

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

11.02 - МКР. 1949 «С» 2023.10.26. 025 ПЗ

Пантюшенко Дарини Ігорівни

2024 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет**

УДК 658.8:339.54:631.56:635.07(477)

ПОГОДЖЕНО

Декан економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності

_____ **Анатолій ДІБРОВА**
(підпис)

_____ **Микола ІЛЬЧУК**
(підпис)

« ___ » _____ 2024 року

« ___ » _____ 2024 року

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розвиток зовнішньої торгівлі України сільськогосподарською продукцією»

Спеціальність 076 – Підприємництво та торгівля
(код і назва)

Освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

**Гарант освітньо-
професійної програми**

к.е.н., доцент

_____ **Людмила БЕРЕЗОВСЬКА**
(підпис)

**Керівник
магістерської
кваліфікаційної роботи**

к.е.н., доцент

_____ **Людмила БЕРЕЗОВСЬКА**
(підпис) (ПІБ керівника)

Виконав

_____ **Дарина ПАНТЮШЕНКО**
(підпис) (ПІБ студента)

Київ - 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
організації підприємництва та біржової
діяльності

д.е.н., проф. _____ Микола ІЛЬЧУК
“ ____ ” _____ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТЦІ**

Пантюшенко Дарини Ігорівни

Спеціальність 076 – Підприємництво та торгівля
(код і назва)

Освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема кваліфікаційної магістерської роботи «Розвиток зовнішньої торгівлі
України сільськогосподарською продукцією» затверджена наказом ректора
НУБіП України від 26 жовтня 2023 року № 1949 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2024.12.04

Вихідні дані до кваліфікаційної магістерської роботи: законодавчо-нормативна
база України, наукова та періодична література, матеріали науково-
практичних конференцій, інформація з Інтернет-видань і веб-сайтів, а також
статистичні дані та звітність щодо зовнішньої торгівлі агропродукцією.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Економічна сутність та значення зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією.
2. Аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі агропродукцією.
3. Стратегії підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції України на світових ринках.

Перелік графічного матеріалу: таблиці, рисунки.

Дата видачі завдання 26 жовтня 2023 р.

**Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи**

(Підпис)

Людмила БЕРЕЗОВСЬКА
(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняв до
виконання**

(Підпис)

Дарина ПАНТЮШЕНКО
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Структура та обсяг магістерської роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст магістерської роботи викладений на 74 сторінках друкованого тексту, що містить 13 таблиць, 8 рисунків. Список використаних джерел становить 51 найменування і займає 7 сторінок.

Об'єктом дослідження є зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією в Україні.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Магістерська робота присвячена питанням розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. У дослідженні визначено основні фактори, що впливають на експорт агропродукції, а також проблеми, з якими стикається Україна на міжнародних ринках. Розглянуто сучасний стан аграрного експорту та запропоновано стратегії підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на світових ринках.

Ключові слова: зовнішня торгівля, сільськогосподарська продукція, експорт, конкурентоспроможність, аграрний сектор, державне регулювання, інновації, ринки збуту, стратегія розвитку.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ..... | 8 |
| 1.1. Концептуальні засади зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією..... | 8 |
| 1.2. Фактори, що впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією ... | 20 |
| 1.3. Світовий досвід торгівлі сільськогосподарською продукцією | 29 |
| РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ..... | 34 |
| 2.1. Структура та динаміка зовнішньої торгівлі в Україні | 34 |
| 2.2. Аналіз факторів, що впливають на розвиток експорту сільськогосподарської продукції..... | 41 |
| 2.3. Проблеми та обмеження розвитку зовнішньої торгівлі агропродукцією | 48 |
| РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ..... | 52 |
| 3.1. Поліпшення конкурентноспроможності сільськогосподарської продукції України | 52 |
| 3.2. Диверсифікація ринків для зовнішньої торгівлі агропродукцією ... | 59 |
| 3.3. Державна підтримка зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією України..... | 64 |
| ВИСНОВКИ..... | 71 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 74 |

ВСТУП

Актуальність теми. Сільське господарство не лише забезпечує продовольчу безпеку, але й виконує низку інших стратегічних функцій, які впливають на соціально-економічний розвиток України.

Останніми роками зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією зазнала суттєвих змін. Зростаюча конкуренція на міжнародних ринках, коливання цін на сировину та зміна споживчих уподобань вимагають від українських виробників швидкої адаптації та інновацій. Крім того, геополітичні фактори, зокрема військові дії, впливають на зовнішньоекономічну діяльність, створюючи додаткові ризики. Незважаючи на позитивні тенденції в розвитку зовнішньої торгівлі, існують численні проблеми та суперечності, які потребують детального дослідження. Серед них – недостатня підтримка з боку держави, неефективні логістичні ланцюги, нерозвинена інфраструктура, а також відсутність системного підходу до аграрної політики. Ці виклики вимагають комплексного аналізу та вироблення ефективних стратегій для подолання існуючих бар'єрів.

Проблемам ведення та регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах нестабільності приділено значну увагу у дослідженнях таких науковців, як С. О. Іщук, Ю. В. Полякової, Л. Й. Созанського, О. І. Амоші, Н. В. Осадчої, В. І. Ляшенко, А. М. Бундюк, О. Г. Мельник, Х. С. Передало, Ю. В. Горошко, Н. І. Горбаль, А. Р. Дунської, Ю. В. Макогон, Д. А. Міщенко, Л. О. Міщенко, І. О. Платонової, О. О. Гречишкіної, А. С. Ковалева та ін..

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської роботи є розробка стратегій розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено та вирішено такі завдання:

- вивчити теоретичні аспекти розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією;

- проаналізувати сучасний стан зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні;

- визначити основні фактори, що впливають на розвиток експорту сільськогосподарської продукції;

- розробити стратегії розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні.

Об'єктом дослідження є зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією в Україні.

Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних та практичних аспектів розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Методи дослідження. Для досягнення поставлених цілей використано такі методи дослідження: системно-аналітичний для узагальнення теоретичних концепцій; статистико-економічний для аналізу даних про зовнішню торгівлю; графічний для візуалізації тенденцій; методи співставлення та групування для порівняльного аналізу.

До інформаційної бази дослідження відносяться праці вітчизняних та зарубіжних науковців з питань розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією; чинні законодавчі та нормативні акти; інформаційні матеріали Державної служби статистики України; офіційна інформація Міністерства аграрної політики та продовольства України та ін..

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

1.1. Концептуальні засади зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є важливим компонентом національного розвитку держави. Серед основних чинників, що це визначають, варто виділити природно-географічне положення країни та потребу в здійсненні зовнішньоторговельних операцій.

Відповідно до закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», ЗЕД охоплює діяльність українських підприємств і іноземних суб'єктів господарювання, а також дії державних замовників у сфері оборонного замовлення, які реалізуються як на території України, так і за її межами. У загальному контексті ЗЕД включає не лише зовнішню торгівлю, але й інвестиційну діяльність та інші аспекти, на що також впливають політичні пріоритети учасників. Проте законодавче визначення ЗЕД обмежується лише переліком її видів, не розкриваючи її мету та зміст [8].

На думку економістів, які досліджували цю сферу, суть ЗЕД полягає в переміщенні об'єктів цивільних прав між національними економіками. Це означає, що ЗЕД охоплює відносини, пов'язані з експортом і імпортом об'єктів цивільних прав, що передбачає їх вивезення з однієї держави і ввезення в іншу.

Теорії внутрішніх ефектів зовнішньоторговельної політики пояснюють вплив дій держави в галузі зовнішньої торгівлі на національну економіку. Зокрема, класична теорія захисту нових промислових галузей, сформульована О. Гамільтоном та розвинута Р. Болдвіном, стверджує, що захист від іноземних конкурентів може сприяти швидшому досягненню економії від масштабу, дозволяючи новим галузям стати конкурентоспроможними на міжнародних ринках. Нові галузі часто мають вищі витрати виробництва, що обмежує їх привабливість для інвесторів, проте пов'язані з новими знаннями та

технологіями. Державна підтримка таких галузей через субсидії на дослідження і розробки, підготовку кадрів та захист інтелектуальної власності може сприяти залученню інвестицій.

Важливим науковим аспектом державного регулювання є "Парадокс Метцлера", який стверджує, що імпортерський тариф може змусити експортерів знижувати ціни більше, ніж величина самого тарифу, щоб зберегти ринок країни-імпортера.

Один із методів регулювання ЗЕД – митне регулювання, основою якого є митний тариф. Методологічною основою для його використання є теорія оптимального тарифу, відповідно до якої оптимальний тариф максимізує добробут країни і визначається еластичністю попиту на імпортерські та експортерські товари. Чим нижча еластичність імпорту, тим вища ставка оптимального тарифу, і навпаки [8].

Разом із цим, теорія дисторсій, запропонована Джагдішем Бхагваті, визначає умови, за яких зниження тарифних і нетарифних обмежень підвищує добробут країн-партнерів. Зокрема, теорія стверджує, що зниження обмежень завжди веде до підвищення добробуту, тоді як тарифи призводять до втрати добробуту в порівнянні з оптимальною стратегією вільної торгівлі. Таким чином, податкова політика залишається найефективнішим засобом корекції дисторсій.

Незважаючи на вагомі теоретичні обґрунтування для зниження торгових бар'єрів, більшість країн продовжують обмежувати торгівлю, активно залучаючи багатосторонні торговельні переговори, зокрема в рамках Світової організації торгівлі (СОТ) [9].

У цьому контексті слід звернути увагу на теорію внутрішніх дивергенцій, запропоновану М. Корденом. Вона стверджує, що невідповідності між індивідуальними та суспільними економічними інтересами в країні повинні коригуватися внутрішніми заходами, а не за допомогою зовнішньоекономічної політики, яка може викликати дисторсії. Дії урядів у сфері зовнішньої торгівлі завжди мають побічний вплив на інші сектори національної економіки, і тому

зовнішньоторговельна політика може використовуватися як засіб для вирішення внутрішніх економічних проблем. Однак з теоретичної точки зору, така стратегія не є ефективною.

Теорії зовнішніх ефектів зовнішньоторговельної політики включають теоретичні концепції, які пояснюють наслідки макроекономічних рішень торговельних партнерів один для одного [9]. Однією з таких теорій є теорія митного союзу, сформульована Джейкобом Вайнером. Вона передбачає, що координація зовнішньоторговельної політики між країнами у формі угод про зняття тарифів у взаємній торгівлі призводить до виникнення двох різних типів ефектів: «створення торгівлі» — це переорієнтація споживачів з національних постачальників на постачальників у рамках союзу, та «відхилення торгівлі» — це перенаправлення споживачів з постачальників за межами союзу на постачальників всередині нього. Остаточний результат міжнародних торгових угод залежить від того, який з цих ефектів переважає.

Умови Вайнера стали важливим інструментом для розробки та укладання міжнародних торгових угод. Однак емпіричні дослідження підтверджують, що зміни в добробуті через укладання торгових угод можуть бути нерівномірними для країн-учасниць, і деякі країни можуть зазнавати втрат [10]. Часто «ефект відхилення торгівлі» компенсується «ефектом створення торгівлі», що в результаті утворення митного союзу призводить до зростання добробуту країн-учасниць.

Теорія «другого найкращого» бере свій початок з роботи Дж. Міда «Теорія міжнародної економічної політики». Об'єднавши кейнсіанську та класичну економічну теорії, Дж. Мід визначив умови, за яких втручання в міжнародну торгівлю може підвищити добробут як окремих країн, так і їх груп, що в свою чергу сприяє зростанню загального обсягу світового виробництва.

Ця теорія веде до ідеї, що окрім політики вільної торгівлі, немає іншої торгової політики, чий вплив на загальний добробут був би однозначно позитивним. Річард Ліпсі та Келвін Ланкастер скористалися цією ідеєю для формулювання загальної теорії другого найкращого, основним положенням

якої є те, що якщо одна з умов Парето-оптимуму не може бути досягнута, оптимум другого найкращого можна досягти лише шляхом відхилення від інших умов Парето-оптимуму. Серед чинників, що призводять до відхилення від Парето-оптимумів, слід зазначити зовнішні зміни: протекціоністські заходи з боку зовнішньоторговельних партнерів, зміни світових цін, а також політичні, соціальні, технологічні та природні фактори.

Світовий досвід розвитку країн свідчить про важливість втручання держави в економіку. У численних дискусіях між представниками різних наукових шкіл не ставиться під сумнів роль держави у регулюванні економічних секторів. Різниця у поглядах полягає в масштабах, інструментах, формах і інтенсивності цього втручання [11]. Кейнсіанці обґрунтовують необхідність державного регулювання, підкреслюючи при цьому необхідність зменшення впливу ринкових механізмів на учасників виробництва. Дж. М. Кейнс вказував на наявність механізмів, які стримують попит, призводячи до його дефіциту та стагнації, що, в свою чергу, веде до зростання безробіття. Він вважав, що державне втручання в зовнішньоекономічну діяльність має здійснюватися через регулювання обсягів і структури імпорту.

Схильність населення до імпортних товарів знижує інтерес до вітчизняних товарів, що, в свою чергу, зменшує загальний попит на національному ринку. Подальші дослідження Є. Домара були присвячені розв'язанню суперечностей, що виникають у ринковій економіці, з використанням заходів державного регулювання. Вони вважали, що економічні заходи впливу не повинні замінювати ринкові сили, а навпаки, уряд має контролювати диспропорції та вживати ефективні заходи для їх усунення.

Внесок у розвиток теоретичних аспектів зовнішньоекономічної діяльності зробив і М. Портер. Представники меркантилізму намагалися з'ясувати причини розвитку зовнішньоекономічної діяльності та її вплив на економіку окремих країн. Т. Ман, представник пізнього меркантилізму, у своїй праці «Багатство Англії у зовнішній торгівлі, або баланс нашої торгівлі як регулятор

нашого багатства» показав, що активний баланс зовнішньої торгівлі може призвести до збільшення грошової маси в державі.

Пізні меркантилісти стверджували, що багатство держави визначається різницею між вартістю вивезених і ввезених товарів. Цього можна досягти, по-перше, заохочуючи вивезення не сировини, а готової продукції, і, по-друге, розвиваючи посередницьку торгівлю в інших країнах. Такі державні політики дозволили європейським країнам досягти значного економічного прогресу.

На відміну від кейнсіанців, монетаристи виступають проти державного втручання в економіку, вважаючи, що ринкова економіка здатна самостійно досягати рівноваги завдяки законам попиту і пропозиції. При цьому, на їхню думку, тривалі порушення цієї рівноваги неможливі. Водночас монетаристи та кейнсіанці мають спільні погляди на необхідність державного реагування на соціально-економічні виклики. Ідеї монетаризму були реалізовані в урядових політиках Японії та США[12]. А. Лаффер і Дж. Гілдер, розвиваючи ці ідеї, запропонували теорію економіки пропозиції, що акцентує увагу на стимулюванні пропозиції товарів і послуг без державного регулювання попиту, виступаючи за дерегуляцію економіки та відновлення свободи приватного підприємництва.

Таким чином, виникли два основні підходи до теорії міжнародної торгівлі: перші наголошують на необхідності державної присутності та втручання для підтримки національних інтересів через політику протекціонізму, тоді як другі віддають перевагу принципам вільної торгівлі без державних обмежень. Завдяки членству України в СОТ аграрна сфера, зокрема сільське господарство, має можливість формувати зовнішньоекономічні орієнтири. Успішна реалізація цих орієнтирів, на думку М. І. Пугачова, залежить не лише від монетарних, а й від немонетарних інструментів, зокрема розвитку механізмів моніторингу світової кон'юнктури агропромислових ринків, забезпечення збалансованості внутрішнього продовольчого ринку через експортно-імпортні операції та впровадження інноваційних технологій.

Сучасні теоретичні підходи до державного впливу на експорт та імпорт, враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, дозволяють сформулювати авторське визначення: державний вплив на аграрний сектор економіки — це механізм стабілізації та сталого розвитку сільськогосподарських галузей, який здійснюється в умовах негативних і позитивних екзогенних і ендогенних факторів, а також через використання комплексу правових, економічних та адміністративних заходів для забезпечення ефективного функціонування агробізнесу[8].

Динамічний розвиток аграрного сектору економіки є ключовим чинником для забезпечення продовольчої незалежності країни та формування конкурентних переваг сільськогосподарської продукції на ринку агропродовольства. Створення нової парадигми в експорті сільськогосподарської продукції є пріоритетним завданням державної політики, що прагне зайняти гідне місце в глобальній економіці.

Основною проблемою українського агробізнесу при експорті сільськогосподарської продукції є низький рівень її переробки, що призводить до недостатньої доданої вартості та погіршення конкурентоспроможності товарів. Проте потенціал для переробки української сільськогосподарської сировини є значним, що відкриває додаткові можливості для збільшення обсягів експорту та диверсифікації країн-покупців.

Отже, подальше зростання експорту сільськогосподарської продукції має стати основним фактором для прискорення технологічної модернізації галузі, за умови якісного розвитку експортної інфраструктури, що виходить за межі простих сировинних поставок. Важливо сформулювати відкриту та прозору державну експортну політику, яка зосередиться на пріоритетах аграрного експорту, що є необхідною умовою для успішного просування української сільськогосподарської продукції на міжнародні ринки.

