4	80,6	83,6

Джерело: [19]

За даними Данила Гетьманцева на середину квітня 2024 року освоєно вже 1,26 млн. га посівних площ (+408,6 тис. га за тиждень, що закінчується), зокрема, по культурах:

- ячмінь - 683,4 тис. га;

- пшениця - 173,9 тис. га;
- горох - 147,7 тис. га;
- кукурудза - 120,0 тис. га;
- овес - 117,0 тис. га;
- соняшник - 470,1 тис. га;
- цукрові буряки - 157,6 тис. га;
- інші зернові культури – 17,2 тис. га.

З початку 2024 року понад 5,2 тисячі сільськогосподарських виробників отримали загалом майже 34 млрд. грн. банківських кредитів, зокрема за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9» – майже 3 тисячі аграріїв скористались фінансуванням на суму 13 млрд. грн. [39]

Країна активно експортує свою продукцію до більш ніж 190 країн світу та має сильну позицію на світовому ринку, особливо у сегментах експорту зернових та олійних культур. [30]

Аналіз товарної структури експорту України свідчить про спад у більшості товарних груп з 2015 року. Це пов'язано з кризовими явищами в економіці, втратою російського ринку та заборонаю транзиту через Росію. Імпорт також зменшився, що свідчить про зростання виробництва в Україні та меншу залежність від імпорту.

У структурі експорту переважає рослинництво (більше 50%), тоді як тваринництво становить менше 6%, що пояснюється не відповідністю продукції стандартам ЄС та виробництвом в господарствах населення. У імпорті традиційно переважають деякі товари, такі як насіння олійних культур, фрукти (особливо цитрусові та банани), горіхи, морожена риба та ракоподібні, тютюнові вироби та харчові продукти, що становлять понад 55% імпорту продовольства.

Більшість агропромислової продукції експортується до країн ЄС та колишнього СНД, проте частка останніх знизилась з 21,3% у 2013 році до 7,5% у 2016 році. Найбільшими ринками збуту залишаються країни Азії, з Індією, Іраном та Туреччиною на чолі.

Серед країн ЄС основними партнерами є Іспанія, Нідерланди та Італія, а трійку лідерів доповнюють країни Африки, з Єгиптом, Лівією та Тунісом. Тенденцією останніх років є зменшення виручки від експорту товарів, проте зростання експорту сільськогосподарської продукції.

За останні п'ять років частка АПК в структурі експорту зросла з 26% до 42%, проте основу експорту все ще становлять сировинні продукти, зокрема, рослинного походження, такі як пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби. [30]

В аналітичному звіті Національного інституту стратегічних досліджень відзначається, що для забезпечення сталого конкурентного розвитку аграрного сектору і зменшення негативних впливів світової кон'юнктури Україні необхідно розширювати асортимент та географію аграрного експорту.

Фахівці підкреслюють, що сировинний напрямок не є перспективним, якщо Україна продовжуватиме позиціонуватися як постачальник сировини з високою доданою вартістю. Протягом останніх двадцяти років частка доданої вартості сільського господарства та харчової промисловості у структурі валової доданої вартості знизилася з 23% до 14% [35]. Це стрімке зниження створює реальну загрозу національній продовольчій безпеці.

Головними експортними позиціями українського агропродовольчого сектору є продукція з низьким та середнім рівнем переробки, такі як зернові та олійні культури, соняшникова олія та харчова промисловість. Частка цих товарних позицій зростає, досягаючи майже 90% у 2023 році. Важливо замінити суто сировинний напрям експорту, стимулюючи інвестиції у виробництво, зокрема, переробку олійних культур на харчові та біоенергетичні цілі. Також перспективною галуззю для розвитку вітчизняного сільськогосподарського сектору є органічна, але для цього необхідно розвивати систему сертифікації та уніфікувати її з європейською.

1.3. Основні форми та методи стимулювання експорту

Контролюючи зовнішньоторговельну діяльність, держава зацікавлена в стимулюванні експорту, оскільки збільшення обсягів експорту призводить не

лише до підвищення ефективності підприємств, але й сприяє зростанню надходжень до державного бюджету та підвищенню рівня зайнятості.

У зарубіжній науковій літературі [23] виділяють дві основні категорії методів стимулювання: матеріальні та функціональні (організаційні). Матеріальні методи включають інструменти фінансового стимулювання, які полягають у наданні певних матеріальних ресурсів виробництву (капітал, ресурси, субсидії) та різних видів компенсацій, таких як премії, дотації, кредити, які зменшують витрати експортерів і відповідно збільшують їхній прибуток. З іншого боку, функціональні методи спрямовані на полегшення управлінських функцій підприємств в процесі здійснення експортних операцій, такі як допомога в відкритті нових ринків, надання інформаційної та консультаційної підтримки, посередницька діяльність тощо.

Ці методи зазвичай забезпечуються державою або підтримуваними нею установами та використовуються переважно для підприємств, які не мають достатньої інфраструктури чи зовнішньої орієнтації, але мають потенціал для здійснення експортних операцій.

Гордіца К.А. [4] розділяє заходи підтримки, спрямовані на стимулювання експорту, на прямі і непрямі. Прямі методи включають фінансове стимулювання, прямі інвестиції акціонерного капіталу і державних кредитів, які доповнюються прискоренням наукових досліджень. Ці методи активно використовуються в країнах, таких як Японія, Франція, Китай, Індія.

Непрямі методи створюють економічне середовище, яке впливає на об'єкт стимулювання у певному напрямку, і включають надання різних форм податкових і митних пільг, які сприяють поліпшенню технічного рівня виробничої бази та активізації підприємницької діяльності. Цей підхід поширений у країнах, таких як США, Німеччина, Велика Британія, Туреччина.

У сучасній практиці стимулювання експорту промислово розвиненими країнами світу переважно базується на економічних методах: використання різних економічних засобів для досягнення економічних цілей та показників. Оскільки в умовах ринкової економіки взаємовідносини між суб'єктами

господарювання ґрунтуються на економічних інтересах, економічне стимулювання вважається найефективнішим.

До економічних методів стимулювання, перш за все, належать фінансові методи. Їх широко використовують в державній економічній політиці, що включає надання різних видів фінансової підтримки суб'єктам економіки: прямі субсидії, субвенції, позики, пільгове кредитування, формування податкових ставок та державних замовлень. Світова практика показує, що фінансові методи становлять основу політики стимулювання експорту.

Експортне фінансування спрямоване на забезпечення фінансових ресурсів для проведення експортних операцій з метою зниження вартості експортних товарів та підвищення їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Цей вид фінансування може бути здійснений як за рахунок державних коштів, так і за рахунок приватного сектору: банків, фондів та приватних інвесторів.

Одним з найпоширеніших методів експортного фінансування є надання експортних кредитів, часто через урядові або напівурядові організації, а також шляхом надання гарантій та поручительств. Експортні кредити надаються підприємствам-експортерам для тимчасового користування фінансовими ресурсами з умовою їх повернення під певний відсоток, що передбачений умовами кредитування. Ці ставки зазвичай нижчі за ринкові, оскільки держава субсидує систему кредитування експорту.

Експортне кредитування може бути як фірмовим, коли кредит надається від імені самого експортера, так і банківським, а також комбінованим, коли державний кредит поєднується з кредитами приватних банків та міжнародних організацій.

Ще одним методом стимулювання експорту продукції є експортні замовлення на виробництво продукції. Ці замовлення гарантують виробникам стабільний збут їхніх товарів за вигідних умов. У світовій практиці можна побачити, що в разі отримання підприємством експортного замовлення, держава може надати експортне кредитне страхування в межах державних

норм дотацій. Крім того, для великих замовлень, які передбачають тривале фінансування від покупця чи його банку, існує можливість покриття кредитних ризиків та ризиків зміни валютного курсу. Ці заходи сприяють збільшенню активності експортерів на міжнародних ринках.