Сучасна система експорту продукції українського аграрного сектору в основному базується на підтримці експортерів через надання податкових пільг [13]. Однак, ці обмежувальні чинники негативно впливають на систему

підтримки експорту сільського господарства. Важливо враховувати, що обмежувальні фактори, що заважають зростанню експорту вітчизняної агропродукції, та підтримка експорту мають різноспрямовану дію при подоланні міждержавних торгових бар'єрів.

Міжнародний рух капіталу є важливим фактором сучасного розвитку світової економіки та міжнародних економічних відносин. Адміністративні методи регулювання цього руху на національному рівні охоплюють правовий режим, управління та використання іноземних інвестицій, порядок допуску інвестицій та інвесторів, а також націоналізацію, компенсацію, репатріацію капіталу та вирішення спірних питань. У міру поглиблення міжнародної співпраці, рух капіталу часто слідує за торговельними потоками. За умов глобалізації існують приклади країн, які розвинули свою економіку завдяки внутрішньому руху капіталу. Проте Україна наразі не має достатнього рівня безпеки та свободи для залучення значних обсягів капіталу, особливо в умовах воєнного стану, що робить рух капіталу в контексті зовнішньоекономічної діяльності менш актуальним для аналізу механізмів регулювання та їхнього впливу на економіку [12].

Система органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності була створена у 1992 р. і складається з двох рівнів управління – державного та регіонального. Верховна Рада України є найвищим органом, що регулює зовнішню торгівлю, має повноваження приймати, змінювати та скасовувати закони, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність. У цьому процесі також беруть участь укази Президента України. Регулювання міжнародної торгівлі здійснюється фіскальними органами, міністерствами та іншими інститутами. Важливу роль відіграє Національний банк України, який укладає міжбанківські угоди та представляє інтереси країни у відносинах з центральними банками інших держав та міжнародними фінансовими установами.

Кожен рівень регіональної влади контролює діяльність учасників зовнішньоекономічної діяльності на своїй території. Місцеві органи влади

відповідають за оперативне управління зовнішньоекономічною діяльністю на регіональному рівні. Обсяг та ефективність зовнішньоекономічної діяльності значною мірою залежать від діяльності кожного суб'єкта господарювання та регулювання на державному чи регіональному рівні.

Органи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в різних країнах мають спільні риси. По-перше, вищий законодавчий орган бере участь у регулюванні. По-друге, країни мають виконавчу владу, що видає накази на основі законів, які стосуються розвитку економічної діяльності у зовнішньому секторі [9]. По-третє, значний вплив на регулювання зовнішньоекономічної діяльності мають міністерства, які управляють економічними відносинами із зарубіжними країнами.

Прикладом використання повноважень держави в національному та міжнародному контексті є протекціонізм стосовно вітчизняних виробників аграрної продукції. Основні цілі протекціоністської політики в Україні та світі включають захист стратегічних галузей, таких як сільське господарство, які можуть бути вразливими в умовах війни та у відповідь на дії торгових партнерів.

Протекціонізм у міжнародній торгівлі має різні форми, зокрема селективний, галузевий, колективний та прихований. Щодо тарифного та нетарифного регулювання, слід зазначити, що не застосовуються серйозні заходи, які б обмежували міжнародний товарообіг. Пандемія коронавірусу стала новим викликом для світової економіки, і під час саміту G20 у 2020 р. країни не змогли досягти згоди з цього питання, обмежившись лише заявами про підтримку глобальної економіки.

Отже, можна припустити, що проблема світового протекціонізму залишиться невирішеною в найближчому майбутньому. Україні доцільно розглянути можливість розробки нових заходів для розвитку всіх секторів національної економіки, щоб уникнути модернізації лише у відповідь на труднощі. Для зміцнення своїх позицій на міжнародній арені Україні слід продумати нову стратегію, що поєднує вільну торгівлю та протекціонізм.

Приєднання України до Світової організації торгівлі (СОТ) сьогодні є одним з ключових напрямків зовнішньоекономічного розвитку країни, оскільки воно суттєво впливає на формування її зовнішньоекономічної політики. За оцінкою Світового банку, цей процес є комплексним і включає не лише зобов'язання щодо митних ставок на товари, а й широкий спектр державних заходів та інститутів, що охоплюють тарифну політику, митне адміністрування, норми безпеки товарів, доступ на ринки, а також обмеження на субсидії для сільського господарства та забезпечення прозорості зовнішньоторговельного режиму. Важливим аспектом є досягнення домовленостей щодо обсягу внутрішньої підтримки сільського господарства в рамках «жовтої скриньки», яка фіксує зобов'язання для кожного члена СОТ.

Отже, процес приєднання до СОТ може вважатися одним із найважливіших інструментів економічного розвитку. У зв'язку з цим необхідно удосконалювати інституційні форми підтримки експорту на державному та місцевому рівнях, адже залучення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності вимагає покращення умов доступу до світового ринку товарів і послуг. Всі учасники повинні отримувати суттєві переваги від цього процесу, особливо регіони з високим експортним потенціалом.

На думку І. В. Кобути, важливо враховувати регіональні аспекти приєднання України до СОТ, зокрема вплив зовнішньоекономічної лібералізації на розвиток регіонів, оскільки нерівномірний розвиток залишається однією з проблем у цьому процесі. Для мінімізації негативних ефектів використовуються політики протекціонізму і фритредерства, які мають різні підходи і безпосередньо впливають на державну стратегію. Політика протекціонізму орієнтована на захист внутрішньої промисловості та сільського господарства від іноземної конкуренції, зазвичай через високі митні тарифи та обмеження імпорту. У той же час фритредерство передбачає вільну торгівлю, де митні органи виконують лише реєстраційні функції, а мита мінімізуються [11].

Ефективна аграрна політика України на світовому ринку вимагатиме вдосконалення зовнішньоторговельного регулювання з урахуванням зростаючої

конкуренції. Вона повинна бути спрямована на інтеграцію сільського господарства у світовий ринок, вступ до СОТ на непідривних умовах для вітчизняних виробників, а також на використання протекціоністських заходів для захисту національних інтересів у виробництві агропродовольства.

Особливу роль у розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні відіграватимуть участь у міжнародних агропромислових виставках, активізація реклами досягнень та обмін досвідом з міжнародними партнерами в аграрній сфері. Для успішного розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні важливими будуть приєднання до СОТ та розвиток спеціальних економічних зон.

Досвід європейських країн у регулюванні зовнішньої торгівлі продовольчими товарами демонструє, що принципи торгівлі тісно пов'язані з аграрною політикою, спрямованою на підтримку конкурентоспроможності на світовому ринку. Обмеження імпорту в ЄС часто поєднується зі стимулюванням експорту. Основними інструментами регулювання є компенсаційні збори, квоти та мита, які захищають внутрішні ринки. В Європі ціни на сільськогосподарську продукцію завжди були завищеними, а їх регулювання відбувається під контролем Комісії Європейського Союзу.

Таким чином, в ЄС реалізується жорстке регулювання продовольчого ринку, яке виконує важливу функцію захисту місцевих виробників. З метою захисту внутрішнього ринку ЄС використовує як торгові, так і тарифні бар'єри, а також субсидії для конкурентоспроможних товарів. Часто країни, що прагнуть захистити свій ринок від імпортних товарів, замінюють ембарго на податки на імпорт, адже такі протекціоністські заходи є досить агресивними [11].

Епідемія COVID-19, яка розпочалася на початку 2020 р., вплинула на всі сфери життя сучасного суспільства, включаючи продовольчий сектор. Світовий продовольчий ринок являє собою складну мережу, в якій учасники взаємодіють для формування балансу між пропозицією та попитом. Несподіване зростання попиту на продукти харчування в цей період швидко виснажило запаси в

багатьох країнах, змушуючи аграрний сектор шукати рішення для усунення дефіциту. Ця криза виявила серйозні недоліки в сучасній моделі ланцюга поставок продовольства.

У цьому контексті важливо розглянути методи тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які визначені Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та Податковим кодексом України. Ці нормативні акти окреслюють принципи ведення зовнішньоекономічної діяльності та формують систему оподаткування, визначаючи її структуру та цілі. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності використовує дедалі більше інструментів, серед яких традиційні митні тарифи займають особливе місце. Митний тариф України, згідно з відповідним законом, є систематизованим переліком ставок мит для товарів, що перетинають митну територію України, і визначається за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД), яка базується на Гармонізованій системі опису та кодування товарів ЄС[12].

Список митних тарифів України містить понад 11 тисяч тарифних статей, які стягуються митницею і затверджуються Верховною Радою на основі висновків Кабінету Міністрів України, діючи на всій території країни. Згідно з Законом «Про Єдиний митний тариф», митні збори можна класифікувати за способом нарахування на комбіновані, специфічні та адвалорні. Залежно від напрямку переміщення товарів, мито поділяється на ввільне та вивільне.

Для розширення функцій базового митного інструментарію державні органи розробили спеціальні види мит, такі як компенсаційне, антидемпінгове та спеціальне. Ці заходи спрямовані на захист внутрішніх виробників від недобросовісної конкуренції та імпорту, що штучно зростає завдяки субсидіям або демпінгу. Спеціальні митні платежі можуть застосовуватися на підставі рішень Міжвідомчої комісії з міжнародної торгівлі, які визначають розміри, способи оплати та тривалість платежів [12].

Аналіз законодавства свідчить про те, що митно-тарифне регулювання виконує як фіскальні, так і захисні функції. Проте, незважаючи на державні

інтереси, наддержавні міжнародні організації, такі як Світова організація торгівлі (СОТ), можуть впливати на митне регулювання. Співробітництво в рамках СОТ передбачає зменшення торговельних бар'єрів між країнами-учасницями, що суттєво позначається на регулюванні зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Хоча Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ/СОТ) дозволяє захист національної економіки, основна вимога полягає в обґрунтованості потреби спеціальних митних ставок, що допомагає визначити рівень захисту національних виробників і мінімізувати дискримінаційні бар'єри в торгівлі.

Однією з умов для вступу України до СОТ було поступове зниження митних ставок, що стало частиною Протоколу про вступ. Реалізація цих змін дозволила впровадити єдині стандарти в митній справі. 4 червня 2020 р. Верховна Рада України ухвалила Закон «Про Митний тариф України», що розширив перелік товарних кодів та описів товарів.

Завдяки цьому Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) була приведена у відповідність до сучасної редакції Гармонізованої системи Всесвітньої митної організації. Цей закон забезпечує митне оформлення товарів в Україні відповідно до норм міжнародного митного права в частині класифікації товарів. Зміни відбуваються періодично, щоб відповідати технічному прогресу, спростити назви товарів і підвищити безпеку харчування [12].

Правила інтерпретації комерційних термінів також мають важливе значення в міжнародній торгівлі. З 1 січня 2020 р. почали діяти Інкотермс-2020, які визначають зобов'язання за різними типами контрактів при передачі товарів від продавця до покупця. Аналіз нової редакції показує, що вона суттєво відрізняється від Інкотермс-2010, зокрема зникли умови постачання EXW і FAS через їх рідке використання. Базис FCA став більш універсальним, дозволяючи використовувати будь-який вид транспорту та місце доставки.

В новій редакції Інкотермс термін DDP замінено на DTP і DPP, які фактично відповідають базису DAT, але з додатковими умовами оплати

імпортних мит і доставки до терміналу або конкретного місця призначення. Також оновлені умови постачання FOB і CIF для контейнерних перевезень, де правила тепер регламентують процес завантаження товарів на судно, яке здійснюється на терміналі, якщо товари упаковані в контейнери.

В агропродовольчому секторі світу використовуються різноманітні інструменти регулювання експорту, які практикуються на міжнародному рівні[14]. Найпоширенішими з них є експортні субсидії, які складають пільги економічного або фінансового характеру, що надаються компаніям-експортерам при вивезенні продукції за кордон. Ці пільги підвищують конкурентоспроможність національних виробників, знижуючи витрати та змінюючи їх структуру. Зазначена група заходів стимулювання експорту часто безпосередньо пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції, що створює комплексний вплив на внутрішні та зовнішні фактори пропозиції в цілому.

Узагальнюючи, зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією є складним і багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу та інтеграції різних елементів економічної політики. Тільки через зважену політику та ефективне регулювання можна досягти позитивних результатів у цій важливій сфері, що, в свою чергу, сприятиме економічному зростанню, поліпшенню добробуту населення та стабільності на глобальних ринках.

1.2. Фактори, що впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією

Зовнішня торгівля агропродукцією є важливою складовою економічної діяльності країни, і на неї впливають численні фактори, які можна класифікувати на кілька основних груп: економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні.

Економічні фактори є одними з найзначніших у визначенні динаміки зовнішньої торгівлі агропродукцією, оскільки вони безпосередньо впливають на виробництво, споживання та конкурентоспроможність товарів.

Цінова політика є ключовим елементом, що визначає позицію агропродовольчої продукції на міжнародному ринку. Ціни на агропродовольчі товари формуються під впливом різноманітних факторів, включаючи: середню вартість сировини, витрат на виробництво та конкуренцію [15].

Зміни в цінах на сировину, такі як зерно або цукор, можуть суттєво вплинути на кінцеву вартість продукції. Зростання витрат на робочу силу, паливо та добрива може призводити до підвищення цін на агропродукцію. Рівень конкуренції на міжнародних ринках також визначає ціни. Якщо ціни на експортовану продукцію завищені, це може призвести до зниження попиту.

Високі ціни на продукцію можуть зменшити її попит на зовнішньому ринку, тоді як конкурентоспроможні ціни можуть стимулювати експорт.

Обсяги виробництва агропродукції безпосередньо впливають на можливості експорту. Кількість та якість продукції, яка виробляється в країні, визначає, наскільки вона може конкурувати на світових ринках.

Сільськогосподарські угіддя: наявність достатніх площ для вирощування сільськогосподарських культур, а також використання сучасних методів обробки землі, впливають на обсяги виробництва.

Сезонність виробництва: багато агропродовольчих товарів мають сезонний характер, що може впливати на доступність товарів на ринку в певні періоди.

Технологічні інновації: використання нових технологій у виробництві може підвищити продуктивність, знизити витрати та збільшити обсяги виробництва.

Зростання обсягів виробництва не лише підвищує потенціал експорту, але й дозволяє країні краще задовольняти внутрішній попит [9].

Курс національної валюти має значний вплив на зовнішню торгівлю. Якщо національна валюта зміцнюється, експорт може стати менш вигідним

через підвищення цін для іноземних покупців. Вартість валюти порівняно з іншими валютами впливає на ціни на експортовані товари. Зміцнення валюти може зменшити конкурентоспроможність на світових ринках. Високі темпи інфляції можуть призводити до знецінення валюти, що, в свою чергу, підвищує ціни на імпортовані товари. Зміни в курсі валюти можуть впливати на іноземні інвестиції в агропродовольчий сектор, оскільки інвестори шукають стабільність.

Попит і пропозиція на міжнародному ринку безпосередньо впливають на обсяги зовнішньої торгівлі. Зміни в уподобаннях споживачів, такі як зростаючий попит на органічні продукти або продукти без глютену, можуть створити нові можливості для експортерів. Країни, що виробляють аналогічні продукти, також впливають на попит. Наприклад, конкуренція з боку країн Латинської Америки може знизити попит на українське зерно. Глобальні економічні умови, такі як рецесія або зростання, також можуть впливати на попит на агропродовольчі товари [14].

Інвестиції в агропродовольчий сектор можуть суттєво вплинути на зовнішню торгівлю. Вони сприяють розвитку інфраструктури, модернізації виробництв і підвищенню якості продукції. Залучення іноземного капіталу може стимулювати розвиток нових технологій і підвищення якості продукції, що, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність. Програми субсидування та державні інвестиції в аграрний сектор також можуть стимулювати виробництво та підвищувати експортний потенціал.

Політичні фактори мають значний вплив на зовнішню торгівлю агропродукцією, оскільки вони формують правила, норми та умови, в яких здійснюється торгівля. Ці фактори включають в себе державну політику, міжнародні угоди, політичну стабільність, а також державне регулювання сільського господарства. Вони можуть істотно змінювати умови для експортерів і імпортерів, впливаючи на обсяги торгівлі та конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Державна політика у сфері аграрного сектора визначає, як країна підтримує своїх виробників, встановлюючи субсидії, квоти, мита та інші механізми, що можуть стимулювати або обмежувати експорт. Наприклад, високі митні тарифи на імпорту можуть бути використані для захисту внутрішнього виробника, тоді як експортні субсидії можуть підвищити конкурентоспроможність агропродовольчої продукції на міжнародному ринку.

Угоди на рівні міжнародних організацій, таких як Світова організація торгівлі (СОТ), або регіональні торговельні угоди, також істотно впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією. Країни, що є учасниками угод, зобов'язані дотримуватися встановлених правил торгівлі, які можуть обмежувати застосування захисних заходів або вимагати зниження тарифів. Такі угоди можуть сприяти збільшенню експорту, однак у разі не вигідних умов вони можуть негативно вплинути на внутрішній ринок [14].

Політична стабільність країни також є критично важливим фактором для зовнішньої торгівлі. Країни з високим рівнем політичної нестабільності, конфліктами або змінами влади часто стикаються з ризиками для іноземних інвестицій і зовнішньої торгівлі. Інвестори і партнери можуть уникати країн, де є загроза політичних змін, що може призвести до зниження обсягів експорту агропродовольчої продукції.

Таблиця 1.1

Вплив політичних факторів на зовнішню торгівлю агропродукцією*

| Політичний фактор | Опис | Вплив на торгівлю |
|--------------------------|--|--|
| Державна політика | Політика підтримки виробників через субсидії, митні тарифи та квоти. | Може підвищити або знизити конкурентоспроможність |
| Міжнародні угоди | Угоди СОТ та регіональні угоди, що регулюють правила торгівлі. | Впливають на умови експорту та імпорту |
| Політична стабільність | Вплив рівня політичної стабільності на іноземні інвестиції та торгові відносини. | Нестабільність може знизити обсяги зовнішньої торгівлі |
| Стандарти і сертифікація | Вимоги до якості та безпеки агропродовольчої продукції. | Впливають на можливість виходу на зовнішній ринок |

*Джерело: складено автором.

Держави можуть встановлювати різноманітні стандарти для агропродовольчої продукції, які повинні бути дотримані для експорту. Ці стандарти включають вимоги до безпеки продуктів, екологічності, а також до

якості продукції. Відсутність відповідності цим стандартам може призвести до заборони на імпорт або затримок на митниці, що негативно вплине на торгові відносини.

Отже, політичні фактори є важливим компонентом зовнішньої торгівлі агропродукцією. Вони визначають умови, в яких здійснюється торгівля, а також формують конкурентоспроможність продукції на світовому ринку. Державна політика, міжнародні угоди, політична стабільність і стандарти сертифікації мають значний вплив на обсяги та структуру зовнішньої торгівлі. Для ефективного розвитку агропродовольчого сектору країни необхідно враховувати ці фактори, щоб забезпечити стабільний експорт та покращити позиції на міжнародному ринку.

Соціальні фактори, що впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією, охоплюють широкий спектр аспектів, які визначають споживчі уподобання, культурні традиції, соціальну відповідальність бізнесу та інші елементи, що формують ринок агропродовольчої продукції. Ці фактори не лише впливають на обсяги торгівлі, але й на структуру споживання та пропозиції, що в свою чергу має значний вплив на конкурентоспроможність агропродовольчих товарів на міжнародному рівні[14]. Зміни в споживчих уподобаннях і потребах визначають, які види агропродовольчої продукції будуть користуватися попитом на міжнародних ринках. Наприклад, зростаюча увага до здорового способу життя та органічного харчування призводить до збільшення попиту на екологічно чисті та натуральні продукти. Це вимагає від виробників адаптації своїх пропозицій до нових стандартів якості та безпеки, а також відповідності міжнародним сертифікаційним вимогам.

Культурні фактори також відіграють важливу роль у зовнішній торгівлі агропродовольчою продукцією. Наприклад, в різних країнах існують різні традиції споживання певних продуктів, що може суттєво вплинути на їх експорт та імпорт. Деякі країни можуть мати специфічні смаки або уподобання, які зумовлюють попит на певні агропродовольчі товари, в той час як інші

можуть бути менш зацікавлені в цих продуктах. Виробники, які розуміють культурні особливості ринку, можуть успішніше просувати свої товари.

Соціальна відповідальність бізнесу також стає дедалі важливішим фактором у сучасній торгівлі. Споживачі стають більш свідомими та вимогливими щодо етичності виробництва агропродовольчої продукції. Виробники, які дотримуються принципів соціальної відповідальності, таких як забезпечення справедливих умов праці, збереження навколишнього середовища і підтримка місцевих спільнот, мають переваги на ринку [14]. Такі практики можуть не лише покращити репутацію бренду, але й підвищити довіру споживачів, що в свою чергу стимулює попит на продукцію.

Демографічні фактори, такі як зростання населення, зміни у віковій структурі, урбанізація та рівень доходів, також впливають на зовнішню торгівлю агропродовольчою продукцією. Наприклад, зростання середнього класу у багатьох країнах розвивається попит на різноманітні та якісні продукти. З іншого боку, в регіонах з низьким рівнем доходів попит може бути зосереджений на дешевих та доступних продуктах харчування. Виробники повинні враховувати ці демографічні зміни при плануванні своєї стратегії виходу на зовнішні ринки.

Освітній рівень населення також відіграє важливу роль у формуванні споживчих уподобань. Чим вищий рівень освіти, тим більше споживачі орієнтуються на якість, екологічність і користь продуктів. Це спонукає виробників впроваджувати інновації та покращувати якість своїх товарів, щоб задовольнити зростаючі вимоги споживачів [9].

Технологічні фактори значно впливають на зовнішню торгівлю агропродовольчою продукцією, оскільки вони визначають ефективність виробництва, обробки, упаковки та транспортування товарів (див. табл.1.2). Сучасні технології забезпечують підвищення продуктивності, зниження витрат та поліпшення якості продукції, що, у свою чергу, впливає на конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Таблиця 1.2

Вплив технологічних факторів на зовнішню торгівлю агропродукцією*

| Технологічні фактори | Вплив на зовнішню торгівлю | Приклади |
|----------------------------------|--|---|
| Інновації в агровиробництві | Підвищення продуктивності, зменшення витрат | Генно-модифіковані організми (ГМО), точне землеробство |
| Технології обробки та зберігання | Поліпшення якості товарів, зменшення втрат | Вакуумне пакування, пакування в контрольованих атмосферах |
| Транспортні технології | Підвищення ефективності транспортування, зменшення витрат на логістику | Холодний ланцюг |
| Цифровізація | Покращення торгівлі, підвищення прозорості та безпеки постачань | Електронні торгові платформи, блокчейн-технології |

*Джерело: складено автором.

Запровадження новітніх агрономічних технологій, таких як генно-модифіковані організми (ГМО), точне землеробство, а також автоматизація процесів, суттєво підвищує ефективність виробництва. Наприклад, використання дронів для моніторингу стану культур дозволяє аграріям оперативно реагувати на зміни, зменшуючи витрати на ресурси та підвищуючи врожайність.

Покращення технологій обробки і зберігання продукції також відіграє важливу роль у зменшенні втрат і покращенні якості товарів. Використання сучасних методів пакування, таких як вакуумне пакування або пакування в атмосферах, що контролюються, дозволяє зберігати продукти свіжими протягом тривалого часу, що особливо важливо для експорту. Ці технології забезпечують зменшення псування продукції і підвищують її привабливість на зовнішньому ринку.

Транспортні технології також впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією. Інновації в логістиці, такі як використання холодного ланцюга (cold chain), значно покращують умови транспортування та зберігання товарів[15]. Це особливо важливо для персикових, молочних та м'ясних продуктів, які потребують контролю температури. Впровадження нових технологій в логістиці зменшує терміни доставки та витрати на транспортування, що робить продукцію більш конкурентоспроможною.

Цифровізація аграрного сектора також має величезний вплив на зовнішню торгівлю. Впровадження електронних платформ для торгівлі, використання блокчейн-технологій для забезпечення прозорості та безпеки поставок, а також застосування аналітичних інструментів для моніторингу ринкових тенденцій допомагають виробникам адаптуватися до умов міжнародної конкуренції. Цифрові рішення також сприяють покращенню комунікацій між постачальниками і споживачами, що забезпечує більш ефективний збут.

Технологічні фактори є ключовими у формуванні зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією. Вони не лише підвищують ефективність виробництва та обробки, а й сприяють зменшенню витрат і поліпшенню якості товарів. Інвестування в новітні технології, автоматизацію процесів, а також впровадження цифрових рішень дозволяє агровиробникам залишатися конкурентоспроможними на міжнародній арені. У світі, де технології розвиваються швидкими темпами, адаптація до нових умов стає необхідною умовою для успішного виходу на зовнішні ринки.

Екологічні фактори займають важливе місце у зовнішній торгівлі агропродовольчою продукцією, оскільки вони впливають на методи виробництва, стандарти якості, а також на споживчий попит (див.табл. 1.3). У сучасному світі, де екологічні проблеми стають все більш актуальними, стійке ведення сільського господарства стає критично важливим для успіху на міжнародному ринку.

Зміни клімату, такі як підвищення температури, зміни у режимах опадів і збільшення частоти екстремальних погодних явищ, мають значний вплив на аграрний сектор. Ці зміни можуть призвести до зниження врожайності сільськогосподарських культур, зміни розподілу видів і появи нових шкідників та хвороб. Такі виклики вимагають адаптації виробничих процесів, що, в свою чергу, може вплинути на обсяги експорту і ціни на продукцію.

Таблиця 1.3

Вплив екологічних факторів на зовнішню торгівлю агропродукцією*

| Екологічні фактори | Вплив на зовнішню торгівлю | Приклади |
|--|--|--|
| Вплив змін клімату | Зниження врожайності, зміни в розподілі видів | Посухи, повені, екстремальні температури |
| Екологічні норми та стандарти | Необхідність дотримання норм, витрати на сертифікацію | Стандарти ЄС для органічних продуктів |
| Споживчий попит на екологічні продукти | Зростання попиту на органічні продукти, нові можливості для експорту | Органічні сертифікати |
| Збереження біорізноманіття | Підтримка стійкості екосистем, зменшення ризиків | Сівозміна, різноманіття культур |

*Джерело: складено автором.

Багато країн запроваджують жорсткі екологічні норми та стандарти, що регулюють використання пестицидів, добрив та інших хімічних речовин. Виробники агропродукції, які прагнуть експортувати свою продукцію, повинні дотримуватися цих стандартів, що може вимагати додаткових витрат на сертифікацію та модернізацію виробництв. Наприклад, в країнах Європейського Союзу існують строгі вимоги до органічного виробництва, які включають обмеження на використання синтетичних добрив і пестицидів.

Сучасні споживачі все більше уваги приділяють екологічній безпеці продуктів харчування. Попит на органічні та екологічно чисті продукти зростає, що відкриває нові можливості для експортерів, які здатні адаптувати свої виробничі процеси під ці вимоги [15]. Це може включати впровадження стійких практик ведення сільського господарства, таких як сівозміна, використання природних пестицидів та дотримання принципів раціонального використання водних ресурсів.

Збереження біорізноманіття також є важливим екологічним фактором. Виробництво агропродукції, яке ведеться з урахуванням екологічних принципів, сприяє підтримці біорізноманіття та забезпечує стійкість екосистем. Використання різних сортів рослин і тварин, а також ведення сільського господарства з урахуванням природних умов сприяє підвищенню стійкості до шкідників і хвороб.

Екологічні фактори відіграють суттєву роль у формуванні зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією. Адаптація до змін клімату, дотримання екологічних норм, зростаючий попит на екологічно чисті продукти і збереження біорізноманіття – усі ці аспекти впливають на стратегії виробників та експортерів. В умовах глобалізації та зростаючих екологічних викликів, здатність агровиробників враховувати екологічні фактори стане визначальним для їх успіху на міжнародній арені. Стійке ведення сільського господарства не лише допоможе захистити навколишнє середовище, але й відкриє нові ринкові можливості для країн, що прагнуть впроваджувати екологічні принципи у виробництво агропродовольчої продукції.

Фактори, що впливають на зовнішню торгівлю агропродукцією, є багатограними та взаємопов'язаними. Визначення та аналіз цих факторів дозволяють краще розуміти динаміку зовнішньої торгівлі та розробляти ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності національної агропродовольчої продукції на міжнародному ринку. Успішна зовнішня торгівля може стати запорукою економічного зростання та соціального розвитку країни, що вимагає зваженого підходу до управління всіма зазначеними факторами.

1.3. Світовий досвід торгівлі сільськогосподарською продукцією

Торгівля сільськогосподарською продукцією займає важливе місце в глобальній економіці. Вона не лише забезпечує продовольчу безпеку країн, але й сприяє розвитку міжнародних відносин, економічному зростанню та стабільності. Дослідження світового досвіду торгівлі сільськогосподарською продукцією дозволяє визначити основні тенденції, стратегії та виклики, з якими стикаються країни у цій сфері.

Світова торгівля сільськогосподарською продукцією є динамічною і складною системою, що постійно змінюється під впливом ряду факторів, які

формують глобальний агропродовольчий ринок. Останніми роками ми спостерігаємо декілька ключових тенденцій, що визначають напрямок цієї торгівлі.

За даними Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), світовий експорт сільськогосподарських товарів у 2022 р. перевищив 1,5 трильйона доларів США, що свідчить про постійно зростаючий попит на продовольство в умовах глобалізації. Цей ріст зумовлений, зокрема, збільшенням населення планети, яке потребує більше ресурсів для харчування, а також змінами в споживчих звичках. Зараз спостерігається зростання інтересу до здорового харчування, органічних продуктів та інших товарів, що відповідають сучасним вимогам.

Сучасний експорт сільськогосподарської продукції переживає трансформацію: зростає частка органічних продуктів, перероблених товарів та високоякісної продукції[16]. Країни, що раніше фокусувалися на експорті базових сировин, тепер активно розвивають переробні галузі, щоб задовольнити зростаючий попит на готову продукцію. Наприклад, продукція з доданою вартістю, така як органічні овочі, фрукти та м'ясо, стає все більш популярною на міжнародних ринках.

Технологічні інновації в сільському господарстві, такі як точне землеробство, автоматизація процесів, генетично модифіковані організми (ГМО) та нові методи обробки і зберігання продукції, значно впливають на продуктивність і ефективність виробництва. Впровадження таких технологій дозволяє зменшити витрати на виробництво, підвищити якість продукції і, як наслідок, поліпшити конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Зокрема, технології контролю за якістю та безпекою продуктів відіграють ключову роль у формуванні довіри споживачів та зростанні експорту.

Світова торгівля сільськогосподарською продукцією також характеризується змінами в географії торгівлі. Традиційні експортуючі країни, такі як США, Бразилія і Аргентина, залишаються лідерами, але нові ринки, такі як Китай, Індія та країни Африки, набирають обертів. Ці країни стають не лише

споживачами, а й активними гравцями на світовій арені експорту. Зокрема, Китай став найбільшим імпортером сільськогосподарської продукції, що зумовлено зростанням його населення та зміною споживчих уподобань [16].

Кліматичні зміни також суттєво впливають на світову торгівлю сільськогосподарською продукцією. Зміни в погодних умовах, такі як посухи, затоплення та зміни в сезонності, можуть суттєво знижувати врожайність у певних регіонах. Це, в свою чергу, впливає на обсяги експорту та імпорту, призводячи до коливань цін на продовольство. Країни, які зазнають серйозних наслідків від змін клімату, змушені шукати нові шляхи адаптації, включаючи покращення технологій вирощування, запровадження сталих практик ведення сільського господарства та укладання міжнародних угод.

Останнім часом спостерігається активізація укладання багатосторонніх та двосторонніх торговельних угод, що покликані зменшити торговельні бар'єри, захистити інтереси виробників та забезпечити доступ до нових ринків. Угода про сільське господарство в рамках Світової організації торгівлі (СОТ) є одним із основних документів, що регулює цю сферу. Вона зобов'язує країни-учасниці до зменшення субсидій та імпорتنних мит, що може суттєво вплинути на міжнародну торгівлю агропродукцією.

Таким чином, основні тенденції світової торгівлі сільськогосподарською продукцією свідчать про складний і динамічний характер цієї сфери, в якій взаємодіють економічні, політичні, технологічні та екологічні фактори. Ці тенденції формують нові виклики та можливості для країн, що беруть участь у міжнародній торгівлі агропродовольчою продукцією, і вимагають постійного адаптування стратегій для забезпечення конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Світова торгівля сільськогосподарською продукцією значною мірою визначається політичними та економічними аспектами, які взаємодіють між собою, формуючи правила, за якими функціонує цей сектор [16]. Ці аспекти включають державну політику, міжнародні угоди, торговельні бар'єри, а також

загальні економічні умови, що впливають на виробництво, споживання та обмін сільськогосподарською продукцією.

Політичні рішення і регуляторні рамки мають вирішальне значення для формування умов торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Торговельні бар'єри: включають імпорتنі мита, квоти та експортні субсидії, які створюють певні умови для місцевих виробників. Такі заходи можуть підвищувати ціну імпортованих товарів, що сприяє конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Регулювання якості та безпеки: країни встановлюють стандарти для сільськогосподарських товарів, які повинні відповідати певним вимогам перед імпортом. Це може стосуватися безпеки харчових продуктів, ветеринарних норм та екологічних стандартів.

Міжнародні угоди: участь країн у міжнародних угодах, таких як Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) та угоди в рамках Світової організації торгівлі (СОТ), може визначати правила гри для експорту та імпорту сільськогосподарських продуктів. Ці угоди часто вимагають зменшення субсидій та торгових бар'єрів, що може вплинути на внутрішнє виробництво.

Економічні умови, що визначаються глобальними та локальними факторами, також мають великий вплив на торгівлю сільськогосподарською продукцією[17].

Попит і пропозиція: зміни в попиті на сільськогосподарські товари, зокрема через демографічні фактори, зміну споживчих звичок і доходів населення, суттєво впливають на обсяги торгівлі. Наприклад, зростання середнього доходу в країнах, що розвиваються, веде до збільшення споживання м'яса та молочних продуктів.

Цінова політика: світові ціни на сільськогосподарську продукцію можуть бути нестабільними через коливання врожаїв, зміни в попиті та політичні рішення. Економічні умови, такі як інфляція або курсові коливання, можуть впливати на ціни і, відповідно, на торгівлю.