Беручи до уваги всі переваги та недоліки підтримки експорту та надання субсидій, перевагами їх використання є коригування недоліків ринкового саморегулювання та використання переваг масштабу експорту. Поміж аргументів проти використання практики субсидій називають спотворення конкуренції, неефективне використання ресурсів у субсидованих галузях, неспроможність ефективного розподілу державних коштів та спотворення стимулів. Для товаровиробників-експортерів найважливішим є отримання прибутку, тоді як для економічного розвитку країни важливим є показник доданої вартості від експортної діяльності.

Стратегія імпортозаміщення стає все більш обговорюваною у контексті стимулювання експорту. Заміщення імпорту може розглядатися як попередня стратегія для стимулювання експорту, існує послідовна система взаємозв'язків між цими двома стратегіями, а за певних умов вони можуть бути реалізовані одночасно.

Загально всі методи стимулювання експорту можна представити у форму схеми (рис.).

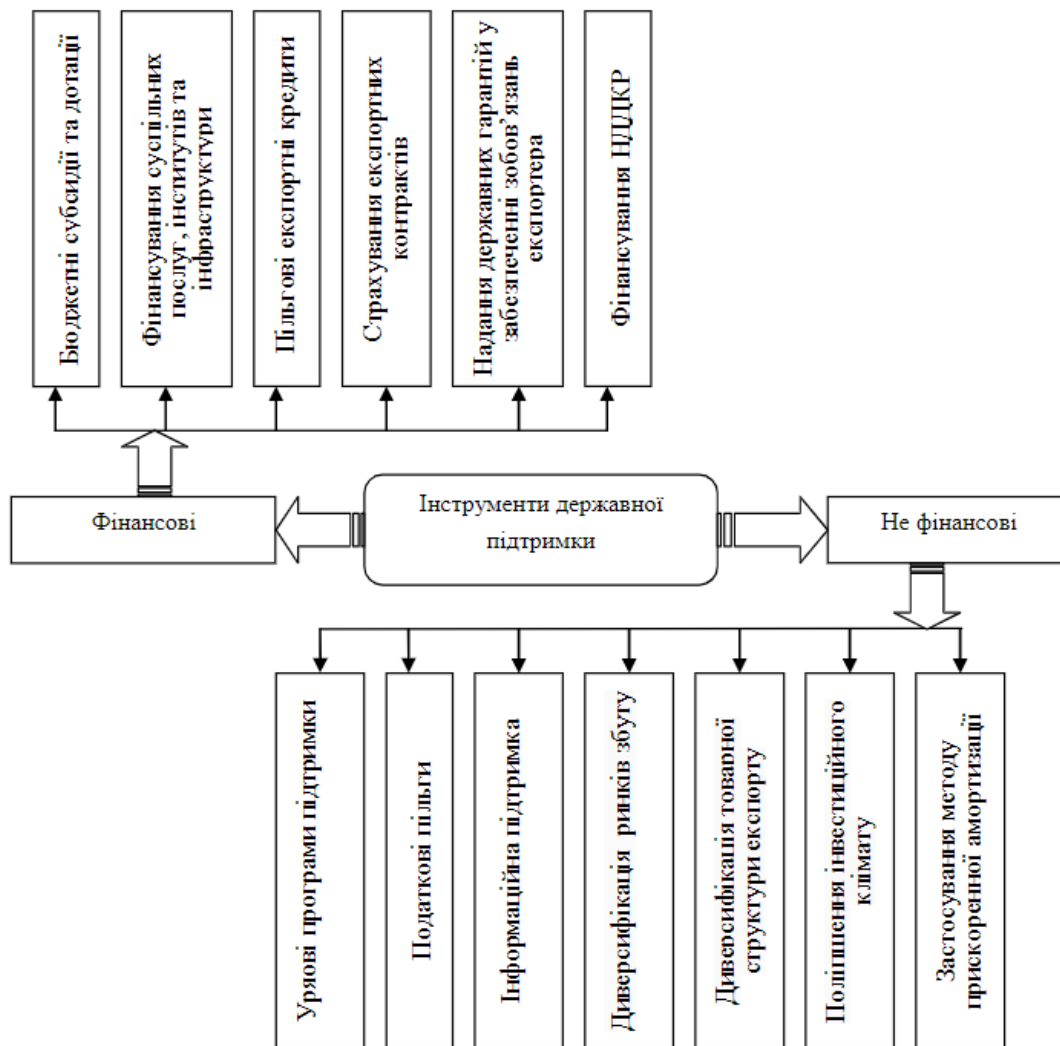


Рисунок 1.1. Класифікація методів стимулювання експорту агропродукції

Джерело: [40]

Згідно з інформацією Всесвітньої організації торгівлі, майже 77% зростання обсягів експорту у світовій економіці за останні десять років припадає на розширення торгівлі на основі існуючих експортних потоків, у той час як приблизно 28% цього зростання є результатом торгівлі новими видами продукції. Проте співвідношення між кількісним та якісним зростанням експорту значно відрізняється для різних країн та регіонів, викликаючи різні темпи економічного розвитку.

Кількісне збільшення експорту сприяє використанню економії масштабу для експортерів і підвищенню продуктивності наявних виробничих ресурсів. З іншого боку, якісне збільшення експорту або диверсифікація експортної

продукції відкриває шлях для розподілу ресурсів між секторами, введення нових факторів виробництва, таких як машини та обладнання, та розвитку нових форм людського капіталу, що необхідні для конкуренції на сучасних ринках.

З метою стимулювання експорту продукції з боку держави можна використовувати різні підходи до своєї зовнішньоекономічної та внутрішньої політики, такі як податкова, митно-тарифна, валютно-фінансова політика та методи нетарифного регулювання. Ефективна реалізація таких заходів дозволяє розширити експорт продукції, підвищуючи її якість та забезпечуючи географічну диверсифікацію експорту на найвигідніших умовах.

Науковці [3, 8, 9, 17] виділяють два основних типи зростання експорту: перший - це наслідки збільшення експорту в межах існуючих експортних потоків; другий - це наслідки збільшення експорту через диверсифікацію експортної продукції та введення нових видів експорту внаслідок структурних змін в економіці. Перший тип сприяє підвищенню ефективності національної економіки за рахунок розподілу ресурсів у виробничому секторі.

Другий тип ефектів – це користь від підняття успішності національної економіки в результаті диверсифікації, перерозподілу ресурсів за гіпотезою про зростаючу віддачу від діапазону у виробничому секторі.

Відповідно з боку держави може бути як стимулювання діючих підприємств, так і постійний пошук нових перспективних та конкурентоспроможних секторів національної економіки, які можуть мати попит на міжнародному ринку. На прикладі аграрного ринку це нова продукція, культури, які ще не експортуються з України.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ ВКП «АВАНТАЖ»

2.1. Характеристика аграрного підприємства «Авантаж»

ТОВ ВКП «Авантаж» - це підприємство, яке займається вирощуванням продуктів рослинництва, їх переробкою та реалізацією. Компанія заснована у 2022 році, діє на території Теофіпольської громади Хмельницької області. Керівником компанії є Шуляк Володимир Васильович.

Володимир Шуляк до 2022 року працював на керівній посаді в агрокомпанії «Меркурій», має великий досвід не тільки управлінця, але й на у сфері виробництва.

Місія агропідприємства «Авантаж» полягає в реалізації двох ключових аспектів. По-перше, це виробництво високоякісної та безпечної сільськогосподарської продукції. Мета - забезпечити споживачів продуктами, що відповідають найвищим стандартам якості і безпеки. По-друге, компанія прагне бути активним учасником у сталому розвитку сільських територій задля збереження середовища, підтримки місцевої економіки та сприяння розвитку сільських громад.