Інвестиції: рівень інвестицій у сільське господарство, включаючи інфраструктуру, технології та дослідження, впливає на продуктивність і конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Країни, які інвестують у новітні технології, здатні підвищити якість продукції та знизити витрати на виробництво.

Політичні та економічні аспекти не існують окремо; вони тісно пов'язані між собою. Політичні рішення можуть стимулювати або стримувати економічний розвиток у сільському господарстві. Наприклад, державна політика, спрямована на підтримку експорту, може створити сприятливі умови для інвестицій в аграрний сектор. Однак занадто жорстка регуляція може призвести до зниження інвестицій і, відповідно, погіршення конкурентоспроможності.

Важливим аспектом є також наявність торговельних угод, які формують правила, за якими країни взаємодіють у сфері сільського господарства. Ці угоди часто мають на меті зниження бар'єрів і створення умов для вільного обміну товарами, що сприяє зростанню економічної активності [17].

Політичні та економічні аспекти є критично важливими для розуміння світової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Вони не лише формують умови для виробництва та обміну товарами, але й визначають стратегічні напрямки розвитку аграрного сектора в глобальному контексті. Країни, які прагнуть забезпечити конкурентоспроможність своїх сільськогосподарських виробників, повинні враховувати ці аспекти при розробці та впровадженні своїх торговельних стратегій.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ

2.1. Структура та динаміка зовнішньої торгівлі в Україні

Жодна країна не може ефективно функціонувати та розвиватися, якщо вона відокремлена від інших держав і ізольована від глобальних процесів, що відбуваються в її регіоні. Розвинуті зовнішньоторговельні зв'язки є важливим показником економічного розвитку країни. На сьогоднішній день зовнішня торгівля України зазнає впливу багатьох чинників, зокрема економічних, політичних, військових, культурних, гуманітарних, екологічних та інших.

Інтегруючись у світову торгівлю, Україні необхідно адаптувати свою зовнішню торгівлю до детермінант, пов'язаних із глобалізацією, а також враховувати основні тенденції світової торгівлі:

- Постійне зростання обсягів світового товарообігу через прагнення країн активно брати в ньому участь;
- Складніша структура товарного обігу внаслідок виходу на ринок інноваційних та високотехнологічних товарів;
- Зміна географічної структури світової торгівлі через посилення ролі Китаю та нових індустріальних країн;
- Зростання впливу транснаціональних корпорацій на розвиток світової торгівлі, як безпосередньо, так і через інноваційно-інвестиційну діяльність;
- Розвиток економічної інтеграції та транснаціоналізації в сфері світової торгівлі;
- Зростання обсягів світової торгівлі послугами, зокрема під впливом процесів цифровізації та поширення інформаційних технологій [18].

Розвиток зовнішньої торгівлі не лише сприяє зростанню ВВП країни, прибутковості вітчизняних товаровиробників, а й відображає ставлення міжнародної спільноти до якості української продукції, її позиції на світовому ринку, а також конкурентоспроможності як вітчизняних виробників, так і

економіки в цілому [19]. Зовнішня торгівля є важливим джерелом валютного забезпечення для національної економіки та одним із ключових напрямків її розвитку.

Обсяги зовнішньої торгівлі України можна охарактеризувати через показники експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обороту, які наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка показників зовнішньої торгівлі України за 2018–2022 рр.

| Показники | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Обсяг експорту | 43341 | 46091 | 45143 | 63113 | 40944 |
| Частка в зовнішньоторговельному обороті, % | 43,60 | 43,30 | 46,51 | 47,50 | 42,42 |
| Обсяг імпорту | 56055 | 60352 | 51921 | 69755 | 584 |
| Частка в зовнішньоторговельному обороті, % | 56,40 | 56,70 | 53,49 | 52,50 | 57,58 |
| Зовнішньоторговельний оборот | 99396 | 106443 | 97064 | 128689 | 528 |
| Сальдо зовнішньої торгівлі | -12714 | -14261 | -6778 | -6642 | -14640 |

Джерело: складено автором на основі [20].

Зрозуміло, що обсяги експорту товарів і послуг з України зменшувалися у 2018, 2020 і 2022 рр., тоді як у 2019 та 2021 рр. спостерігалось поступове зростання. Частка експорту в зовнішньоторговельному обороті досягла найвищого рівня у 2021 р. – 47,50%, а найнижчого – у 2022 р., склавши 42,42%. Обсяги імпорту товарів і послуг в Україну також зменшувалися в 2018, 2020 і 2022 рр., тоді як у 2019 і 2021 рр. фіксувалося поступове зростання, з максимальним значенням частки імпорту у 2022 р. – 57,58%, і мінімальним у 2021 р. – 52,50%.

Згідно з даними таблиці 2.1, що ілюструє динаміку зовнішньої торгівлі України у 2018–2022 рр., ми створимо графік для наочності, який наведено на рисунку 1. У 2019 р. почалося відносне пожвавлення зовнішньої торгівлі (рис. 2.1).

Однак після цього, під впливом пандемії COVID-19, розвиток зовнішньої торгівлі України знову сповільнився, і у 2022 р. ми спостерігаємо зниження економічних показників через повномасштабне вторгнення Російської Федерації. Варто зазначити, що в період з 2018 по 2022 рр. в

зовнішньоторговельному обороті країни переважали обсяги імпорту, що призвело до формування негативного сальдо.

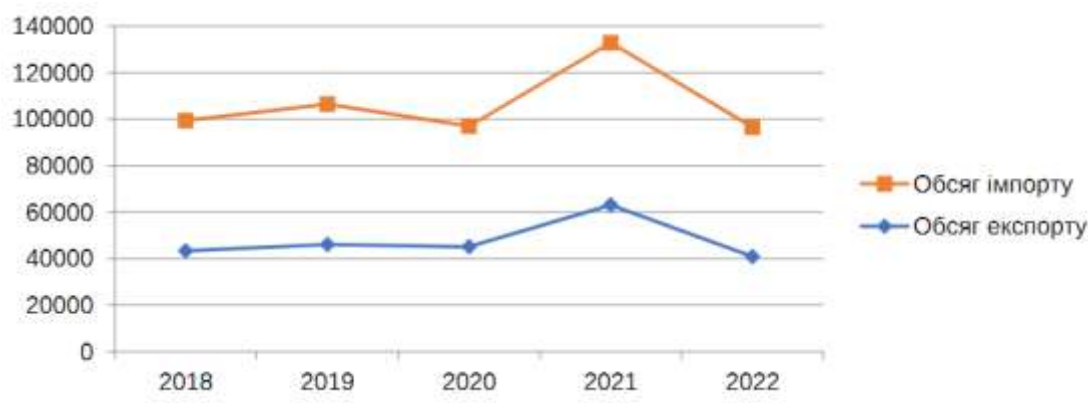


Рис.2.1. Динаміка показників зовнішньої торгівлі України за 2018–2022 рр.*

*Джерело: складено автором на основі [22]

Зовнішня торгівля товарами і послугами відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту країни та стимулюванні економічного розвитку. Тому заходи щодо її підтримки є важливими у контексті подолання криз і посткризового відновлення економіки. Аналіз тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі свідчить про негативне зростання дефіциту зовнішньоторговельного балансу, зменшення експорту, погіршення його структури та зростання імпортої залежності. Роль зовнішньої торгівлі в економіці країни можна оцінити через її частку у валовому внутрішньому продукті та інші показники, що характеризують залежність економіки від зовнішньої торгівлі, наведені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Показники залежності економіки України від зовнішньої торгівлі за 2018–2021 рр.*

| Показники | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Частка зовнішньоторговельного обороту у ВВП | 75,97 | 69,22 | 62,39 | 66,40 |
| Залежність економіки країни від експорту (експортна квота) | 33,13 | 29,97 | 29,02 | 31,54 |
| Залежність економіки країни від імпорту (імпортна квота) | 42,85 | 39,25 | 33,37 | 34,86 |
| Коефіцієнт покриття імпорту експортом | 77,32 | 76,37 | 86,95 | 90,48 |

*Джерело: складено автором на основі [20].

Розрахунки показників залежності економіки України від зовнішньої торгівлі демонструють, що з 2018 по 2020 рр. спостерігається зниження залежності від експорту: у 2018 р. цей показник становив 33,13%, зменшившись до 29,02% у 2020 р., що вказує на незначний вплив експорту на економіку. У 2021 р. експортна квота зростає до 31,54% від загального обсягу ВВП.

Що стосується імпортової залежності, то її показники є нерівномірними: найвищий рівень зафіксовано у 2018 р. – 42,85%, а найнижчий у 2020 р. – 33,37%. Протягом досліджуваного періоду спостерігалася нестача експортних надходжень для покриття імпорту, причому співвідношення імпорту до експорту варіювалося від 76,37% до 90,48%.

Особливу увагу слід приділити експортній та імпортової квотам. Збільшення експортної квоти свідчить про позитивні процеси в розвитку виробничих сил, поглиблення участі у міжнародному поділі праці та модернізацію вітчизняного виробництва. Однак цей процес також несе ризики деформації структури виробництва та експорту під впливом міжнародних ринків і залежності від негативних зовнішніх чинників. Імпортової залежність виникає через дефіцит окремих товарів на внутрішньому ринку, недостатні обсяги ресурсів для вітчизняного виробництва та невідповідність якості вітчизняних товарів міжнародним стандартам[23].

Експорт є одним із ключових елементів міжнародної торгівлі, який виконує стратегічну функцію, сприяючи встановленню зовнішніх зв'язків з різними країнами, формуючи імідж національного ринку та підвищуючи конкурентні переваги товарів і послуг. Це дає можливість виходити на нові міжнародні ринки поряд із провідними державами. Іншою складовою зовнішньої торгівлі є імпорт — ввезення товарів і послуг, яке приносить численні переваги як для великих компаній, так і для окремих споживачів [23]. Це включає доступ до якісних готових товарів, сировини, матеріалів, закупівлю інноваційного обладнання та заповнення ринку дефіцитними товарами, що в свою чергу стимулює виробництво вітчизняних підприємств.

На основі аналізу даних Національного банку України можна оцінити структуру товарного експорту та імпорту за три роки (2020–2022). Вивчення динаміки товарної структури вказує на позитивне сальдо в трьох основних групах товарів: – Продовольчі товари та сировина для їх виробництва (сальдо у 2020 р. — 15,696 млн дол., у 2021 р. — 20,021 млн дол., у 2022 р. — 17,464 млн дол.); – Деревина та вироби з неї (сальдо у 2020 р. — 411 млн дол., у 2021 р. — 1,007 млн дол., у 2022 р. — 1,213 млн дол.); – Чорні й кольорові метали та вироби з них (сальдо у 2020 р. — 5,774 млн дол., у 2021 р. — 11,498 млн дол., у 2022 р. — 3,380 млн дол.) [24].

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну негативно вплинуло на внутрішню економіку і постачання української продукції за кордон, що відобразилося у зниженні експортних показників для майже всіх груп товарів у 2022 р.

Від’ємне сальдо спостерігається у таких категоріях: – Мінеральні продукти (сальдо: 2020 — -2,934 млн дол., 2021 — -6,125 млн дол., 2022 — -8,593 млн дол.); – Продукція хімічної промисловості (сальдо: 2020 — -8,361 млн дол., 2021 — -11,219 млн дол., 2022 — -7,773 млн дол.); – Промислові вироби (сальдо: 2020 — -2,286 млн дол., 2021 — -2,725 млн дол., 2022 — -2,686 млн дол.); – Машини, устаткування, транспортні засоби та прилади (сальдо: 2020 — -14,018 млн дол., 2021 — -18,026 млн дол., 2022 — -12,519 млн дол.) (рис.2.2).

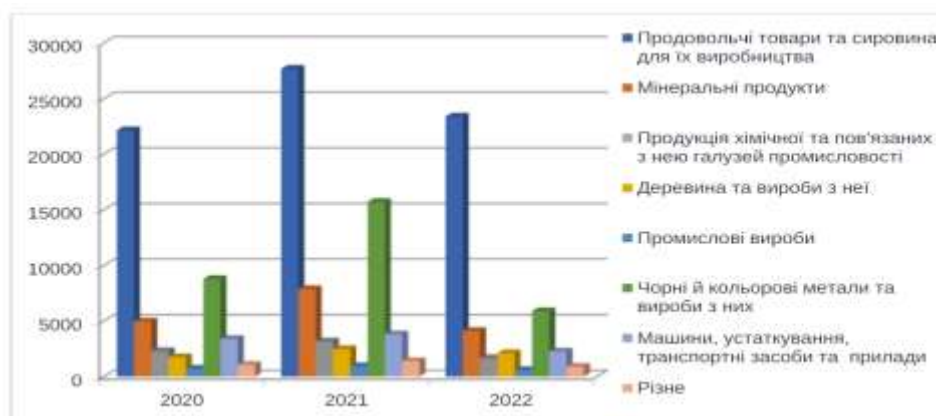


Рис.2.2. Структура товарного експорту України за 2020-2022 рр*

*Джерело: складено автором на основі [25]

Падіння імпорту виявилось менш суттєвим, ніж експорт, оскільки обсяги закупівель закордонних товарів українцями зменшилися менше ніж на чверть від довоєнного рівня, тоді як експорт впав на третину.

Продовольчі товари та сировина для їх виробництва займають найбільшу частку в товарній структурі експорту України. У 2020 р. вони становили 49,09% загального обсягу експорту, у 2021 р. — 43,87%, а в 2022 р. — 57,13%. Чорні й кольорові метали та вироби з них займають друге місце, з частками 19,45% у 2020 році, 24,91% у 2021 р. та 14,37% у 2022 р.

Що стосується імпорту, найбільшу частку формують машини, устаткування, транспортні засоби та прилади, які становили 33,53% у 2020 р., 31,32% у 2021 р. та 26,61% у 2022 р. Друге місце розділяють мінеральні продукти та продукція хімічної промисловості, частки яких коливаються в межах 15,21% — 22,86% і 16,99% — 20,63% відповідно (див.рис.2.3).

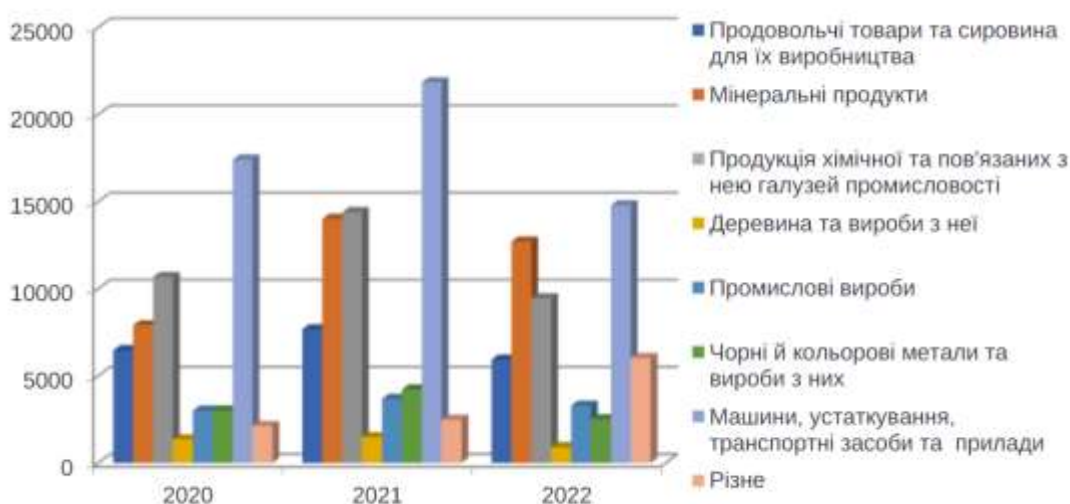


Рис.2.3. Структура товарного імпорту України за 2020–2022 рр*

*Джерело: складено автором на основі [25]

Суб'єкти господарювання, до яких належать міжнародні організації, державні установи, юридичні та фізичні особи-підприємці, а також світові асоціації та спільні підприємства, займають важливе місце у зовнішньоторговельних зв'язках. Міжнародні економічні відносини мають значне значення для розвитку економіки України, яка завжди підтримувала зв'язки з країнами світового співтовариства. На основі даних Національного

банку України ми можемо представити таблицю 4, що показує зовнішню торгівлю України з окремими країнами світу.

Таблиця 2.3

Розподіл зовнішньої торгівлі України за географічними регіонами*

| Регіони | Експорт 2021 р. | | Експорт 2022 р. | | Імпорт 2021 р. | | Імпорт 2022 р. | |
|---------------------|-----------------|--------|-----------------|--------|----------------|--------|----------------|--------|
| | млн. дол. США | % | млн. дол. США | % | млн. дол. США | % | млн. дол. США | % |
| УСЬОГО | 63113 | 100,00 | 40943 | 100,00 | 69755 | 100,00 | 55584 | 100,00 |
| Європа | 24345 | 38,57 | 25513 | 62,31 | 30249 | 43,36 | 27115 | 48,78 |
| Азія | 22947 | 36,36 | 9597 | 23,44 | 18740 | 26,87 | 16136 | 29,03 |
| Америка | 3207 | 5,08 | 1185 | 2,89 | 4476 | 6,42 | 2984 | 5,37 |
| у т.ч. США | 1595 | 2,53 | 855 | 2,09 | 3218 | 4,61 | 2097 | 3,77 |
| Африка | 5588 | 8,86 | 2116 | 5,17 | 816 | 1,17 | 475 | 0,85 |
| Австралія і Океанія | 73 | 0,12 | 28 | 0,07 | 133 | 0,19 | 220 | 0,40 |

*Джерело: складено автором на основі [20]

Аналізуючи дані НБУ щодо розподілу зовнішньої торгівлі України за географічними регіонами, можна зробити висновок, що протягом останніх двох років вітчизняні підприємства та держава встановили зовнішньоекономічні зв'язки з такими регіонами: Європа (у 2022 р. експорт склав 62,31%, імпорт – 48,78%), Азія (експорт – 23,44%, імпорт – 29,03%), країни ЄС (експорт – 60,59%, імпорт – 44,79%), країни СНД (експорт – 5,60%, імпорт – 8,07%), Америка (експорт – 2,89%, імпорт – 5,37%).

Промисловий потенціал України поступово намагається досягти належного рівня для ефективного ведення зовнішньої політики, але цьому заважає ряд чинників. Серед них: невідповідність міжнародним стандартам, низька конкурентоспроможність національних товарів і послуг, недостатня інноваційна та технічна база, а також зниження якості у порівнянні зі світовими товарами-замінниками.

На жаль, сьогодні Україна не може зайняти провідну позицію на світовій торговій арені, проте, усунувши негативні фактори, можна підвищити рівень зовнішньої торгівлі, зосередивши зусилля на найбільш перспективних секторах світової економіки.

2.2. Аналіз факторів, що впливають на розвиток експорту сільськогосподарської продукції

Аграрний сектор економіки є міжнародною візитівкою України завдяки значному внеску в глобальний продовольчий ринок. Цей сектор формує приблизно чверть валового внутрішнього продукту (ВВП) країни, а високий рівень виробництва, разом із його спеціалізацією та концентрацією, сприяє розвитку експорту [26]. Сприятливими умовами для цього стали ряд законодавчих ініціатив, які дозволили Україні інтегруватися в міжнародні аграрні ринки.

За даними Державної служби статистики, у довоєнний період частка продукції агропромислового комплексу в загальному експорті України становила 31% у 2014 р. і зросла до 41% у 2021 р. (27,8 млрд доларів США), а в 2022 році досягла 53%. За перше півріччя 2023 р. цей показник збільшився до 61%. Таке швидке зростання стало можливим завдяки підтримці з боку закордонних партнерів, які сприяють стабілізації української економіки, зокрема через підтримку експорту.

У чинній Стратегії експортної політики України зазначено, що її основні цілі включають підвищення конкурентоспроможності продукції, розширення товарної номенклатури експорту, диверсифікацію ринків збуту, підтримку та розвиток існуючих ринків, а також просування українського бренду та інформаційно-аналітичне забезпечення аграрного експорту.

Для дослідження використано сукупність інформаційних та методичних джерел, зокрема дані товарної структури експорту за 2010–2023 рр.

| Код і назва товарів | 2010 | 2015 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023* |
|------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Усього (коди 1-24) | 9936,0 | 14563,1 | 18611,8 | 22144,2 | 22179,4 | 27708,9 | 23389,5 | 10143,1 |
| I. Продукти тваринні | 771,4 | 823,4 | 1210,6 | 1277,0 | 1188,2 | 1345,2 | 1471,8 | 558,1 |
| 01 живі тварини | 3,6 | 25,6 | 45,8 | 62,5 | 51,5 | 40,9 | 38,8 | 17,3 |
| 02 м'ясо | 90,2 | 377,7 | 646,0 | 711,9 | 652,1 | 845,6 | 923,8 | 355,9 |
| 03 риба | 21,0 | 13,0 | 25,0 | 33,6 | 42,2 | 57,2 | 42,4 | 7,8 |
| 04 молоко, яйця; мед | 648,8 | 386,5 | 480,9 | 453,9 | 426,5 | 378,5 | 452,1 | 171,9 |
| 05 інші продукти | 7,8 | 20,7 | 12,9 | 15,1 | 15,8 | 23,1 | 14,8 | 5,1 |
| II. Продукти рослинні | 3976,2 | 7971,5 | 9886,1 | 12914,5 | 11883,2 | 15538,0 | 13472,7 | 5869,6 |
| 06 живі рослини | 1,8 | 2,3 | 4,4 | 6,5 | 5,7 | 8,1 | 5,0 | 1,8 |
| 07 овочі | 119,2 | 97,2 | 235,7 | 184,5 | 168,1 | 196,6 | 102,7 | 41,9 |
| 08 плоди та горіхи | 208,8 | 154,1 | 228,6 | 260,1 | 238,4 | 368,2 | 313,0 | 82,3 |
| 09 кава, чай | 9,9 | 10,6 | 12,1 | 11,7 | 15,0 | 15,9 | 11,0 | 4,3 |
| 10 зернові культури | 2467,1 | 6057,5 | 7240,6 | 9633,3 | 9410,7 | 12343,8 | 9108,2 | 4604,1 |
| 11 борошномельна | 80,8 | 117,9 | 175,8 | 202,1 | 154,5 | 148,3 | 139,4 | 82,1 |
| 12 олійні | 1085,7 | 1475,5 | 1954,1 | 2563,2 | 1842,4 | 2435,2 | 3757,7 | 1032,7 |
| 13 шелак | 1,3 | 0,5 | 1,1 | 0,8 | 0,9 | 3,6 | 2,4 | 0,9 |
| 14 матеріали | 1,7 | 55,9 | 33,7 | 52,2 | 47,4 | 18,3 | 33,5 | 19,5 |
| III. 15 Жири та олії | 2617,3 | 3299,8 | 4496,5 | 4732,2 | 5746,9 | 7037,2 | 5948,6 | 2426,8 |
| IV. Готові продукти | 2571,1 | 2468,4 | 3018,6 | 3220,4 | 3361,0 | 3788,5 | 2496,9 | 1288,6 |
| 16 з м'яса, риби | 48,7 | 12,5 | 21,7 | 22,8 | 22,6 | 28,9 | 30,8 | 11,3 |
| 17 цукор | 206,5 | 169,5 | 366,9 | 254,4 | 250,3 | 246,5 | 299,6 | 269,7 |
| 18 какао | 591,6 | 187,3 | 204,1 | 204,6 | 201,4 | 224,0 | 147,0 | 61,1 |
| 19 продукти зерна | 254,3 | 267,9 | 268,3 | 269,4 | 313,1 | 414,6 | 251,8 | 115,8 |
| 20 продукти овочів | 210,4 | 183,9 | 172,3 | 191,9 | 172,6 | 200,6 | 222,6 | 74,8 |
| 21 різні продукти | 122,9 | 117,2 | 132,0 | 142,7 | 159,6 | 177,3 | 119,7 | 61,8 |
| 22 напої | 443,7 | 183,6 | 229,8 | 210,8 | 223,7 | 310,4 | 204,7 | 107,9 |
| 23 залишки | 479,1 | 995,8 | 1224,8 | 1486,2 | 1576,5 | 1733,1 | 1081,8 | 557,2 |
| 24 тютюн | 213,9 | 350,8 | 398,7 | 437,6 | 441,3 | 453,0 | 138,8 | 29,0 |

Рис. 2.4. Товарна структура експорту сільськогосподарської та продовольчої продукції за період 2010–2023 рр., млн дол. [27].

Протягом 2010–2015 рр. спостерігалось зменшення виручки від аграрного експорту, в структурі якого 7,7% становили тваринницькі продукти, 40% – рослинницькі, а 25% – готова продукція. Проте в 2015 р. відзначено зростання, а в 2018 р. загальний експорт продукції досяг 18,6 млрд доларів США, що на 87% більше, ніж у 2010 році, та на 28% більше, ніж у 2015 р.. У 2022 р. загальний експорт продукції з України склав 23,4 млрд доларів США, що у 2,35 разів перевищує рівень 2010 р. та на 80% більше порівняно з 2015 р., хоча це на 16% менше, ніж у 2021 р. За перше півріччя 2023 р. експорт перевищив річний

рівень 2010 р. на 10%. Якщо у 2010 р. частка агропродукції в загальному експорті становила 18,4%, то з 2016 р. вона не опускалася нижче 40%.

Експорт сільськогосподарської продукції є важливим аспектом економічного розвитку України. Аграрний сектор формує значну частку валового внутрішнього продукту (ВВП) та є основним джерелом валютних надходжень. В Україні сільське господарство має потужний потенціал, проте його розвиток залежить від багатьох факторів.

Природні ресурси України, такі як родючі чорноземи, сприяють високій продуктивності сільського господарства [28]. За даними Державної служби статистики, в Україні близько 60% земель відведено під сільськогосподарське використання, що забезпечує значні обсяги виробництва. У 2023 р. експорт агропродовольчої продукції зріс до 53% у загальному експорті, що свідчить про зростання попиту на українську продукцію.

Інвестиції та технології відіграють ключову роль у розвитку експорту сільськогосподарської продукції, адже вони безпосередньо впливають на продуктивність, якість продукції та конкурентоспроможність агросектору. В Україні аграрний сектор потребує значних капіталовкладень для модернізації виробництв, впровадження нових технологій і покращення інфраструктури.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2021 р. обсяг прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор становив приблизно 1,5 млрд доларів США. Це на 25% більше порівняно з 2020 р. Серед іноземних інвесторів, які активно вкладають кошти в агросектор, можна відзначити компанії з країн Європейського Союзу, США, Канади та країн Східної Азії.

У 2022 р., попри виклики, пов'язані з війною, інвестиції в агросектор залишалися на рівні близько 1,2 млрд доларів США. Основними напрямками інвестицій є: модернізація обладнання, будівництво нових об'єктів та дослідження і розробки.

Модернізація обладнання: впровадження нових сільськогосподарських машин і технологій, що дозволяє підвищити продуктивність праці та якість продукції.

Будівництво нових об'єктів: інвестування в переробні підприємства та логістичну інфраструктуру, що забезпечує збереження і транспортування продукції.

Дослідження та розробки: вкладення в наукові дослідження для розробки нових сортів рослин і технологій вирощування.

Зростання інвестицій у технології також відкриває нові можливості для експорту. Наприклад, в 2022 р. Україна експортувала 53% агропродовольчої продукції, і основними товарами були зернові (пшениця, кукурудза), олійні культури (соняшник, соя) та продукція тваринництва.

Згідно з даними Державної служби статистики, у 2021 р. загальний експорт агропродовольчої продукції склав 27,8 млрд доларів США, що свідчить про зростання на 28% у порівнянні з 2015 р. Це зростання стало можливим завдяки впровадженню нових технологій, які дозволили агровиробникам підвищити обсяги виробництва та покращити якість продукції, що, в свою чергу, підвищило конкурентоспроможність на міжнародних ринках [28].

Державна підтримка аграрного сектору в Україні є важливим фактором, який сприяє розвитку експорту сільськогосподарської продукції. Протягом останніх років уряд вживає ряд заходів для стимулювання інвестицій, модернізації виробництв та поліпшення умов для агровиробників.

В Україні діє кілька програм підтримки аграріїв, які передбачають фінансування, субсидії та гранти.

Зокрема програма фінансової підтримки сільгоспвиробників: У 2023 році обсяги фінансування програми склали близько 4 млрд гривень, що дозволило підтримати понад 10 тис. аграріїв. Ця програма включає повернення частини витрат на закупівлю техніки та насіння [29].

Субсидії на виробництво: У 2022 р. держава виділила понад 5,3 млрд гривень на субсидії для агровиробників, що допомогло знизити витрати на виробництво сільгосппродукції.

Законодавчі ініціативи також відіграють важливу роль у розвитку агросектору. Зокрема, ухвалення нового земельного кодексу у 2020 р. відкрило ринок землі, що дало змогу аграріям отримати доступ до кредитів під заставу земельних ділянок.

Згідно з даними Державної служби статистики, в 2021 р. обсяг аграрних кредитів зріс на 15% у порівнянні з 2020 р., що стало можливим завдяки зростанню довіри до ринку та новим правовим нормам.

З метою підтримки експорту, уряд також зосереджений на розвитку інфраструктури. Інвестиції в модернізацію портів, залізничних шляхів та логістичних центрів в Україні досягли 2,5 млрд доларів у 2022 р., що покращило умови для транспортування сільськогосподарської продукції.

Конкуренція на світових ринках є суттєвим чинником, який впливає на розвиток експорту сільськогосподарської продукції України. Україні доводиться змагатися з іншими аграрними країнами, такими як Бразилія, США та Аргентина, які вже мають усталену репутацію постачальників високоякісної продукції [27].

Україна має ряд порівняльних переваг, які можуть забезпечити їй конкурентоспроможність на міжнародній арені:

Вроджені ресурси: Україна має родючі чорноземи, які є одними з найкращих у світі. За даними FAO, в Україні міститься близько 25% світових запасів чорнозему.

Висока продуктивність: Завдяки впровадженню нових агрономічних технологій, Україна підвищила врожайність основних сільськогосподарських культур. Наприклад, у 2021 р. врожайність пшениці становила 4,2 т/га, що на 20% більше, ніж у 2015 р.

Таким чином, державна підтримка та конкурентна боротьба на світових ринках є критичними аспектами, які формують експортний потенціал

сільськогосподарської продукції України. Тільки шляхом активних інвестицій, сучасних технологій та адаптації до змінних умов ринку Україна зможе укріпити свої позиції на міжнародній арені.

Якість сільськогосподарської продукції є критично важливим фактором, що визначає конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Успішний експорт українських аграрних товарів залежить не лише від їх кількості, а й від відповідності світовим стандартам якості. В Україні реалізуються заходи для покращення якості продукції, зокрема, впроваджуються міжнародні стандарти, такі як ISO та HACCP [30]. Відповідність цим стандартам дозволяє аграріям забезпечити безпеку продуктів для споживачів і підвищити довіру з боку міжнародних партнерів.

Згідно з даними Державної служби статистики, частка продукції, що відповідає міжнародним стандартам, у 2022 р. зросла до 75%, що на 15% більше порівняно з 2020 р. Цей показник свідчить про зростання свідомості аграріїв щодо важливості якості продукції для виходу на зовнішні ринки. Проте українські виробники все ще стикаються з певними викликами. Наприклад, деякі країни, зокрема в ЄС, мають високі вимоги до екологічних стандартів, які можуть бути складними для виконання без необхідних інвестицій у технології та обладнання. Тому важливо, щоб українські виробники мали доступ до ресурсів та інформації для покращення своєї продукції відповідно до міжнародних норм.

Зміни клімату стають все більш важливим фактором, що впливає на аграрний сектор в Україні. Підвищення середньорічної температури, зміни в режимі опадів та екстремальні погодні явища, такі як посухи та паводки, негативно позначаються на врожайності сільськогосподарських культур. Згідно з дослідженнями, в Україні врожайність основних сільськогосподарських культур може знизитися на 30% до 2050 р., якщо не буде вжито заходів для адаптації до змін клімату.

Аграрії стикаються з необхідністю впровадження адаптивних технологій та практик, таких як використання drought-resistant сортів, зміна графіків посіву

та вдосконалення систем зрошення. В Україні активно обговорюються питання сталого розвитку та екологічної безпеки, зокрема в контексті агровиробництва. Згідно з інформацією Міністерства аграрної політики, близько 60% аграріїв вже почали впроваджувати екологічно чисті технології у своєму виробництві, що дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище [27].

Також важливо враховувати екологічні фактори під час розробки стратегій розвитку агросектора. З метою зменшення викидів парникових газів та покращення екологічної ситуації в Україні запроваджуються програми з відновлення земель, охорони водних ресурсів та збереження біорізноманіття. Підвищення свідомості споживачів щодо екологічної безпеки продуктів може стимулювати попит на екологічно чисту продукцію, що, в свою чергу, стане додатковим стимулом для аграріїв дотримуватись високих стандартів якості та екологічності.

Загалом, фактори якості продукції та зміни клімату мають вагомий вплив на розвиток експорту сільськогосподарської продукції в Україні. Важливо, щоб українські агровиробники адаптувались до нових умов і впроваджували інноваційні рішення, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

2.3. Проблеми та обмеження розвитку зовнішньої торгівлі агропродукцією

Розвиток зовнішньої торгівлі кожної країни суттєво відображає її економічний стан. Показники експорту демонструють якість вітчизняних товарів і послуг, а також їх визнання на міжнародних ринках. Зовнішня торгівля є важливим джерелом економічного зростання, сприяючи збільшенню валового внутрішнього продукту, а також підвищенню ефективності та конкурентоспроможності національних виробників у світовій економіці.

Від початку війни Росії проти України багато вітчизняних підприємств зіткнулися з серйозними перешкодами у своїй діяльності, що призвело до

значного зниження обсягів експорту та імпорту. У 2022 р. зовнішня торгівля, яка тільки почала відновлюватися після пандемії 2020 р., скоротилася на 29,5% порівняно з 2021 р. Після зростання показників у 2021 р., коли експорт майже досяг рівня десятирічної давності, у 2022 р. він знизився на 35,1%, або на 23923,5 млн доларів США. Імпорт зменшився на 24,1%, що становить 17569,6 млн доларів США. Внаслідок військових дій, економіка зазнала падіння, що призвело до зростання негативного сальдо зовнішньоторговельного балансу до 11125 млн доларів, практично до рівня кризового 2020 р. (див.рис.2.5.).