Візія ТОВ «Авантажу» полягає у створенні сильного та конкурентоспроможного сільськогосподарського підприємства, яке стане лідером на ринку, шляхом поєднання передових технологій, ефективного використання ресурсів та управлінських практик, що ґрунтуються на прозорості, інноваціях та сталому розвитку. Компанія прагне бути не лише лідерами у галузі сільськогосподарського виробництва, а й прикладом ефективного підприємства, що відповідально діє перед споживачами, співробітниками та громадою.

Цілями підприємства можна визначити:

1. Забезпечити виробництво продукції, яка відповідає найвищим стандартам якості та безпеки.

2. Збільшити обсяги виробництва та розширити асортимент продукції, щоб задовольняти попит споживачів та розширювати ринки збуту.

3. Підвищити ефективність використання ресурсів, включаючи землю, воду, енергію та інші матеріальні ресурси.

4. Зберегти та підвищити родючість ґрунтів, зменшити вплив агропромислового виробництва на довкілля та забезпечити сталість виробництва на довгострокову перспективу.

5. Підтримувати соціальну відповідальність, сприяючи розвитку місцевих громад, надавати гідні умови праці для співробітників та сприяти їхньому соціальному та економічному розвитку.

Для досягнення цілей, ТОВ «Авантаж» використовує комплексний підхід до управління та розвитку. Основу стратегії складає поєднання інноваційних рішень та практичного досвіду. Компанія надає пріоритет впровадженню передових технологій у всіх аспектах виробництва, починаючи від добору посівних матеріалів та закінчуючи механізацією та автоматизацією процесів.

Зокрема, стратегія передбачає:

1. Активне запровадження передових методів вирощування культур, використання сучасних сортів насіння, впровадження систем поливу та захисту рослин, що забезпечать підвищену продуктивність та якість.

2. Підприємство планує зосередитися на оптимізації використання земельних ресурсів, води, добрив та енергії, впроваджувати системи зрошення з ефективним управлінням водними ресурсами, а також застосовувати органічні методи добривництва для збереження ґрунтів та здоров'я рослин.

3. Стратегія передбачає постійний контроль якості продукції на всіх етапах виробництва, від вибору насіння до зберігання та транспортування готової продукції. Також важливою є розробка довгострокових стратегій збереження родючості ґрунтів та уникненні деградації природних ресурсів.

4. Перевага партнерства з місцевими громадами та розвиток місцевих ініціатив. Компанія створює робочі місця, сприяє соціальному розвитку та підтримує місцеві інфраструктурні проекти.

Таким чином, стратегія спрямована на досягнення стійкого розвитку підприємства «Авантаж», яке забезпечить якісну продукцію, збалансований використання ресурсів та позитивний вплив на оточуюче середовище і спільноту. Важливо зазначити, що серед цілей компанії є розширення ринку збуту продукції, тобто є розуміння того, що варто постійно працювати над новими каналами збуту та налагоджувати міжнародні продажі.

Основні КВЕДИ, за якими працює компанія:

- Компанії які вирощують зернові культури.
- Вирощування овочів і баштанних культур.
- Вирощування пряних, ароматичних і лікарських культур.
- Розведення свиней.
- Розведення інших тварин.
- Допоміжна діяльність у рослинництві.
- Допоміжна діяльність у тваринництві.
- Післяурожайна діяльність.
- Обробка насіння для відтворення.
- Виробництво м'яса.
- Виробництво м'ясних продуктів.
- Виробництво олії та тваринних жирів.
- Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості.
- Виробництво хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання.
- Виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів.
- Виробництво цукру.
- Виробництво готової їжі та страв.

- Виробництво харчових продуктів.
- Виробництво готових кормів для тварин, що утримуються на фермах.
- Виробництво безалкогольних напоїв, мінеральних вод розлитих в пляшки.
- Діяльність посередників у торгівлі сільськогосподарською сировиною.
- Оптова торгівля зерном, тютюном, насінням та кормами для тварин.
- Оптова торгівля м'ясом та м'ясними продуктами.
- Надання в оренду сільськогосподарських машин і устаткування.
- Надання в оренду інших машин, устаткування і товарів.
- Міжнародна діяльність.

«Авантаж» згідно звіту «Про площі та валові збори сільськогосподарських культур, плодів, ягід і винограду» (Додаток Б) має 234,23 га земель, розміщених на території Хмельницької області. Ці землі стали основою для впровадження сучасних агротехнологій та високопродуктивного сільськогосподарського виробництва.

У підприємства «Авантаж» використовуються передові агротехнології та інноваційні методи вирощування сільськогосподарських культур. Поля підприємства регулярно обробляються сучасною сільськогосподарською технікою. В таблиці 2.1 представлено перелік техніки, що стоїть на балансі підприємства.

Таблиця 2.1.

Перелік обладнання ТОВ ВКП «Авантаж»

№п/п	Назва ТЗ	Кількість
1	Комбайн зернозбиральний CLAAS LEXION 760	10
2	Комбайн зернозбиральний CLAAS LEXION 480	10
3	Трактор CLAAS CHALLENGER 95E (CAT) гусеничний з Автоплотом ДжонДір точність до 2см із своєю базовою станцією	2

4	Трактор Case 7250 колісний з Автопілотом ДжонДір точність до 2см із своєю базовою станцією	1
5	Трактор Case 7250 колісний з Автопілотом ДжонДір точність до 2см із своєю базовою станцією	1
6	Трактор Беларус (МТЗ) 892	2

Джерело: Додаток В

«Авантаж» спеціалізується на вирощуванні зернових культур, олійних культур та технічних культур, у планах є розвиток напрямку екологічного землеробства.

На сьогодні в компанії працюють 45 людей. Організаційна структура – лінійна, що характеризується підпорядкуванням одному керівнику, в кожному з відділів виконується весь комплекс робіт, що пов'язаний з його управлінням.

ТОВ «Авантаж» включає в себе такі підрозділи:

1. Керівник компанії, що координує всі підрозділи та формує стратегію розвитку підприємства.
2. Виробничий відділ: відповідає за всі аспекти сільськогосподарського виробництва, включаючи пошук нових технологій для підвищення врожайності та ресурсозбереження.
3. Фінансовий відділ: забезпечує фінансове планування, облік і аналіз фінансової діяльності, управління бюджетом та фінансове забезпечення проектів підприємства, бухгалтерський облік та аудит.
4. Логістичний відділ: забезпечує ефективну логістичну підтримку всіх операцій підприємства, включаючи постачання матеріалів, транспортування та складське управління.
5. Відділ технічного обслуговування та ремонту техніки.
6. Відділ кадрів та адміністрації: відповідає за управління персоналом, розвиток кадрового потенціалу, а також за адміністративні питання підприємства.

Як бачимо, у структурі відсутній комерційний відділ, що має забезпечувати процес реалізації продукції, шукати партнерів та клієнтів для вигідних угод та максимізації прибутку підприємства. В тому числі спеціаліст з цього напрямку міг би займатися пошуком партнерів за кордоном. Наразі ці

функції взяв на себе керівник компанії. Також можна відзначити, що в компанії немає відділу маркетингу, який, в тому числі, може будувати сильний бренд «Авантаж» та постійну комунікацію з державними органами.

Також одним з важливих експертів міг би стати грантовий спеціаліст. В цьому випадку компанія могла б жвавіше працювати з державними та приватними програмами підтримки аграрних підприємств.

2.2. Аналіз діяльності підприємства ТОВ ВКП «Авантаж»

За даними звіту про фінансові результати за 2023 рік, компанія «Авантаж» демонструє позитивну динаміку фінансових показників. Чистий прибуток підприємства за цей період становив 135,5 тис. грн, для порівняння, на 2022 рік компанія отримала збиток у розмірі 207,5 (Додаток Г та Г).

Основною статтею доходів підприємства є чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), який у 2023 склав 32736,3 тис. грн. Це на 108,54% перевищує аналогічний показник попереднього року. Це свідчить про підвищення обсягів реалізації продукції та послуг підприємства.

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) за 2023 рік становила 32571,1 тис. грн. Це на 112,84% більше, ніж за аналогічний період попереднього року. Зростання собівартості реалізованої продукції є результатом зростання обсягів реалізації продукції та послуг, що супроводжується зростанням витрат на їх виробництво.

Інші операційні витрати 2023 року склали 602,6 тис. грн. Це на 40% більше, ніж за аналогічний період попереднього року. Зростання інших операційних витрат також є результатом збільшення обсягів реалізації продукції та послуг, що супроводжується зростанням витрат на їх збут. Інші витрати 2023 року залишилися на рівні 2022.

Фінансовий результат до оподаткування за 12 місяців 2023 року становив 165,2 тис. грн, враховуючи збитковість у минулому році, це гарна тенденція.

Податок на прибуток 2023 року склав 29,7 тис. грн, тобто підприємство вносить свій вклад у доходи бюджету України.

Крім дослідження звіту про фінансові результати варто враховувати загальнофінансові коефіцієнти. У практиці аналізу результатів діяльності фірми застосовується зведена таблиця фінансових показників, що включає коефіцієнти ліквідності, коефіцієнти стійкості, коефіцієнти ділової активності, коефіцієнти прибутковості. Розрахуємо основні з них:

- Коефіцієнт поточної ліквідності (КПЛ) визначається як відношення фактичної вартості наявних у фірми оборотних коштів у вигляді виробничих запасів, готової продукції, грошових коштів, дебіторських заборгованостей і інших оборотних активів (підсумок 2-го розділу балансу) до найбільш термінових зобов'язань компанії у вигляді короткострокових кредитів банків, короткострокових позик і різних кредиторських заборгованостей (підсумок 3-го розділу балансу за вирахуванням рядків 1640, 1650). Нормативне значення коефіцієнта - не менше 2. Для ТОВ «Авантаж» значення цього коефіцієнту складає 2,4. Це нормативне значення коефіцієнту, втім воно близьке до мінімального. Це означає, що існує ризик втрати поточної ліквідності. Рішенням цієї проблеми може стати реструктуризація кредитних зобов'язань та використання довгострокового фінансування, яке, зазвичай, має нижчу відсоткову ставку. Також вирішенням може стати участь у грантових програмах, що збільшить власний капітал компанії, прибравши необхідність у займах.
- Коефіцієнт забезпеченості власними засобами (КЗВЗ) визначається як відношення різниці між обсягами джерел власних коштів (Підсумок 3-го розділу балансу) і фактичною вартістю основних засобів та інших необоротних активів (підсумок 1-го розділу балансу) до фактичної вартості знаходяться в наявності у фірми оборотних коштів у вигляді виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, грошових коштів, дебіторської заборгованості та інших оборотних активів (підсумок 2-го розділу балансу). Нормативне значення - не менше 0,1. Розрахунки

показують, що для ТОВ «Авантаж» показник дорівнює 0,54, що є дуже добрим результатом. Основою цього результату є хороша технічна база підприємства та її невеликий знос.

- Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами (КЗОАВК) демонструє частку власних оборотних коштів в оборотних активах компанії. Цей коефіцієнт визначає спроможність підприємства профінансувати оборотні активи за рахунок власного капіталу та розраховується як відношення власних оборотних коштів до оборотних активів, його нормативне значення має бути більше або дорівнювати 0,1. Для компанії «Авантаж» показник дорівнює 0,58, що є дуже гарним показником для аграрної компанії.

- Коефіцієнт концентрації позикового капіталу (ККПК) визначається як відношення всіх видів зобов'язань компанії до її активів. Цей коефіцієнт характеризує рівень фінансових ризиків та можливість забезпечити позики за рахунок власного капіталу. Його нормативне значення коливається від 0,4-0,6 в залежності від галузі. Для компанії «Авантаж» показник дорівнює 0,7, що свідчить про раціональне використання позик та кредитів.

- Частка основних засобів в активах демонструє яку часту капіталу забирають основні засоби. Також це опосередковано характеризує ліквідність активів компанії. Показник розраховується як відношення вартості основних засобів до активів компанії, його нормативне значення залежить від сектору діяльності, оскільки у роботі виробничого чи аграрного підприємства частка буде набагато вищою, ніж для компанії, що займається торгівлею. Для «Авантаж» показник дорівнює 0,85. Це вказує на достатність реального виробничого потенціалу підприємства, але й на те, що більшість коштів вкладено у основні засоби, що знижує ліквідність підприємства. Втім, згідно КВЕДів «Авантаж» може використовувати техніку не лише для власних потреб, але й для оренди, що диверсифікує сфери діяльності та дає можливість збільшити заробіток.

- Коефіцієнт маневреності власного капіталу (КМВК) відображає відношення між власними оборотними ресурсами та власним капіталом підприємства. Цей показник вказує, яка частина власного капіталу може бути використана для фінансування оборотних активів, а яка спрямована на фінансування необоротних активів. Нормативним вважається значення коефіцієнта маневреності власного капіталу, яке перевищує 0,1. Позитивне значення цього показника свідчить про достатність власних фінансових ресурсів для фінансування як необоротних, так і оборотних активів. У випадку від'ємного значення коефіцієнта, власний капітал та кошти, залучені на довгостроковій основі, спрямовані переважно на фінансування необоротних засобів, що вимагає звернення до позичкових джерел для фінансування оборотних активів. Така ситуація може призвести до зниження фінансової стійкості підприємства. Коефіцієнт маневреності власного капіталу «Авантаж» складає 0,09, що нижче нормативного значення, вказуючи на використання основної частини власного капіталу для фінансування необоротних активів. Для досягнення нормативного рівня цього показника рекомендується залучення додаткових фінансових ресурсів на довгостроковій основі.

Таким чином, виходячи з проведеного аналізу, можна характеризувати ТОВ «Авантаж» як фінансово стійке підприємство, що не має корінних проблем та поступово нарощує свою прибутковість.

2.3. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності «Авантаж»

ТОВ ВКП «Авантаж» працює з 2022 року, який через війну став одним з найтяжчих років в українському аграрному секторі. Тим не менш, обравши за основу стратегію розширення ринків збуту, компанія шукала можливості для продажів своєї продукції за кордон.

Зібравши перший врожай кукурудзи у 2022 році, «Авантаж» не встиг зорієнтуватися та зафіксувати вигідні ціни по контрактах. Не останню роль

зіграло в цьому і питання зірваних логістичних ланцюжків. Відповідно весь обсяг зібраного збіжжя було реалізовано в межах України.

Враховавши досвід попереднього року компанія ввійшла у новий сезон більш підготованою. По-перше, у якості основної культури було обрано сою. Ринковий аналіз показав, що українська олійна соя демонструє великі конкурентні переваги порівняно з аналогічною культурою інших регіонів. Цей фактор істотно впливає на попит на українську сою, зумовлюючи його значний ріст. Зокрема, значний дисконт проти вартості бразильської та американської сої призводить до суттєвого підвищення інтересу до української продукції цього типу. На основі цього визначається тенденція зростання ринкових показників. Хоча можливі тимчасові просадки, однак наявні позитивні фактори, які сприяють стабільному піднесенню цінового рівня.

По-друге, «Авантаж» попередньо зареєструвався на кількох електронних зернових біржах. Це відкрило доступ до широкого кола потенційних покупців агропродукції, що сприяє розширенню ринків збуту та забезпечує більш гнучкі умови торгівлі. Також, це дозволило компанії ефективно використовувати інформаційні технології, постійно тримати руку на пульсі, відстежуючи в реальному часі цінові коливання та актуальні пропозиції.

Таким чином, вдалося підписати фьючерсний контракт на поставку 50% від планового врожаю у Грецію через біржового посередника. Перевагою цього договору була фіксована ціна та те, що посередник брав на себе більшість питань по логістиці від зерносховищ, вказаних підприємством.