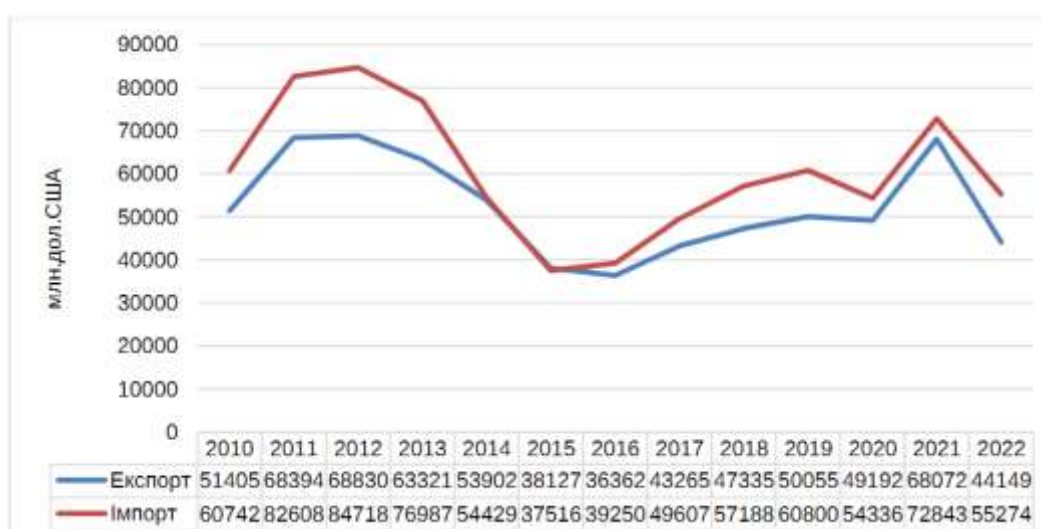


Рис.2.5. Динаміка зовнішньої торгівлі товарами за 2010–2022 рр*

*Джерело: складено автором на основі [31]

Однією з головних проблем зовнішньої торгівлі України є переважання експортних товарів сиро-винного характеру. Дослідження товарної структури показує, що у 2022 р. продукти рослинного походження становили 30,5% загального експорту, хоча їх обсяги скоротилися на 13,3%. Експорт недорогочінних металів у 2022 р. зменшився на 62,5% у порівнянні з 2021 р. Жири та олії тваринного і рослинного походження, які зайняли третє місце серед експортованих товарів, склали 13,5% від загального обсягу, але їх експорт також знизився на 15,5%. Експорт промислової продукції значно скоротився через втрати промислового потенціалу в таких областях, як Дніпропетровська, Миколаївська, Донецька та Харківська. Експорт сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки постраждав через

обмеження транспортування, запроваджені Росією. Проте завдяки "зерновій угоді" є надія на відновлення експорту на довоєнному рівні. Відновлення ж промислового експорту потребує відновлення виробничого потенціалу, що вимагає залучення інвестицій в інновації [31].

Імпорт товарів до України у 2022 р. зменшився на 24,1% у порівнянні з попереднім роком. Значно зменшився імпорт ключових товарних груп. Зокрема, імпорт мінеральних продуктів, який становив 23,7% загального обсягу імпорту, скоротився на 12,4%, що еквівалентно 1626,4 млн доларів США. Імпорт машин, обладнання та електротехнічних пристроїв, який у 2022 р. складав 16,6% загального імпорту, зменшився на 35,4%, або на 3247,4 млн доларів США. Третє місце за обсягами імпорту посідають полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них (5,9% від загального обсягу імпорту), імпорт яких знизився на 32,4%, або на 1058,1 млн грн.

Скорочення імпортного обороту було викликане впливом військових дій на території України, що позначилося на всіх сферах суспільно-економічного життя: зменшилася кількість споживачів, змінилися їх потреби (як приватних домогосподарств, так і підприємств), знизилася купівельна спроможність. Перспективи зростання імпорту пов'язані з нарощуванням енергетичного імпорту, хоча можливі тенденції до зменшення фізичного обсягу імпортованих товарів через високий рівень інфляції в світі [32].

Скорочення зовнішньоторговельного обороту, а також обсягів імпорту та експорту відбулося не лише в грошовому, а й у кількісному вимірі. Окрім політичних перешкод, на ситуацію вплинули світові економічні тенденції, зокрема суттєве зростання інфляції. Експерти зазначають, що найбільший інфляційний тиск відчувався на енергетичних і продовольчих ринках. Дії урядів щодо стабілізації економіки в різних країнах, посилення монетарної політики центральних банків і, як наслідок, глобальне зміцнення долара призвели до зростання виробничих витрат і зниження попиту в провідних економіках, що негативно вплинуло на загальне економічне зростання.

Щодо зовнішньої торгівлі послугами, вона зазнала ще більш негативних наслідків, ніж експорт і імпорт товарів. У 2022 р. експорт послуг скоротився на 28,3%, що є найбільшим падінням з 2020 р. на фоні пандемії Covid-19. Аналіз структури послуг виявляє значне зниження в ряді секторів: послуги з переробки товарів зменшилися на 75,3%, повітряного транспорту – на 64,2%, залізничного – на 68,5%, послуг, пов'язаних із подорожами – на 57,4%, а будівельних послуг – на 55,3%. Найбільше скорочення імпорту послуг відбулося у 2022 р., де загальне падіння склало 62,2% в порівнянні з 2021 р. Якщо в 2020 р. імпорт послуг зменшився на 16,4%, то в умовах війни практично вся діяльність у цьому секторі була зупинена.

Найзначніше скорочення спостерігалось в імпорті державних та урядових послуг (на 98,1%), послуг, пов'язаних із подорожами (на 88,2%), а також послуг з обробки забруднення навколишнього середовища (на 86,7%). Багато з цих послуг не ввозилися в країну через призупинення діяльності підприємств-споживачів у зонах бойових дій, а також через зміни в структурі споживання та чисельності населення [32].

Якщо під час пандемії в основному зменшилися обсяги експорту та імпорту послуг, пов'язаних із фізичним перетином кордону, то у 2022 р. зовнішня торгівля практично всіма видами послуг зазнала значного скорочення. Це було зумовлено змінами в структурі виробництва і споживання в Україні, а також наявністю серйозних перешкод для ведення господарської діяльності українськими підприємствами.

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ

3.1. Поліпшення конкурентноспроможності сільськогосподарської продукції України

Незважаючи на значні втрати в аграрному секторі України, викликані бойовими діями з початку повномасштабної війни 24 лютого 2022 р., сільськогосподарська галузь показала високу адаптивність і стійкість до викликів воєнного часу [33]. За даними Міністерства аграрної політики України та Київської школи економіки, у 2022 р. українські аграрії досягли таких результатів:

- обсяги виробництва всіх видів сільськогосподарських культур перевищили потреби внутрішнього ринку більш ніж у 1,5 раза, а за окремими продуктами — в 3 рази;

- виробництво продукції тваринництва, зокрема м'яса і м'ясопродуктів, повністю задовольняло внутрішні потреби, при цьому експорт зріс на 9% у порівнянні з 2021 роком;

- обсяги виробництва в молочному, овочевому секторах та плодово-ягідних культурах дозволили уникнути дефіциту на внутрішньому ринку, а експорт молочної продукції (переважно сухого молока, масла та казеїну) зріс на 39%.

Розширення присутності української сільськогосподарської продукції на міжнародних ринках відбулося завдяки низці заходів, спрямованих на лібералізацію торгівлі з країнами ЄС та узгодженню міжнародних ветеринарних сертифікатів на експорт продукції тваринного походження [34].

Таким чином, можна стверджувати, що українська сільськогосподарська галузь має значний експортний потенціал, а можливості виходу на ринки Європейського Союзу зростають завдяки активізації євроінтеграційних процесів в країні. Проте, розширення експорту продукції вітчизняних аграріїв

струмується рядом факторів, серед яких найголовнішим є недостатній рівень конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на європейському ринку.

Згідно з визначенням Майкла Портера, конкурентоспроможність — це властивість товару, послуги або суб'єкта ринкових відносин конкурувати на ринку на рівні з аналогічними пропозиціями. Багато дослідників вважають, що конкурентоспроможність характеризує здатність економічного суб'єкта (продукту, підприємства, галузі, країни тощо) витримувати конкуренцію в ринковому середовищі.

Отже, конкурентоспроможність продукції визначається як комбінація якості та здатності успішно реалізувати продукцію на конкурентному внутрішньому або міжнародному ринку в певний момент часу шляхом досягнення конкурентних переваг. При цьому її слід оцінювати за трьома ключовими елементами: властивостями продукції, властивостями конкурентів і особливостями споживачів.

Отже, національні сільгоспвиробники повинні зосередити зусилля на вдосконаленні управління конкурентоспроможністю своєї продукції, щоб сформувати конкурентні переваги не лише на внутрішньому, а й на європейському та інших міжнародних ринках [35].

Управління конкурентоспроможністю продукції є безперервним і систематичним процесом, що реалізується через планування та впровадження заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності. Це досягається завдяки цілеспрямованому впливу на умови та чинники, які визначають цю конкурентоспроможність.

Формування конкурентоспроможності продукції відбувається на етапах дослідження, розробки, виробництва та споживання. Отже, управління конкурентоспроможністю здійснюється опосередковано на різних стадіях через управління процесами її створення та просування.

Аналіз наукових джерел різних авторів щодо сутності управління конкурентоспроможністю продукції дозволив визначити авторське тлумачення

цього поняття в контексті виходу на ринок ЄС. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції є складним багатограним процесом, що включає детальний аналіз ринків збуту, вивчення потреб і очікувань споживачів, підвищення якості, формування позитивного іміджу, розвиток бренду, використання цифрових технологій і розробку цінової політики. Все це спрямовано на забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на європейських та інших зовнішніх ринках.

Основною метою управління конкурентоспроможністю є формування конкурентних переваг, які забезпечать українським аграріям сильну позицію на зовнішніх ринках, зокрема в ЄС [35]. Управління конкурентоспроможністю є процесом, що включає виконання загальних функцій управління, орієнтованих на реалізацію стратегії виробництва конкурентоспроможної продукції. Це передбачає планування, оперативне управління та підвищення конкурентоспроможності в рамках певної системи.

Сучасні науковці і практики розглядають управління конкурентоспроможністю як взаємопов'язані процеси планування, організації, аналізу, мотивації та контролю, необхідні для досягнення високого рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках.

До функцій управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції належать:

- розробка продукту, планування його виробництва та збуту;
- організація, зокрема оптимізація структури управління, ресурсне забезпечення, організація виробництва та збуту;
- аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність;
- мотивація персоналу та контрагентів;
- контроль якості управлінських рішень, продукції та ресурсів, а також реалізації управлінських рішень і моніторинг рівня конкурентоспроможності.

Основним пріоритетом управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в контексті євроінтеграції України є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку ЄС. Шляхи

поліпшення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції України, наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Шляхи поліпшення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції України*

| Напрямок покращення | Заходи |
|--|---|
| Підвищення якості продукції | Впровадження міжнародних стандартів, сертифікація |
| Зниження витрат на виробництво | Використання нових технологій, оптимізація логістики |
| Розширення асортименту продукції | Виробництво органічної продукції, продукти з доданою вартістю |
| Маркетинг та реклама на зовнішніх ринках | Проведення промокампаній, участь у міжнародних виставках |
| Інвестиції в інноваційні технології | Автоматизація виробничих процесів, точне землеробство |
| Підвищення кваліфікації персоналу | Навчання та тренінги для працівників аграрного сектора |

*Джерело: складено автором на основі [49].

На сьогодні українські сільгоспвиробники стикаються з низкою проблем, які заважають реалізації їхнього експортного потенціалу, зокрема:

- недостатній рівень якості сільськогосподарської продукції, оскільки ЄС встановлює високі стандарти, і українським виробникам часто важко їх дотримуватися без значних інвестицій у модернізацію [37]; - спрощення виробничих процесів, що призводить до зниження якості продукції та родючості земель; - недостатній розвиток інфраструктури агропромислового комплексу, що ускладнює ефективне використання аграрного потенціалу; - погіршення якості земель в зонах бойових дій, що потребує значних фінансових витрат на рекультивацию; - руйнування традиційних логістичних маршрутів, особливо через блокаду портів, які були основними каналами експорту агропродукції; - недосконалість фінансово-кредитної системи та брак ресурсів,

що заважає впровадженню нових технологій; - низька ефективність державного регулювання та обмежене фінансування наукових розробок.

Для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції доцільно проаналізувати різні групи продукції з точки зору їх потенціалу на ринку ЄС.

На сьогодні продукція рослинництва, зокрема зернові культури та їх переробка - такі як продовольча і фуражна пшениця, кукурудза, ріпак, соя (включаючи продукти її переробки), насіння соняшнику та олія, - має достатній рівень конкурентоспроможності для реалізації експортного потенціалу. Виробництво м'яса птиці, яєць, молока, свинини, овочів, меду та картоплі також має перспективи для досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності. Водночас виробництво яловичини, цукру, морепродуктів та льону має обмежені можливості для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим важливо зосередити зусилля на вдосконаленні управління конкурентоспроможністю тих видів продукції, які мають високі перспективи для досягнення конкурентних переваг на європейському ринку. Стратегічною метою має стати досягнення такого рівня конкурентоспроможності, який дозволить українським аграріям завоювати європейські та інші регіональні ринки.

У контексті євроінтеграції основним критерієм конкурентоспроможності аграрного бізнесу є якість сільськогосподарської продукції. Тому експортно-орієнтована продукція повинна бути забезпечена науковими підходами до управління якістю [38]. Впровадження сучасних технологій, контроль якості сировини, покращення стандартизації та використання маркетингових інструментів при виході на ринок є важливими складовими підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств.

На європейському аграрному ринку продуктивність також є важливим чинником конкурентоспроможності. Це потребує від українських аграріїв впровадження заходів, спрямованих на підвищення врожайності у

рослинництві та продуктивності у тваринництві. Збільшення продуктивності в сільському господарстві пов'язують насамперед із розвитком інновацій і впровадженням нових технологій.

Важливим напрямком підвищення продуктивності та, відповідно, конкурентоспроможності є використання високопродуктивних сортів рослин і порід тварин, а також інноваційних технологій їх вирощування. Це дозволяє виробляти широкий асортимент якісних продуктів і знижувати собівартість, що, в свою чергу, сприяє зростанню конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в сучасних умовах вимагає впровадження інновацій, оновлення техніко-технологічної бази, раціонального використання ресурсів, зростання прибутковості через збільшення обсягів виробництва і зниження витрат, а також підвищення якості продукції.

Ключовим напрямком підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на європейському ринку є диверсифікація та поглиблення переробки. Це не лише зміцнить експортний потенціал національного аграрного сектора, але й сприятиме збільшенню доданої вартості продукції та зростанню її прибутковості. Наразі в українському експорті аграрної продукції переважає сировина (за винятком соняшникової олії), що має низьку додану вартість і обмежує ефективність діяльності сільгосп підприємств, а також знижує обсяги експорту у вартісному вимірі [38].

Для підвищення конкурентоспроможності українським сільгоспвиробникам слід зосередитися на первинній переробці аграрної продукції та виготовленні готової продукції. Переробка сільгосппродукції підвищує її конкурентоспроможність, забезпечує раціональне використання побічних продуктів і непроданих надлишків сировини, а також допомагає пом'якшити негативні наслідки сезонності виробництва та реалізації продукції, продовжуючи терміни її зберігання.

Зусилля аграрних підприємств у забезпеченні конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на європейських та інших зовнішніх ринках матимуть більший успіх за умови підтримки з боку держави. Для досягнення позитивних результатів у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю потрібно вирішувати вказані недоліки як на рівні окремих підприємств, так і держави, щоб зайняти відповідні позиції на міжнародних аграрних ринках [39].

З огляду на виявлені недоліки в галузі сільського господарства, доцільно реалізувати такі заходи з боку держави: забезпечити відповідність вітчизняних стандартів на сільськогосподарську продукцію та продукти переробки стандартам ЄС; удосконалити інфраструктуру аграрного ринку; забезпечити сталий розвиток сільського господарства, органічного виробництва та використання біоенергетичного потенціалу аграрного сектора; сприяти рекультивації та відновленню сільськогосподарських земель, на яких проходили активні бойові дії; посилити децентралізацію аграрного сектора; налагодити співпрацю між виробниками, переробними підприємствами та науковими установами.

Сьогодні Україна займає провідну позицію на світовому ринку аграрної продукції, зберігаючи свій експортний потенціал незважаючи на значні втрати в галузі під час повномасштабного вторгнення РФ і активних бойових дій на її території. Євроінтеграційні процеси створюють нові можливості для збільшення експорту сільськогосподарської продукції з України до ринків Європейського Союзу, проте це супроводжується численними викликами. Один із найважливіших з них полягає у забезпеченні конкурентоспроможності продукції, що вимагає вдосконалення її управління.

Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції є складним і багатогранним процесом, що включає детальний аналіз ринків збуту, вивчення потреб, вимог та очікувань споживачів, підвищення якості та поліпшення споживчих властивостей, формування позитивного іміджу продукції, розвиток бренду, впровадження інформаційних і цифрових технологій, а також розробку цінової політики [40]. Мета цього процесу –

забезпечити достатній рівень конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на європейських та інших зовнішніх ринках.