На момент поставки по контракту ціна продукції по фьючерсу виявилася на 10% вища за ринкову, тобто компанія отримала більший прибуток, ніж планувалося. Також до цього прибутку варто віднести економію на зерносховищах, оскільки через проблеми з логістикою, попит на майданчики для зберігання агропродукції значно збільшився, відповідно зросли і ціни.

Також окремо треба відзначити, що цей контракт було заключено без підтримки держави, компанія не отримувала ні пільгових кредитів, ні консультацій. Втім, скористалася програмою щодо зняття митних зборів Європейського Союзу для імпорту товарів з України. Нові правила торгівлі безмитною процедурою вступили в дію з 4 червня 2022, і подовжені до 5 червня 2025 року, згідно з Регламентом № 2022/870 [34].

В цьому сезоні компанія планує розвинути успіх та комбінувати фьючерсні контракти з прямими договорами.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКСПОРТУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

3.1. Методи та інструменти стимулювання експорту сільськогосподарської продукції у практиках різних країн

Аналіз світового досвіду свідчить, що в кожній країні уряд несе відповідальність за стан економіки, і тому основним його завданням є розробка та реалізація економічної політики. Концептуальними завданнями економічної політики є покращення стану економіки та рівня ділової активності, забезпечення гарантованого законом рівня життя та зайнятості, а також створення умов для рівного соціально-економічного розвитку регіонів. Таким чином, завданням уряду є формування зовнішньоекономічної політики, складовою якої повинно бути стимулювання експортоорієнтованої діяльності та створення інституціональних структур для її реалізації. Політика стимулювання повинна розглядатися як інструмент державного регулювання, який забезпечує реалізацію експортного потенціалу аграрного сектору в інтересах суспільства.

У розвинених країнах Америки, Європи та Азії, а також у країнах, що розвиваються, підтримка експорту здійснюється через систему урядових та неурядових інститутів, таких як профільні міністерства, спеціалізовані агентства, експертні центри, фінансові структури та дипломатичні місії. Урядна підтримка експорту здійснюється шляхом фінансування та страхування експорту, податкових пільг, а також державного страхування торгівлі та інвестицій. Наприклад, у США основним напрямом є створення сприятливих умов для бізнесу через реалізацію вигідних комерційних проектів.

У Південній Кореї та Японії уряди активно підтримують експортну та імпорتنу діяльність шляхом створення спеціалізованих організацій та корпорацій для підтримки торгівлі та імпорту технологій. Державна підтримка також здійснюється через короткострокове експортне кредитування та інші інструменти фінансової підтримки експорту.

Основною складовою державної політики є фінансування та страхування експорту с/г продукції, які зазвичай здійснюються через державні експортно-імпорتنі банки та інші відповідні організації. Крім того, інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності здійснюється шляхом випуску різноманітних інформаційних матеріалів та за допомогою спеціалізованих установ та агентств.

Зокрема, в рамках програми стимулювання експорту в США розповсюджується довідник з експортних програм та довідник бізнесмена з питань федеральної підтримки експортерів. Ці інформаційні ресурси розкривають основні напрями та види державної підтримки експортерів та механізми її отримання. Американські торговельні місії, які просувають товари в окремі регіони, обов'язково відкривають в них свої представництва. Це дозволяє будь-якій компанії США, яка бажає увійти на ринок регіону чи країни, отримати пакет інформації щодо бізнес-клімату країни, потенційних контрагентів, ринків тощо.

У Японії формалізована структура збору зарубіжної економічної інформації діє під егідою Міністерства зовнішньої торгівлі і промисловості. Особливе місце в цій системі відводиться Японській некомерційній організації сприяння розвитку зовнішньої торгівлі (JETRO). Ця організація здійснює дослідження товарних ринків, збирає та аналізує маркетингову інформацію, організовує виставкову діяльність в країні та за кордоном. Вона фінансується урядом та має 79 представництв в різних країнах світу.

У Германії та Великобританії існують потужні інформаційно-аналітичні центри, до складу яких входять крупні банки, страхові компанії, державні служби та впливові бізнес-групи.

Для експортерів продукції аграрного сектору великий інтерес представляє аналіз технічних бар'єрів, які встановлюють уряди для захисту національних товаровиробників від зовнішньої конкуренції, та можливість їх усунення. Такі бар'єри включають відмінності в стандартах, недостатній рівень захисту прав інтелектуальної власності, корупцію та інші перешкоди.

Обробкою цієї інформації зазвичай займаються дослідницькі центри, що дозволяє розробляти стратегії зовнішньоекономічного співробітництва та галузеві стратегії експортно-орієнтованого розвитку. [14]

У багатьох країнах спостерігається тенденція до переходу від прямого субсидування експортних поставок продукції до стимулювання експорту на етапі виробництва, що сприяє розвитку нових досліджень і розвитку технологій для експортно орієнтованих галузей промисловості. Використання експортних субсидій може бути ефективним за умови конкурентоспроможності товарів, які отримують підтримку. Однак, в іншому випадку, така політика може призвести до небажаних наслідків в майбутньому.

Враховуючи тенденції глобальної торгівлі, методи стимулювання експорту постійно зазнають змін та вдосконалюються, спираючись на саморегулювання ринку. Специфікою формування сучасної політики стимулювання експорту є одночасне використання різноманітних заходів, спрямованих на підтримку експорту на всіх етапах. З розвитком світового виробництва та підвищенням рівня технологічного розвитку країн, акцент у методах стимулювання експорту переходить переважно на підтримку експортерів на етапі виробництва, що дає можливість активніше впливати на рівень конкурентоспроможності продукції. Проте важливо зауважити, що це тільки один з підходів.

Практика стимулювання експорту продукції в розвинених країнах свідчить про те, що ефективним є використання податкових методів стимулювання. За деякими даними, зростання податкового навантаження на 1% в середньому може призвести до зменшення доданої вартості на 0,5%. Основними інструментами податкового стимулювання є пільги, диференційовані податкові ставки та інші. Це дозволяє підприємствам збільшувати обсяги експорту та збільшувати свої прибутки.

Митно-тарифне регулювання разом з іншими економічними методами стимулювання відіграє важливу роль у сприянні експорту. Вдала митна

політика дозволяє підтримувати вітчизняних виробників та залучати підприємства до експортної діяльності.

Беручи до уваги всі переваги та недоліки підтримки експорту та надання субсидій, можна виділити декілька переваг їх використання. Серед них коригування недоліків ринкового саморегулювання та використання переваг економії масштабу експорту. Аргументами проти використання субсидій можуть бути спотворення конкуренції, неефективне розподілення ресурсів у субсидованих галузях, а також неспроможність стимулювати покращення рівня експорту. Важливо розуміти, що для товаровиробників-експортерів головним пріоритетом є отримання прибутку, тоді як для економічного розвитку країни важливою є показник доданої вартості від експортної діяльності.

Зважаючи на участь України в СОТ, важливим є той факт, що Україна не має права накладати будь-які заборони або обмеження, за винятком мит, податків або інших зборів, таких як квоти, імпорتنі або експортні ліцензії. Винятком є тимчасові заборони або обмеження експорту, застосовувані для запобігання або зменшення критичного дефіциту харчових продуктів або інших товарів, які мають значний вплив на експортуючу країну.

3.2. Пропозиції щодо зміни державної політики стимулювання експорту агропродукції

Для забезпечення реалізації потенціалу експорту с/г продукції з України необхідно встановити механізм стимулювання та розвитку експортної діяльності країни, що включає ефективне державне регулювання системи підтримки українських виробників. Підтримка експорту має здійснюватися за допомогою системи урядових інституцій, таких як відомства, експертні центри, міністерства, спеціалізовані агентства, фінансові структури та дипломатичні установи, які мають взаємодіяти між собою. Для розробки стратегії розвитку експортно орієнтованих підприємств важливо обирати

географічний напрям, враховуючи українські економічні інтереси. Наразі найбільш сприятливим економічним регіоном для України є європейський.