Основним завданням управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в умовах євроінтеграційних прагнень України є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності на ринку Європейського Союзу. Визначено, що ключові зусилля повинні бути спрямовані на вдосконалення управління конкурентоспроможністю тих видів продукції, які мають значні перспективи досягнення конкурентних переваг на європейському ринку. Стратегічною метою є досягнення такого рівня конкурентоспроможності, який дозволить українським товарам завоювати європейські та інші регіональні ринки.

3.2. Диверсифікація ринків для зовнішньої торгівлі агропродукцією

Диверсифікація ринків є ключовим аспектом зовнішньої торгівлі агропродукцією, що допомагає зменшити залежність від окремих ринків і підвищити стабільність аграрного сектору. У контексті глобалізації та змін у попиті на агропродукцію, Україні важливо розширювати свої експортні можливості, щоб забезпечити стійке зростання аграрної економіки.

Диверсифікація ринків означає розширення географії збуту товарів на нові ринки, що дає можливість уникнути ризиків, пов'язаних із залежністю від одного чи кількох ринків [41]. Це стратегія, яка передбачає пошук нових можливостей для експорту агропродукції, адаптацію до змінних умов міжнародної торгівлі та задоволення попиту споживачів.

Диверсифікація ринків є надзвичайно важливим стратегічним напрямком для агропродовольчого сектору України, який забезпечує суттєві переваги в умовах глобалізації та нестабільності світових ринків. По-перше, диверсифікація дозволяє зменшити фінансові ризики, пов'язані з коливаннями цін і попиту на традиційних ринках. Україна, як один з найбільших виробників агропродукції у світі, має потужний експортний потенціал, але значна

залежність від окремих країн-імпортерів може стати причиною нестабільності. У разі зниження попиту на основних ринках або виникнення торгових бар'єрів, диверсифікація забезпечує можливість компенсувати втрати за рахунок нових, менш вразливих ринків [42].

По-друге, розширення географії експорту допомагає підвищити стабільність доходів аграрних підприємств. У ситуації, коли один ринок зазнає кризових явищ, наявність альтернативних ринків дозволяє аграріям зберігати свої фінансові позиції. Це особливо важливо в умовах, коли зміни в кліматичних умовах, політичній ситуації чи економіці можуть мати серйозний вплив на сільськогосподарське виробництво. Диверсифікація ринків не лише знижує ризики, а й забезпечує сталий дохід, необхідний для інвестицій в розвиток агровиробництва.

Крім того, диверсифікація ринків сприяє підвищенню конкурентоспроможності української продукції на міжнародній арені. Відкриваючи нові ринки, українські аграрії змушені вдосконалювати якість своєї продукції, впроваджувати новітні технології та дотримуватися міжнародних стандартів. Це підвищує репутацію українських товарів за кордоном і сприяє формуванню позитивного іміджу аграрної продукції України, що в свою чергу відкриває ще більше можливостей для експорту.

Ще одним важливим аспектом є те, що диверсифікація ринків дозволяє Україні активніше використовувати свої аграрні ресурси. Залежно від попиту в різних регіонах світу, аграрії можуть переорієнтовувати свої виробничі лінії, що веде до оптимізації виробництва та покращення економічних показників. Наприклад, якщо на європейських ринках зростає попит на органічну продукцію, українські фермери можуть змінити свої методи ведення сільського господарства для задоволення цього попиту, що, в свою чергу, сприятиме розвитку органічного сектора в Україні.

Важливість диверсифікації також підтверджується її здатністю сприяти інноваціям в агропродовольчому секторі. Конкуренція на нових ринках спонукає підприємства до впровадження нових технологій, поліпшення

процесів виробництва та використання сучасних маркетингових стратегій. Це, у свою чергу, веде до зростання продуктивності та підвищення якості продукції, що стає важливим фактором у залученні нових споживачів.

На завершення, диверсифікація ринків для зовнішньої торгівлі агропродукцією в Україні має велике значення в умовах глобальних викликів. Вона забезпечує зменшення ризиків, підвищення стабільності доходів, розвиток конкурентоспроможності, оптимізацію використання ресурсів та стимулює інновації. Успішна реалізація стратегії диверсифікації ринків дозволить Україні зміцнити свої позиції на міжнародному аграрному ринку, забезпечуючи стійкий розвиток аграрного сектору та економіки в цілому.

Диверсифікація ринків для зовнішньої торгівлі агропродукцією в Україні не лише відкриває нові можливості, але й стикається з численними викликами, які можуть ускладнити цей процес. По-перше, важливим бар'єром є відмінності в стандартах і вимогах до якості продукції на міжнародних ринках. Кожен ринок має свої специфікації, що стосуються якості, упаковки, етикетування та сертифікації продукції. Для українських аграріїв це означає необхідність адаптації своїх виробничих процесів до нових стандартів, що потребує додаткових фінансових та ресурсних вкладень.

По-друге, українським аграріям доводиться стикатися з високим рівнем конкуренції на нових ринках. Багато країн мають розвинену аграрну інфраструктуру та потужних гравців, які вже займають значну частину ринку. Щоб завоювати свою частку, українським виробникам потрібно не лише пропонувати якісний продукт, а й впроваджувати ефективні маркетингові стратегії, що може бути складним завданням, особливо для малих і середніх підприємств.

Третім викликом є політична і економічна нестабільність, яка може вплинути на торгівлю. Глобальні конфлікти, зміни в зовнішньоторговельних угодах, зміни в законодавстві та регуляторних вимогах можуть створити непередбачувані бар'єри для експорту. Зокрема, ситуація в Україні, пов'язана з

військовими конфліктами та економічними санкціями, може суттєво ускладнити доступ до міжнародних ринків.

Крім того, логістичні виклики також відіграють важливу роль у процесі диверсифікації. Ефективна доставка агропродукції на нові ринки потребує наявності розвинутої інфраструктури, яка на даний момент не завжди відповідає потребам агровиробників в Україні [43]. Непередбачені затримки в транспортуванні, високі витрати на логістику та обмежений доступ до сучасних складських потужностей можуть негативно вплинути на конкурентоспроможність українських товарів.

І нарешті, існує проблема обмеженого фінансування та інвестицій у агропродовольчий сектор. Диверсифікація ринків вимагає значних інвестицій у модернізацію виробництва, розробку нових продуктів та маркетингових стратегій. Багато українських аграріїв стикаються з труднощами в отриманні необхідного фінансування, що ускладнює їх здатність адаптуватися до нових ринкових умов.

Таким чином, хоча диверсифікація ринків є важливою стратегією для підвищення конкурентоспроможності агропродовольчого сектора України, вона супроводжується численними викликами, які потребують комплексного підходу та зусиль з боку держави, бізнесу та аграріїв для їх подолання.

Диверсифікація ринків для українського агропродовольчого сектора є стратегічно важливим кроком, що допоможе зменшити ризики, пов'язані з залежністю від окремих ринків, а також сприяти стійкості та розвитку галузі. Для ефективної реалізації диверсифікації існує кілька ключових стратегій, які можуть допомогти агровиробникам успішно вийти на нові ринки.

По-перше, стратегія географічної диверсифікації полягає у виході на нові регіональні та міжнародні ринки. Українські аграрії можуть зосередитися на розвитку експорту в країни, які ще не освоїли, але мають потенціал для споживання українських продуктів. Це може включати, наприклад, країни Азії, Африки та Латинської Америки, де спостерігається зростання попиту на

агропродовольчу продукцію. Важливо провести ґрунтовний аналіз цих ринків, щоб зрозуміти специфічні потреби та уподобання споживачів.

По-друге, стратегія продуктового розширення передбачає розробку нових продуктів та вдосконалення існуючих. Українські аграрії можуть інвестувати в дослідження та розробки, щоб створити продукцію з більшою доданою вартістю, таку як органічні продукти, готові страви або спеціалізовані харчові добавки [44]. Це дозволить не тільки задовольнити потреби нових ринків, а й зміцнити конкурентоспроможність на вже освоєних ринках.

Третя стратегія стосується зміни каналів збуту. Агровиробники можуть розглянути можливості співпраці з новими дистриб'юторами, ритейлерами та експортерами, які мають досвід роботи на міжнародних ринках. Використання електронної комерції також може стати важливим інструментом для виходу на нові ринки, оскільки дозволяє знижувати витрати на реалізацію продукції та розширювати аудиторію споживачів.

Крім того, важливу роль відіграє стратегія маркетингової диверсифікації. Для успішного виходу на нові ринки агровиробники повинні адаптувати свої маркетингові кампанії відповідно до культурних, економічних та соціальних особливостей кожного конкретного ринку. Це може включати локалізацію реклами, зміни в упаковці продуктів, а також використання місцевих каналів комунікації.

Нарешті, стратегічна співпраця з державними органами та міжнародними організаціями може стати потужним стимулом для диверсифікації. Держава може надавати підтримку агровиробникам у вигляді фінансування, навчання, консультацій та сприяння в отриманні міжнародних сертифікатів якості. Міжнародні організації можуть допомогти в доступі до нових ринків через програми співпраці та розвиток інфраструктури.

Таким чином, стратегії диверсифікації ринків для зовнішньої торгівлі агропродукцією в Україні вимагають комплексного підходу, що поєднує географічну, продуктову та маркетингову диверсифікацію, а також активну співпрацю з державою та міжнародними партнерами. Впровадження цих

стратегій допоможе українським аграріям ефективно адаптуватися до змінюваного глобального середовища та забезпечити сталий розвиток агропродовольчого сектора. Тільки комплексний підхід дозволить Україні ефективно інтегруватися в світову економіку та досягти успіху на міжнародних аграрних ринках.

3.3. Державна підтримка зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією України

Зовнішня торгівля сільськогосподарською продукцією є важливою складовою економіки України, яка має значний аграрний потенціал. Державна підтримка цього сектора є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних агровиробників на міжнародних ринках.

Державна підтримка є критично важливим елементом розвитку зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні, оскільки вона забезпечує створення сприятливого середовища для агровиробників. В умовах глобалізації та високої конкуренції на міжнародних ринках, без підтримки з боку держави, українським агровиробникам було б складно конкурувати з потужними міжнародними компаніями.

По-перше, державна підтримка сприяє забезпеченню доступу до нових ринків. Вона включає різноманітні програми та ініціативи, спрямовані на сприяння експорту, що дозволяє українським виробникам виходити на ринки Європейського Союзу, Азії та інших регіонів. Це особливо важливо в умовах економічних викликів, коли традиційні ринки можуть бути нестабільними через політичні або економічні фактори [45]. Залучення нових ринків допомагає знизити залежність від окремих країн-імпортерів та розширити можливості для експорту.

По-друге, державна підтримка дозволяє покращити конкурентоспроможність агровиробників. Через фінансові програми, дотації та субсидії, агровиробники можуть зменшити свої витрати на виробництво, що, у

свою чергу, дозволяє їм пропонувати продукцію за більш конкурентоспроможними цінами. Це важливо не лише для підтримання позицій на внутрішньому ринку, але й для успішного виходу на міжнародні ринки, де споживачі часто мають високі вимоги до ціни та якості.

Крім того, державна підтримка відіграє значну роль у стимулюванні інвестицій в аграрний сектор. Інвестори частіше готові вкладати кошти в сільське господарство, коли існує чітка державна політика, що забезпечує їхній захист і підтримку. Це може включати надання пільгових кредитів, інвестиційних субсидій та інших форм фінансової підтримки, які роблять інвестиційні проекти більш привабливими.

Окрім цього, державна підтримка допомагає створити інфраструктуру, необхідну для ефективної торгівлі. Це включає розвиток логістичних мереж, складів, переробних підприємств, що сприяє зменшенню витрат на транспортування та зберігання продукції. Задоволення вимог міжнародних стандартів якості стає можливим завдяки державним ініціативам, які пропонують технічну допомогу та консультації для агровиробників.

Таким чином, роль державної підтримки в зовнішній торгівлі сільськогосподарською продукцією України не можна недооцінювати. Вона охоплює численні аспекти — від доступу до нових ринків і покращення конкурентоспроможності до стимулювання інвестицій та розвитку необхідної інфраструктури. Завдяки такій підтримці агровиробники отримують можливість адаптуватися до змінюваних умов ринку, підвищувати якість продукції та зміцнювати свої позиції на міжнародній арені.

Основні механізми державної підтримки зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією України включають ряд інструментів та програм, які мають на меті підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору, сприяння експорту та забезпечення сталого розвитку галузі. Ці механізми можна умовно розділити на фінансові, адміністративні та інфраструктурні.

По-перше, фінансові механізми підтримки є одними з найважливіших. Вони включають надання дотацій, субсидій, пільгових кредитів та грантів для агровиробників. Дотації можуть надаватися на виробництво певних видів продукції, що є стратегічно важливими для країни, наприклад, зернових чи олійних культур. Субсидії можуть покривати частину витрат на закупівлю сировини, насіння або добрив, що дозволяє знизити собівартість продукції. Пільгові кредити, у свою чергу, надають агровиробникам можливість отримати фінансування на вигідніших умовах для реалізації інвестиційних проектів, пов'язаних із модернізацією виробництв або впровадженням нових технологій.

По-друге, адміністративні механізми включають законодавчі ініціативи, які сприяють полегшенню процедур експорту, а також створенню сприятливого бізнес-клімату для агровиробників. Це може охоплювати спрощення митних процедур, усунення бюрократичних перешкод, а також забезпечення захисту прав власності та запобігання корупції [46]. Крім того, адміністративна підтримка може реалізуватися через програми навчання та підвищення кваліфікації для фермерів, що допомагає їм краще розуміти міжнародні ринки, вимоги до якості продукції та новітні технології.

Окрему увагу варто приділити інфраструктурним механізмам підтримки. Держава відіграє важливу роль у розвитку інфраструктури, необхідної для ефективної роботи аграрного сектору. Це включає будівництво та модернізацію доріг, залізниць, портів, складів та переробних підприємств. Вдосконалення логістичних шляхів дозволяє знизити витрати на транспортування продукції, а також забезпечити її збереження та якість під час транспортування.

Крім того, державна підтримка може бути спрямована на розвиток інформаційних технологій у сільському господарстві. Це охоплює створення електронних платформ для торгівлі, баз даних про ринки та споживачів, а також онлайн-сервісів для отримання консультацій та інформаційної підтримки. Такі технології дозволяють агровиробникам оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури та адаптувати свої стратегії до нових умов.

Також важливим є механізм міжнародного співробітництва, що включає участь України в міжнародних організаціях, укладання угод про вільну торгівлю, а також обмін досвідом з іншими країнами щодо найкращих практик в агровиробництві та експорті [47]. Це створює додаткові можливості для агровиробників у виході на нові ринки та сприяє інтеграції України в міжнародні аграрні мережі.

Отже, основні механізми підтримки зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні є комплексними і багатогранними. Вони включають фінансові інструменти, адміністративні ініціативи, розвиток інфраструктури та міжнародне співробітництво, що в сукупності забезпечують агровиробникам можливість підвищувати свою конкурентоспроможність і успішно реалізовувати продукцію на міжнародних ринках.

Програми підтримки зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні є важливими інструментами, спрямованими на підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору та стимулювання експорту. Вони реалізуються через різноманітні урядові ініціативи, що охоплюють фінансування, консультації, навчання та інші заходи, які допомагають агровиробникам адаптуватися до змінюваних умов ринку.

Однією з ключових програм є програма державних дотацій для агровиробників. Ця програма передбачає надання фінансової підтримки фермерам, які займаються виробництвом продукції, що користується попитом на внутрішніх та зовнішніх ринках. Дотації можуть надаватися на вирощування певних культур, таких як зернові, олійні чи технічні рослини, а також на проведення агрономічних заходів, що підвищують врожайність та якість продукції. Це дозволяє виробникам знизити витрати та покращити фінансові показники, що, у свою чергу, сприяє збільшенню обсягів експорту.

Крім того, існують програми кредитування, які пропонують агровиробникам доступ до пільгових кредитів для модернізації виробництв, впровадження нових технологій, закупівлі обладнання та розвитку

інфраструктури [43]. Такі кредити, як правило, мають нижчі відсоткові ставки та триваліший термін погашення, що робить їх більш привабливими для фермерів. Завдяки цим програмам агровиробники отримують можливість інвестувати в інновації, що підвищують їхню продуктивність і конкурентоспроможність.

Додатковою важливою програмою є підтримка експорту сільськогосподарської продукції через забезпечення відповідності українських стандартів міжнародним вимогам. Це включає проведення сертифікації продукції, навчання фермерів щодо стандартів якості, а також консультації з питань виходу на міжнародні ринки. Такі програми сприяють формуванню позитивного іміджу української продукції за кордоном та відкривають нові можливості для її реалізації.

Також важливими є програми з розвитку аграрної інфраструктури, які націлені на покращення логістичних умов для агровиробників. Ці програми можуть включати будівництво та модернізацію доріг, залізничних перевезень, складів і переробних потужностей. Підвищення якості інфраструктури дозволяє знизити витрати на транспортування продукції та забезпечити її збереження під час перевезення, що є критично важливим для підтримки конкурентоспроможності українських агровиробників на міжнародних ринках.

Програми підтримки також включають ініціативи з розвитку експортного потенціалу, такі як участь у міжнародних виставках, ярмарках та бізнес-форумах, що дозволяє агровиробникам знайомитися з новими партнерами, налагоджувати ділові контакти та презентувати свою продукцію за кордоном. Державні органи можуть підтримувати ці заходи, фінансуючи участь підприємств у таких заходах та надаючи інформаційні та консультаційні послуги [48].