З метою нарощування експортного потенціалу України важливо співпрацювати з промислово розвинутими країнами, що мають значний експортно-імпортний потенціал. Це сприятиме виведенню вітчизняних с/г товарів на міжнародні ринки, змусить підприємців підвищувати якість продукції та робити акцент на маркетингові аспекти. Також це сприятиме інтеграції української економіки у світову структуру.

Основною метою нарощування експортного потенціалу України є створення сприятливих умов для розширення участі країни у міжнародних господарських відносинах та використання переваг міжнародної торгівлі для досягнення економічного розвитку. Для успішної реалізації цих заходів необхідні щорічні бюджетні витрати, які потрібно визначати з урахуванням сучасного стану економіки та структури національного експорту.

До методів стимулювання українського експорту слід віднести наступне:

- Фінансова підтримка виробників сільськогосподарської продукції та збільшення доступності кредитів. Протягом тривалого часу, фінансова допомога експортерам розглядалась переважно як видання субсидій лише обраним підприємствам, та надання пільг, спрямованих переважно на користь великих приватних компаній, близьких до верхівки управління. Однак цей підхід мав негативний вплив на обсяги експорту та валютних надходжень. 20 грудня 2016 року Верховна Рада України ухвалила закон про забезпечення масштабної експортної експансії українських виробників за допомогою страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту. 07 лютого 2019 року Кабінет Міністрів прийняв рішення про створення Експортно-кредитного агентства. Це агентство діє як приватне акціонерне товариство. Щоб створити наглядову раду для ЕКА, була створена постійно діюча комісія, яка обирає членів наглядової ради ПрАТ «Експортно-кредитне агентство». Діяльність агентства є дуже важливою для національної економіки, оскільки

воно може стати одним із ключових інструментів для реалізації української продукції закордоном.

- Ситуація з погіршенням кон'юнктури іноземних ринків аграрної продукції для України може бути пом'якшена шляхом переговорів. Насамперед, це стосується періодичних протестів польських перевізників, фермерів та навіть мисливців. Оскільки протестують досить різні групи, то немає і чітких вимог. В цілому їх можна підрезюмувати як заборону (або жорсткий контроль) імпорту українського зерна в Європу та пом'якшення «зеленої» політики ЄС, через яку польські фермери мають обмеження на використання пестицидів на своїх полях. Європейська Комісія протягом кількох місяців не реагує на незаконну заборону Польщею імпортувати українське зерно, зокрема пшеницю, ріпак, кукурудзу та соняшник. Зараз збіжжя може проходити лише транзитом через територію Польщі до інших країн ЄС або поза межі ЄС. У Брюсселі вважають за краще утриматися від застосування будь-яких дисциплінарних заходів проти Варшави. Замість цього, вони сподіваються на проведення двосторонніх переговорів та досягнення угоди між Варшавою та Києвом. Така угода, аналогічно до угоди з Румунією, могла б обмежити імпорт зерна, при цьому зберігаючи юридичну легітимність того, що Польща не порушує правила спільного ринку ЄС. [32]. Але важливо враховувати, що протестуючи проти імпорту агропродукції, поляки наносять шкоду економіці та обороноздатності всієї країни, оскільки методом протесту вони обрали перекриття кордону. На даний момент не існує можливості попередити такі протести на майбутнє, оскільки вони знаходяться поза зоною впливу українських органів влади. Втім існує можливість підтримки постійного контакту з польським урядом та спільна розробка умов, які будуть вдовольняти обидві сторони й попередять наступні конфлікти.

- Відсутність достовірної та своєчасної інформації щодо зарубіжних ринків є серйозною перешкодою для українських агробізнесів у реалізації конкурентних переваг. Постійне розширення географії експорту, зокрема на ринки Близького Сходу, Північної Африки та Індокитаю, вимагає від

експортерів урахування всієї специфіки цих ринків. Ігнорування національних особливостей може призвести до значних втрат. У таких умовах національним експортерам аграрної продукції часто не вистачає досвіду, і вони потребують підтримки. Організація підтримки може бути здійснена за допомогою адміністративного ресурсу, який включає в себе державні структури та агентства, що спеціалізуються на зовнішньоекономічній діяльності. Зокрема, такі структури можуть забезпечити експортерів інформацією про ринкові умови, правила ввезення товарів, митні та торговельні обмеження, а також надати консультації з питань експортного бізнесу.

- Ще одним важливим кроком у підтримці українських виробників с/г продукції може стати зменшення витрат. Для цього необхідно:

1. Створення системи державної фінансової підтримки експортної діяльності.
2. Співпраця зі структурами СОТ стосовно реалізації позитивного потенціалу членства України та використання права на перегляд тарифних ставок.
3. Активізація української економічної дипломатії з метою залучення підтримки у просуванні української с/г продукції за межами країни.
4. Укладання міждержавних угод з метою спрощення митної діяльності між Україною та головними економічними партнерами. Наприклад у 2024 році є певні позитивні сигнали у результаті візиту наших урядовців до Словаччини. Ця країна погодилась провести переговори щодо торгівлі сільськогосподарською продукцією у форматі, що передбачає участь аграрних асоціацій двох держав.
5. Співпраця податкових та митних органів для забезпечення оперативного компенсування податку на додану вартість добросовісним експортерам.

Крім цих кроків, важливим завданням є покращення українського законодавства. В глобальному масштабі – це його гармонізація з законодавством ЄС. Втім, є й суперечливі пункти всередині українського законодавства:

- Закон забороняє порушення норм СОТ, таких як угоди про заходи компенсування та субсидії, але в той же час розглядає можливість утворення механізму, який забезпечить часткову компенсацію відсоткової ставки кредитів на експорт, що фактично є формою експортної субсидії.

- «Експортно-кредитне агентство» не охоплено нормами законів «Про страхування», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про управління об'єктами державної власності».

- Також наявна вибіркковість товарів, які отримують підтримку від ЕКА. Це може призвести до викривлення економічних стимулів. Доцільно не обирати конкретні товари, а визначити параметри, за якими буде відбиратися підтримувана продукція, наприклад, фермери, які працюють на прифронтових або деокупованих територіях.

Покращення експортної діяльності можна забезпечити не лише за допомогою звичних інструментів політики, але й шляхом нарощення співпраці між експортерами, урядом та іншими суб'єктами бізнесу. Наприклад, зараз зростає усвідомленість можливостей експортних консорціумів для надання підтримки малим та середнім підприємствам на міжнародних ринках. Одночасно уряд повинен покращити збір та поширення інформації про потенційні ринки та вимоги до експорту.

Створення такого механізму має ґрунтуватися на можливостях національного уряду та державних установ, зокрема на їх здатності до розробки, впровадження, дотримання та постійного моніторингу. Важливо провести ретельний аналіз всіх особливостей місцевого економічного та інституційного середовища, а не просто копіювати досвід інших країн. Такий підхід, який враховує конкретні умови двох країн, може призвести до абсолютно різних результатів.

Ключовим елементом успішної політики є стратегічне співробітництво між приватним сектором та різними рівнями уряду. Політика стимулювання експорту впливає на показники експорту не лише безпосередньо через застосування політичних інструментів, а й опосередковано через заходи політики, які впливають на інші аспекти економічних систем та стимулюють показники зовнішньої торгівлі. Усі ці заходи важливо розглядати у комплексі, враховуючи економічний та інституційний контекст, в межах якого вони реалізуються.