Не менш важливими є програми навчання та підвищення кваліфікації, які орієнтовані на агровиробників. Вони забезпечують фермерів актуальною інформацією щодо нових технологій, методів управління, маркетингу та експортних процедур. Такі програми можуть реалізовуватися у формі семінарів,

тренінгів, вебінарів та дистанційного навчання, що робить їх доступними для широкого кола агровиробників.

Варто зазначити, що програми підтримки зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні включають різноманітні ініціативи, спрямовані на фінансову, адміністративну та інфраструктурну підтримку агровиробників. Вони грають ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності української аграрної продукції на міжнародних ринках та сприяють розвитку сільського господарства загалом.

Державна підтримка зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні стикається з низкою викликів і проблем, які можуть значно ускладнити ефективність реалізації підтримуючих програм. По-перше, одним із найбільших викликів є нестабільність економічної ситуації в країні, що викликана політичними, соціальними та військовими чинниками. Такі обставини можуть призвести до коливань валютних курсів, інфляції та загального зниження інвестиційної привабливості, що, в свою чергу, негативно позначається на фінансуванні аграрних програм та реалізації проектів.

По-друге, недостатня координація між державними органами, які відповідають за аграрну політику, економічний розвиток і зовнішню торгівлю, створює бар'єри для інтеграції зусиль і ресурсів. Відсутність єдиної стратегічної програми підтримки може призвести до дублювання зусиль або, навпаки, до прогалин у необхідних заходах. Це ускладнює агровиробникам доступ до всіх можливих форм державної підтримки та інформації про них.

Крім того, існують проблеми з якістю і безпечністю сільськогосподарської продукції, які можуть впливати на конкурентоспроможність на зовнішніх ринках [49]. Багато українських виробників не мають змоги дотримуватися міжнародних стандартів якості, що робить їхню продукцію менш привабливою для закордонних споживачів. Це, у свою чергу, може бути пов'язане з недостатнім рівнем інвестицій у модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та підвищення кваліфікації працівників.

Важливим викликом також є проблеми з інфраструктурою, яка має критичне значення для ефективного функціонування аграрного сектора. Наявні транспортні та логістичні мережі часто не відповідають вимогам сучасного ринку, що призводить до високих витрат на транспортування та зберігання продукції. Це зменшує маржу прибутку агровиробників і робить українську продукцію менш конкурентоспроможною на світовому ринку.

Значною перешкодою є також низький рівень фінансування досліджень і розробок у аграрній сфері. Відсутність інновацій у виробництві та обробці сільськогосподарської продукції обмежує можливості агровиробників впроваджувати нові технології, покращувати якість продукції та знижувати витрати. Брак інвестицій у наукові розробки та їх впровадження заважає аграрному сектору адаптуватися до нових вимог ринку і підвищувати свою конкурентоспроможність.

Окрім того, існує проблема недостатньої поінформованості агровиробників про міжнародні ринки, їхні вимоги та специфіку. Багато фермерів не знають, як правильно позиціонувати свою продукцію, які документи потрібно підготувати для експорту та які канали збуту використовувати. Це може призвести до втрати можливостей для експорту і скорочення обсягів продажів.

Важливою перешкодою є також правові та бюрократичні бар'єри, які заважають агровиробникам реалізувати свої експортні потенціали. Складність процедур отримання дозволів, сертифікацій та інших документів може відштовхувати потенційних експортерів і заважати розвитку зовнішньої торгівлі[50].

Отже, державна підтримка зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні стикається з багатьма викликами, які вимагають комплексного підходу для їх подолання. Вирішення цих проблем є критично важливим для підвищення конкурентоспроможності української аграрної продукції на міжнародних ринках та забезпечення стабільного розвитку аграрного сектору в умовах глобалізації.

ВИСНОВКИ

Розвиток зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні є важливим аспектом аграрної політики, оскільки забезпечує країні доступ до міжнародних ринків, сприяє економічному зростанню та підвищенню добробуту населення. Ця діяльність не лише відкриває нові можливості для агровиробників, але й стимулює розвиток суміжних галузей, таких як переробка сільськогосподарської продукції, логістика та транспорт, що в свою чергу позитивно впливає на зайнятість та доходи населення.

Україна, як один з провідних виробників сільськогосподарської продукції в світі, має значний експортний потенціал, особливо у сегментах зернових, олійних культур та продукції тваринництва. Країна є одним із найбільших експортерів пшениці, кукурудзи та ячменю, що робить її важливим гравцем на глобальному аграрному ринку. Зростаючий попит на українські продукти, зокрема на олію та борошно, свідчить про високий рівень конкурентоспроможності, зумовлений якістю продукції та сприятливими природно-кліматичними умовами.

Проте, для досягнення максимального ефекту від зовнішньої торгівлі, Україні необхідно подолати низку викликів, таких як недостатня інфраструктура, проблеми з доступом до фінансування та обмежена інформаційна підтримка агровиробників. Крім того, важливим є забезпечення відповідності стандартам якості продукції, що вимоги міжнародного ринку, адже це відкриває нові перспективи для експорту.

Таким чином, розвиток зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією не лише сприяє економічному зростанню, але й має стратегічне значення для зміцнення позицій України на міжнародній арені, підвищення її конкурентоспроможності та забезпечення продовольчої безпеки, що є особливо актуальним у сучасних умовах глобалізації та економічних викликів.

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2022 році експорт сільськогосподарської продукції становив близько 24 мільярдів доларів

США, що складає приблизно 45% від загального обсягу експорту країни. Особливу увагу заслуговує сектор зернових, який забезпечує понад 80% всього аграрного експорту. Україна посідає перше місце в світі за експортом пшениці, на частку якої припадає приблизно 13% світового ринку, а також є одним з трьох найбільших експортерів кукурудзи, з часткою близько 17%. Продукція тваринництва також демонструє позитивну динаміку, зокрема, експорт м'яса та молочних продуктів зріс на 15% у 2022 році в порівнянні з попереднім роком.

Крім того, згідно з даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2023 році прогнозується, що експорт сільськогосподарської продукції може досягти рекордних 30 мільярдів доларів, що свідчить про стійкість українського аграрного сектора навіть в умовах глобальних викликів. Це підкреслює не лише значний експортний потенціал України, але й її важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки на міжнародному ринку. Таким чином, розвиток зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією залишається ключовим фактором для економічного зростання України та зміцнення її позицій на світовій арені.

Модернізація інфраструктури є ключовим елементом, адже для ефективного експорту продукції необхідні сучасні транспортні мережі, склади та логістичні центри. Це не лише знижує витрати на перевезення, але й забезпечує своєчасність постачання, що є критично важливим для збереження якості сільськогосподарської продукції.

Вдосконалення фінансових механізмів також має велике значення. Для агровиробників необхідно створити доступні фінансові інструменти, які дозволять їм інвестувати в нові технології, розширювати виробництво та покращувати якість продукції. Програми державного фінансування, субсидії та кредити на вигідних умовах можуть суттєво підтримати фермерів у розвитку їх бізнесу.

Активізація інформаційної підтримки для агровиробників включає підвищення обізнаності про міжнародні ринки, тенденції споживання, вимоги до якості та сертифікації продукції. Інформаційні кампанії, навчання та

консалтинг можуть допомогти агровиробникам адаптувати свої стратегії до змінюваних умов ринку.

Крім того, важливим аспектом є диверсифікація виробництва та експортних ринків. Це дозволить зменшити залежність від окремих культур чи ринків, знизивши ризики у разі зміни попиту чи цін. Україні слід інвестувати в нові культури, які мають високий попит на світовому ринку, наприклад, органічні продукти, ягоди, спеції тощо. Розвиток альтернативних каналів збуту, таких як онлайн-торгівля, може також сприяти збільшенню експортних можливостей.

Загалом, лише за умови усунення існуючих бар'єрів, адаптації до міжнародних стандартів і реалізації комплексного підходу Україна зможе реалізувати свій повний потенціал на світовому аграрному ринку. Це не тільки сприятиме економічному зростанню, але й забезпечить соціальний розвиток країни в цілому, підвищуючи добробут населення, створюючи нові робочі місця та зміцнюючи продовольчу безпеку.

Отже, подальший розвиток зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією потребує комплексного підходу, що включає модернізацію інфраструктури, вдосконалення фінансових механізмів та активізацію інформаційної підтримки для агровиробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України № 959-ХІІ від 16.04.1991. Відомості Верховної Ради УРСР. 1991. № 29. Ст. 377.
2. Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2022 рік : Постанова КМУ № 1424 від 29.12.2021. Офіційний вісник України. 2021. № 4. С. 238. Ст. 217.
3. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі 2017–2021 рр.) : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 1017-р від 27.12.2017. Офіційний вісник України. 2018. № 11. С. 15. Ст. 398
4. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
5. Постанова № 314 від 18.03.2022 «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2022-%D0%BF#Text>
6. Світова організація торгівлі (СОТ) URL: <https://geneva.mfa.gov.ua/posolstvo/svitova-organizaciya-torgivli-sot>
7. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Дунська А. Р., Грушка А. О. Вплив пандемії коронавірусу на експортну діяльність підприємств молочної галузі. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: збірник тез. доп. ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 квітня 2021 р.). Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. С. 154–155
9. Міщенко Д. А., Міщенко Л. О. Теоретичні основи механізму державного регулювання зовнішньо-економічної діяльності в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1965>

10. Мельник О. Г., Передало Х. С., Горошко Ю. В. Оцінювання результативності управління зовнішньо-економічною діяльністю на основі цільових показників. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 2(6). С. 72–81.
11. Дуляба Н.І., Далик В.П. Розвиток зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної нестабільності. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8358>
12. Міценко Н.Г., КабаціБ.І., Федоренко А.О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. Економічні науки. 2021. № 62. С. 12-21.
13. Рахман М.С., Штих Є.А. Дослідження основних показників зовнішньої торгівлі України. Приазовський економічний вісник. 2019. Випуск 5(16). С. 384-389.
14. Соколовська О.М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. Вісник економічної науки України. 2020. № 1(38). С. 97-102.
15. Патица Н. І. Теоретико-методологічні підходи до оцінювання конкурентоспроможності сільського господарства в сучасних умовах. Економіка АПК. 2019. № 4. С. 66–74.
16. Clercq M., Vats A., Biel A. Agriculture 4.0: The Future Of Farming Technology. World government summit. 2018. 27 p.
17. Ye Liu, Xiaoyuan Ma, Lei Shu, Gerhard Petrus Hancke, Adnan M. AbuMahfouz From Industry 4.0 to Agriculture 4.0: current status, enabling technologies, and research challenges. IEEE Transactions on Industrial Informatics. 2020. № 17 (6). Pp. 4322 – 4334.
18. Прогноз економічного та соціального розвитку України на 2022-2024 роки: Постанова КМУ «Про схвалення Прогнозу економічного і соціального України на 2022-2024 роки» №586 від 31.05.1986р. / Урядовий кур'єр №111 від 11.06.2021р.

19. Aid for Trade and the Sustainable Development Goals (2021) / OECD and World Trade Organization. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/15569790-en/index.html?itemId=/content/component/15569790>.
20. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами (1996-2022). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
21. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2022 році / URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
22. WTO sees less sharp trade plunge, but more muted rebound. URL: <https://www.reuters.com/article/us-trade-wto/wto-sees-less-sharp-trade-plunge-but-more-muted-rebound-idUSKBN26R289?il=0>
23. Перспективи світової економіки в 2023-2024 році. НІСД, дослідження. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/perspektyvy-svitovoyi-ekonomiky-v-2023-2024-rokakh>.
24. Іщук С. О., Созанський Л. Й. Структурні зміни у товарному експорті України: ризики та перспективи для національної економіки. Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю : Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, 17 березня 2020 року / Упоряд. О. А. Іващенко. Київ : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2020. С. 179–183.
25. Іщук С. О., Полякова Ю. В., Процевят О. С. Структура та динаміка українського товарного експорту: регіональний вимір. Регіональна економіка. 2021. № 1. С. 20–28.
26. Impact of Sustainable Agriculture and Farming Practices. World Wildlife Fund. URL: <https://www.worldwildlife.org/industries/sustainable-agriculture>
27. Економічна правда. Експорт з України під час війни: як змінилась структура постачань української продукції за кордон. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/24/692959/>
28. Невлад В. Ф. Конкуентоспроможність сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в умовах євроінтеграційних процесів.

Збірник наукових праць Уманського НУС. Серія Економіка. 2018. № 92. Ч. 2. С. 107–116. URL: <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/92/Ekon/10.pdf>

29. Карп'як О. О., Гавриш О. А. Вплив технологій Індустрії 4.0 на забезпечення міжнародної конкурентоспроможності галузі сільського господарства. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність : зб. наук. пр. XIX (XXXI) Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 16–17 берез. 2023 р. Київ : Політехніка, 2023. С. 48–49.

30. Гуменюк, Я. Аграрний експорт України: аналіз та стратегічне планування. *Економіка та суспільство*, (2023). (53).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-93>

31. Артиш В., Артиш Н., Артиш І. Місце України в процесах аграрного розвитку світової економіки. Scientific Collection «InterConf». 2023. № 144. Р. 49–57. URL: <https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/2478>

32. Батюк Р. Моделювання зовнішньоекономічної взаємодії аграрних підприємств України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-39>.

33. Міценко Н. Г., КабаціБ. І., Федоренко А. О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. *Економічні науки*. 2021. № 62. С. 12–21

34. Національний банк України. Статистика зовнішнього сектору. Зовнішня торгівля. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external>

35. Рахман М. С., Штих Є. А. Дослідження основних показників зовнішньої торгівлі України. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 5(16). С. 384–389.

36. Бородіна О.М. Воєнні загрози глобальній продовольчій безпеці та перші міжнародні реакції щодо подолання їх наслідків: політекономічний зріз. *Економіка України*. 2022. № 6. С. 41–53. URL: http://economyukr.org.ua/docs/EU_22_06_041_uk.pdf

37. Гадзало Я.М., Лузан Ю.Я. Зовнішньоекономічна діяльність та результативність функціонування аграрного сектору економіки України. Економіка АПК. 2021. № 4. С. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202104006>
38. Демчак І.М., Митченко О.О., Трофімова Г.В. Зовнішньоторговельний обіг продукції АПК. Київ : НДІ «Укראгропромпродуктивність», 2020. 50 с.
39. Соколовська О. М. Проблеми зовнішньої тор-гівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. Вісник економічної науки України. 2020. No 1(38).С. 97–102.
40. Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2022. Organisation for Economic Co-operation and Development : OECD iLibrary. URL: https://www.oecdilibrary.org/agriculture-and-food/agricultural-policy-monitoring-and-evaluation2022_7f4542bf-en
41. Батракова, Т., & Фоменко, С. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України в умовах економічної нестабільності. *Цифрова економіка та економічна безпека*, (2023). (4 (04), 56-62. <https://doi.org/10.32782/dees.4-10>
42. Майже 39 млн тонн за 10 місяців війни – обсяги поставок української агропродукції в інші країни. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/news/majzhe-39-mln-tonn-za-10-misyaciv-vijniobsyagi-postavok-ukrayinskoyi-agroprodukcii-v-inshi-krayini>
43. Експорт України 2022: вплив війни на географію та обсяги продажів: URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/eksport/eksport-ukraini-2022-vpliv-piv-rokuvijni-na-geografiu-ta-obsagi-prodaziv>
44. Геєць В. М., Бородіна О. М., Прокопа І. В. Інклюзивність як напрям і візія сільського розвитку в Україні: концептуальні засади Економіка України. 2022. № 11. С. 11-13.
45. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Котловська Н. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств оптової торгівлі. Економічний простір. 2023. № 185. С. 49–53. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/handle/123456789/10808>

46. Бондар О. Г., Полякова І. О., Лях В. О. Державна підтримка органічного сільського господарства в Україні за досвідом ЄС. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 3. С. 18-23.
47. Barney J.B., Hesterly W.S. Strategic Management and Competitive Advantage : Concept and cases. Global edition : 5-th edition. Boston, 2015. 594 p.
48. Чечоткін В. В., Пристемський О. С. Інвестиційна політика та державна підтримка як запорука сталого розвитку аграрного сектору економіки України. Modern economics. 2020. № 20. С. 291-295.
49. Porter M. (2019) Konkurentna переваha: Yak dosiahaty stabilno vysokykh rezultatyv: perekl. z anhl. Kyiv: [Competitive advantage: How to achieve consistently high results: translated into English]. «Nash format». 624 p
50. O. V. Sobkevych, A. V. Shevchenko, V. M. Rusan, L. A. Zhurakovska; za red. Ya. A. Zhalila. (2023) Priorytety zabezpechennia stiihosti promyslovosti y ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy v umovakh povnomasshtabnoi viiny :analit. dop. [Priorities for ensuring the stability of industry and the agricultural sector of the economy of Ukraine in the conditions of a full-scale war: analyst. add]. Kyiv: NISD. 49 p.]. DOI: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.04>.
51. Давліканова О. Б., Осадчук І. В. Робота майбутнього. Форсайт обумовлених впровадженням нових технологій змін в сільському, лісовому та рибному господарстві України : аналіт. звіт. Національне агентство кваліфікацій, Державна служба зайнятості, Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні. Київ : ТОВ «ВІСТКА», 2022. 172 с.