3.3. Пропозиції щодо покращення експортного потенціалу ТОВ ВКП

«Авантаж»

Враховуючи військові дії в країні, які значно вплинули на українських виробників та ринок с/г продукції в усьому світі, і досвід успішного виходу на міжнародні ринки, незважаючи на ці виклики, очевидно, що «Авантаж» має потенціал для подальшого розширення своєї експортної діяльності. На нашу думку, стратегія покращення експортного потенціалу має складатися з кількох компонентів:

1. Диверсифікація ринку. Хоча компанія «Авантаж» вже почала експортувати свою продукцію, надзвичайно важливо диверсифікувати цільові ринки, щоб зменшити ризики, пов'язані із залежністю від єдиного ринку. Варто провести ретельне дослідження ринку с/г продукції для виявлення нових потенційних ринків з легкою логістикою та мінімальними митними бар'єрами.

2. Диференціація продукції. Компанія може зосередитися на підвищенні унікальності та якості продукції, щоб виділитися на міжнародному ринку. Варто інвестувати в органічне виробництво та отримання відповідних сертифікатів, що значно полегшить експорт до Європи та в цілому розширить ринки збуту через високу цікавість до цього сектору с/г продукції. Маркетингова стратегія має спиратися на підкресленні прихильності компанії до сталого розвитку, практики органічного землеробства або інших

унікальних переваг продажу, які відповідають уподобанням цільового ринку.

3. Стратегічне партнерство. Насамперед мова йде про стратегічні партнерства з дистриб'юторами, оптовиками чи роздрібними торговцями на цільових експортних ринках, щоб сприяти проникненню на ринок і розповсюдженню продукції «Авантаж». Також важливою є співпраця з місцевими підприємствами або дистриб'юторами, які мають налагоджені мережі та розуміння цільових ринків, що може пришвидшити вихід на ринок і збільшити обсяги продажів. На нашу думку, цю задачу має взяти на себе відділ продажу, який буде на постійному зв'язку зі стратегічними партнерами, що дозволить постійно «тримати руку на пульсі» та бути в курсі всіх тенденцій ринку, реалізуючи продукцію за вигіднішими цінами. Також у цьому пункті йдеться про постійну активну участь в спеціалізованих виставках, які допоможуть знаходити нових партнерів та розвивати впізнаваність бренду «Авантаж».

5. Сертифікація продукції. Вище торкалися цього питання у розрізі еко-відповідності. Втім сертифікація стосується не лише органічної с/г продукції. Отримання сертифікатів відповідності міжнародним стандартам якості і нормативним вимогам, що застосовуються до сільськогосподарської продукції на цільових експортних ринках допоможе отримати доступ до світового ринку. Дотримання суворих стандартів якості зміцнить довіру міжнародних покупців і полегшить вихід на ринок.

6. Оптимізація логістики. Це дозволить підвищити ефективність, знизити витрати і покращити відстеження продукції. Компанії варто придбати програми, що буде допомагати управляти запасами продукції, а також налагоджувати зв'язки з компаніями-перевізниками. Втім, варто і враховувати ризики, наприклад, будувати логістичні ланцюжки в обхід Польщі або уникати українських портів, що знаходяться під ворожими обстрілами.

7. Державна підтримка та адвокація. На нашу думку, цей пункт є надважливим та таким, що можна повністю реалізувати ще в цьому сезоні.

Мова насамперед йде про співпрацю з державними установами та торговельними асоціаціями, щоб залучити наявні ресурси та адвокаційні зусилля для підтримки експорту сільськогосподарської продукції. Це постійний моніторинг торговельної політики, тарифів, правил експорту, які можуть вплинути на діяльність «Авантаж».

Найважливіше, що «Авантаж» має провести комплексне дослідження державних програм, спрямованих на сприяння експорту с/г продукції. Це передбачає визначення відповідних державних установ, торговельних асоціацій та галузевих форумів, відповідальних за нагляд за ініціативами з просування експорту. Завдяки активній взаємодії «Авантаж» може налагоджувати прямі канали зв'язку з ключовими зацікавленими сторонами, відвідувати галузеві конференції та брати участь у торгових делегаціях, організованих державними органами. Крім того компанія має ретельно оцінити доступні програми державної підтримки, адаптовані до експортерів с/г продукції. Ці програми можуть включати фінансову допомогу та гранти на стимулювання експорту. Дотримуючись цієї стратегії, «Авантаж» може максимізувати використання державних ресурсів для підтримки зусиль щодо розширення експорту.

Реалізуючи ці стратегічні ініціативи, «Авантаж» може отримати вигоду від успішного виходу на міжнародні ринки та подальшого розширення експортної діяльності, сприяючи зростанню та стабільності підприємства в складних геополітичних умовах.

ВИСНОВКИ

Разом із втратами людських життів, руйнуванням інфраструктури та забрудненням природи, війна призвела до значних економічних втрат, виражених у різкому зменшенні реального ВВП України у 2022 році на 29,1%. На сьогодні можна виокремити численні ключові сфери національної економіки, відновлення та поновлення економічного потенціалу яких може зайняти багато років (5-10 і більше). Проте серед галузей, що можуть допомогти прискорити економічне відновлення України, варто виділити аграрний сектор, особливо суб'єкти аграрного бізнесу із Західної та Центральної України. Це можливо завдяки належному економічному стимулюванню розвитку аграрного бізнесу через: залучення додаткових внутрішніх і зовнішніх інвестицій для розвитку переробної галузі аграрного сектору; прокладання нових транспортних маршрутів для збільшення експорту аграрної продукції; проведення переговорів про збільшення квот на експорт аграрної продукції до країн ЄС; створення належного інституціонального середовища для виконання інвестиційних проєктів у сфері відновлювальної енергетики та випуску альтернативних видів палива на основі сільськогосподарської сировини і відходів.

Для реалізації усіх цих завдань важливо дотримуватися, перш за все, національних інтересів щодо захисту та пріоритетного стимулювання вітчизняних суб'єктів агробізнесу на всіх етапах ланцюгів створення додаткової вартості для максимального їх розширення. Також важливим є створення прозорого ринку аграрної продукції, розвиток міжнародної співпраці для залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій у виробництво сучасної інноваційної техніки та технологій.

Хоча агробізнес має перевагу в швидкій окупаємості додаткових інвестицій, він також зазнає додаткових ризиків через природні фактори, зрив логістичних ланцюжків, коливання курсу валют і т.д.. Однак прискорення розвитку аграрного бізнесу в менш постраждалих регіонах Західної і

Центральної України може сприяти швидкому відновленню втрат, завданих національній економіці внаслідок війни.

Оцінивши діяльність, в тому числі й експортну для ТОВ ВКП «Авантаж», можна зробити висновки, що компанія має великий потенціал. Насамперед цьому сприяє інноваційне бачення керівництва та аналітичний підхід до діяльності. У компанії на балансі достатньо нова агротехніка, яка використовується не лише самим підприємством, але й надається в аренду, що дозволить пришвидшити її окупаємість. Також підприємство фінансово стійке та має хороші показники власного капіталу.

Системна робота з розвитком експортної діяльності вже принесла ТОВ ВКП «Авантаж» перші результати. Проте в результаті аналізу було сформовано рекомендації, які дозволять пришвидшити цей процес. Насамперед це сертифікація продукції відповідно до Європейських норм та стандартів. Це дозволить полегшити процес експорту та усуне вхідний бар'єр при продажах на європейський ринок. Наступний важливий крок – активний моніторинг державних програм підтримки аграрного бізнесу. Це як грантові, так і інвестиційні проекти, які дозволять залучити додаткові обігові кошти на розвиток бізнесу та нададуть поштовх для розробки нових напрямків, в тому числі й виробництва органічної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бечко П. К., Пташник С. А., Лиса Н. В., Нагорна Ю. І. Методичні підходи щодо податкового стимулювання суб'єктів аграрного бізнесу. *Збірник наукових праць Уманського націон. ун-ту садівництва*. 2022. Вип. 101(2). С.164-172.
2. Блануца О. Формування та розвиток експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Аграрний вісник Причорномор'я*. 2011. № 60. URL: <http://lib.osau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/264/1/Blanuca.pdf> (дата звернення: 23.02.2024).
3. Божидай І. І. Агропромисловий комплекс України: структура та основні поняття. *Агросвіт*. 2019. № 21. С. 107–113. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/21_2019/16.pdf (дата звернення: 25.03.2024).
4. Гордіца К. Дердавна політика стимулювання експорту: історичний досвід кінця ХІХ – початку ХХ СТ. *Український соціум*. 2016. Т. 1 (56). URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2016/01/102-113__no-1__vol-56__2016__UKR.pdf (дата звернення: 10.03.2024).
5. Гордополов Ю. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності резидентів України. *Ефективна економіка*. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5264> (дата звернення: 02.04.2024).
6. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.04.2024).
7. Дригола, К. В., Вертелецька, О. М. і Бойко, В. В. (2019) «АГРОПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК», *Економічний простір*, (146), с. 5-19. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/115> (дата звернення: 04.04.2024).
8. Дусановський С.Л., Білан Є.М. Економічні основи розвитку АПК в ринкових умовах: Монографія. Тернопіль, "Збруч", 2003. 183 с.

9. Зеліско Н., Васирина О. Сучасні тенденції розвитку та функціонування аграрного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК*. 2021. №28. С. 126-130
10. Зелені інвестиції як необхідна передумова екологічного реінжинірингу сільськогосподарського виробництва / В. А. Голян та ін. *Agrosvit*. 2024. № 5. С. 14–21. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.5.14> (дата звернення: 14.04.2024).
11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. / за ред. О.В. Шкурупій. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
12. Іщенко Я.П. Забезпечення фінформативної функції управління аграрним бізнесом в умовах воєнного стану: особливості обліку й оподаткування. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки та практики*. 2022. №1. С. 37-55.
13. Карасьова Н. А. Експортна перспектива нішевої продукції для малих та середніх підприємств аграрного сектора. *Агросвіт*. 2017. № 1/2, січ. С. 14–18.
14. Карасьова О. Державна політика стимулювання експорту аграрного сектора. *Економіка та держава*. 2016. № 9. С. 41–44. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2016/10.pdf.
15. Кобилецький В. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами (Забезпечення оборотних активів власними коштами). *Фінансово-господарський аналіз підприємства*. URL: <https://analizua.com/slovnik-ekonomichnikh-terminiv/301-koefitsient-zabezpechenosti-vlasnimi-oborotnimi-zasobami-zabezpechennya-oborotnikh-aktiviv-vlasnimi-koshtami> (дата звернення: 08.04.2024).
16. Ковальчук В. Світова економіка: її історія та дослідники. Київ: Центр навч.літ., 2019. 300 с. URL: https://pidru4niki.com/1356061560173/ekonomika/merkantilizm#google_vignette (дата звернення: 10.03.2024).
17. Леваєва Л. Ю., Красножон А. С., Захарін І. С. Інноваційне забезпечення стратегій розвитку аграрних підприємств на засадах цифровізації та

реінжинірингу бізнес-процесів. *Економічний вісник університету*. 2022. Вип. 55. С. 12-17.

18. Лучечко Юрій Стимулювання нарощення потужностей у сфері переробки сільськогосподарської сировини: фінансово-інвестиційні аспекти. *Агросвіт*. 2020. № 8. С. 136–142. URL: http://agrosvit.info/pdf/8_2020/19.pdf (дата звернення: 01.03.2024).

19. Лучечко Юрій, Гордійчук Антоніна. Регіональні тенденції і пріоритети розвитку аграрного бізнесу в Україні у період війни. *Економічний форум*. 2023. Т. 1, № 3. С. 22–28. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-3> (дата звернення: 14.04.2024).

20. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. Законодавство України: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#n2269>

21. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 : Наказ Держспоживстандарту України від 01.01.2012 р. № № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення: 05.04.2024).

22. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність країни. Київ : КНЕУ, 2003. 948 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Novytskyi_Valerii/Mizhnarodna_ekonomichna_diialn_ist_Ukrainy.pdf (дата звернення: 13.03.2024).

23. Олефір В. Вплив Угоди про асоціацію між Україною та ЄС на ринок споживчих товарів. *Економіка і прогнозування*. 2018. № 3. С. 118–137.

24. Оніщук О. Демпінг та субсидування як види недобросовісної торговельної практики (підхід у рамках СОТ). *Зовнішня торгівля: право та економіка: Зб. наук. праць.* : монографія. 2-ге вид. Київ, 2022. С. 99–209.

25. Петренко І. Як продавати агропродукцію за кордон?. *Агробізнес сьогодні*. URL: <https://agro-business.com.ua/agro/podiia/item/16886-yak-prodavaty-ahroproduktsiiu-za-kordon.html> (дата звернення: 13.04.2024).

26. Платонова І. Експорт як чинник економічного зростання України в умовах міжнародної інтеграції. *Науковий вісник Ужгородського*

національного університету. 2019. Т. 24, № 3. С. 37–41. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/9.pdf (дата звернення: 23.03.2024).

27. Пріоритети забезпечення стійкості промисловості й аграрного сектору економіки України в умовах повномасштабної війни : аналіт. доп. / О. Собкевич та ін. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-04/stiykist-realsektor-dopovid_gotove.pdf (дата звернення: 06.03.2024).

28. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ : станом на 31 груд. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 13.03.2024).

29. Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001-2004 років : Закон України від 18.01.2001 р. № 2238-ІІІ : станом на 26 черв. 2001 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2238-14#Text> (дата звернення: 16.04.2024).

30. Процаликіна А., Петренко Т. Місце України на світовому ринку продукції АПК. *Агросвіт*. 2018. № 11. С. 22–26. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/11_2018/6.pdf (дата звернення: 28.02.2024).

31. Пузанов І. І. Світова практика реалізації стратегії стимулювання експорту. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Т. 1, № 2. 29-38.

32. Радченко Г. Спочатку кордон з Україною блокували польські перевізники, тепер фермери. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/money/spochatku-kordon-z-ukrainoyu-blokuvali-polski-perevizniki-teper-fermeri-chomu-vzhe-mayzhe-piv-roku-polshcha-ta-es-ne-rozvyazuyut-tsyu-problemu-rozpovidae-gennadiy-radchenko-06032024-19686> (дата звернення: 30.03.2024).

33. Регіональна економіка: підручник / за ред. Є.П. Качана. К.: Знання, 2011. 670 с.

34. Собенко Н. ЄП підтримав продовження оновленого «торговельного безвізу» з Україною. *Суспільне | Новини*. URL: <https://suspilne.media/730479->

evroparlament-pidtrimav-prodovzenna-onovlenogo-torgovelnogo-bezvizu-z-ukrainou/ (дата звернення: 23.04.2024).

35. Стратегічні напрями інституційного забезпечення розвитку аграрного сектору в Україні: аналітична доповідь / Собкевич О.В., Русан В.М., Юрченко А.Д., Ковальова О.В., Жураковська Л. А — *Національний інститут стратегічних досліджень*. — К.: НІСД, 2022. — 45 с.

36. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2003. 256 с

37. Череп А., Ортинська О. Л. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. 2008. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11031/33-Cherep.pdf> (дата звернення: 01.04.2024).

38. Щербина С. В. Модернізація аграрного бізнесу в Україні для розвитку виробництва біопалива. *Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка*. 2021. Вип. 4. С. 153-163.

39. Ярими зерновими і зернобобовими засіяно перший мільйон гектар сільськогосподарських угідь. *Офіційний Telegram-канал Данила Гетьманцева*. URL: <https://t.me/getmantsevdanil/6678> (дата звернення: 15.04.2024).

40. Sakhatskyu M., Ksonzhyk I. Instruments of state support of export potential agricultural enterprises of ukraine. *Economic journal of lesia ukrainka eastern european national university*. 2016. Т. 6, № 2. С. 29–36. URL: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2016-02-29-36> (дата звернення: 16.04.2024).