

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

**Дипломна робота на тему:**

Управління експортним потенціалом країни в умовах  
європейської інтеграції

Виконала студентка групи  
МІМм-21  
Келічава Марія

Науковий керівник  
к.е.н. Болквадзе Н.І.

Тернопіль 2018

## РЕЗЮМЕ

**Дипломна робота** містить 84 сторінки, 10 таблиць, 6 рисунків, 2 формули та 10 додатків. Список використаних джерел складається із 50 найменувань на 5 сторінках.

**Метою дипломної роботи** є розробка рекомендацій щодо оптимізації експортного потенціалу підприємства та на їх основі надання пропозицій із диверсифікації напрямів експортних стратегій на прикладі ПАП «Воля-2000».

**Об'єктом дослідження** є управління експортним потенціалом підприємства в умовах євроінтеграції країни.

**Предметом дослідження** є механізми удосконалення та реалізації експортного потенціалу агропромислового підприємства ПАП «Воля-2000».

**Ключові слова:** міжнародна торгівля, експорт, експортний потенціал, євроінтеграція, сільське господарство, інновації.

## RESUME

**Thesis contains** 84 pages, 10 tables, 6 figures, 2 formulas and 10 applications. List of sources consists of 50 titles on 5 pages.

**The aim of the thesis** is development the recommendations for optimization of export potential of the enterprise and providing the proposals for diversification of export strategies directions on this basis for “Volia-2000” Ltd.

**Object** is organization’s export potential managing in terms of European integration.

**The subject of research** are mechanisms of improvement and implementation of export potential for agricultural enterprise “Volia-2000” Ltd.

**Key words:** international trade, export, export potential, Eurointegration, agriculture, innovation.

## АНОТАЦІЯ

Келічава М. В. Управління експортним потенціалом підприємства в умовах європейської інтеграції України – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 073 – Менеджмент. – Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, 2018.

Досліджено теоретичні аспекти експортного потенціалу підприємства в умовах європейської інтеграції України. У роботі проаналізовано теоретичні засади експорту та експортного потенціалу країни та конкретного підприємства. Був досліджений сучасний стан сільського господарства та найбільших підприємств у цій галузі. У роботі зосереджена детальна інформація про характеристику та стан виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства. Проаналізовано світові інновації у галузі сільського господарства та можливості запровадження їх на невеликому підприємстві. Надано рекомендації щодо введення змін в структуру підприємства для виходу на міжнародний ринок.

## ANNOTATION

Kelichava M. V. Company's export potential managing in terms of Ukraine's European integration. – Manuscript.

This research is to submit a Master of Management degree on specialization 073 – Management. – Ternopil national economic university, Ternopil, 2018.

The theoretical aspects of company's export potential in terms of European integration are investigated. Theoretical principles of export and export potential of country and particular enterprise are analyzed. The current state of agriculture and the largest organizations in this field are investigated. Paper concentrates detailed information about characteristics and state of company's industrial and economic activity. World's innovations in agriculture field and possibilities of introducing them into a small enterprise are analyzed. Recommendations of changes in the structure of the company to enter the international market are introduced.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи формування та використання експортного потенціалу в умовах євроінтеграції.....	6
1.1. Суть експортного потенціалу підприємств та його основні складові елементи.....	6
1.2. Євроінтеграція як фактор формування та використання експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств.....	22
1.3. Методи оцінки експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств.....	29
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. Дослідження експортного потенціалу підприємств агропромислового комплексу України.....	36
2.1. Моніторинг стану експортного потенціалу аграрних підприємств під впливом євроінтеграційних процесів.....	36
2.2. Оцінка експортного потенціалу українських сільськогосподарських підприємств.....	44
2.3. Практика реалізації експортного потенціалу українських агропромислових підприємств.....	62
Висновки до розділу 2.....	68
РОЗДІЛ 3. Шляхи розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств в європейському напрямку.....	69
3.1. Інновації та людський капітал, як складові забезпечення розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств.....	69
3.2. Напрямки диверсифікації експортних стратегій підприємства.....	75
Висновки до розділу 3.....	79
ВИСНОВОК.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	87

## ВСТУП

Експорт є ваговою складовою успішної діяльності країни на міжнародному рівні. Дослідження експортного потенціалу та визначення його рівня допоможе у визначенні майбутнього вектору розвитку економіки. Варто зазначити, що ефективне використання експортного потенціалу розширює можливості країни та дозволяє досягати запланованих змін.

Сьогодні в Україні спостерігається складна ситуація, пов'язана із військовими діями в певних регіонах, відносно низькою часткою міжнародних інвестицій, економічними та соціальними проблемами. Розуміння особливостей та методів використання експортного потенціалу допоможе великій кількості підприємств визначити, чи правильно вони використовують свої потужності та як можна робити це з більшою ефективністю. Всі вище перелічені фактори підтверджують актуальність даної проблематики та зумовили вибір теми дипломної роботи.

У зв'язку із частковим відкриттям кордонів та певною лібералізацією тарифних бар'єрів з боку ЄС, дослідження в сфері експортного потенціалу набирають все більшої популярності серед науковців. Зокрема, варто відмітити дослідників, що займаються даною проблематикою в Україні, а саме: Л. Побоченко, О. Сабатін, І. Ганза, І. Івашків, Я. Поліщук, С. Щербина, Н. Дігуєнко та інші. Проте, у роботах цих вчених не повністю висвітлено особливості та методи використання експортного потенціалу на підприємствах агропромислової галузі.

Метою дипломної роботи є розробка рекомендацій щодо оптимізації експортного потенціалу підприємства та на їх основі надання пропозицій із диверсифікації напрямів експортних стратегій на прикладі ПАП «Воля-2000».

Для досягнення поставленої мети в роботі було виділено наступні завдання:

- дослідити теоретичні основи формування та використання експортного потенціалу в умовах євроінтеграції;
- проаналізувати експортний потенціал підприємств агропромислового комплексу України;

- запропонувати шляхи розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств в європейському напрямі.

Об'єктом дослідження є управління експортним потенціалом підприємства в умовах євроінтеграції країни, а предметом – механізми удосконалення та реалізації експортного потенціалу агропромислового підприємства ПАП «Воля-2000».

В процесі написання дипломної роботи було використано такі методи як: аналіз і синтез, спостереження, порівняння, узагальнення, конкретизації, графічний та розрахунково-аналітичний метод. Теоретичною та методологічною основою дипломної роботи служать наукові роботи та висновки вітчизняних та зарубіжних вчених, що досліджували дану проблематику, зокрема, експорт та експортний потенціал країн, що задекларували європейський напрямок розвитку.

Інформаційну базу роботи становлять закони та правові акти; статистичні дані експортної діяльності України; література, де викладена проблематика визначення та реалізації експортного потенціалу країни та підприємства.

Наукова новизна та практичне значення одержаних результатів полягає у розробці та обґрунтуванні підходів до визначення експортного потенціалу країни та на основі цього здійснення експортної діяльності на ПАП «Воля-2000».

Апробація наукових досліджень відбулась на XI міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (м. Тернопіль, 2018) [47].

Структура і обсяг роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У першому розділі наведений аналіз теоретичних засад експорту та експортного потенціалу країни та підприємства. Зокрема, розглянуто: сутність експорту, його місце у здійсненні економічної діяльності країни, експортні бар'єри для підприємств, методологія визначення експортного потенціалу, аналіз впливу євроінтеграції на зміну структури експорту України та підприємств, що здійснюють ЗЕД, а також правові засади здійснення експорту.

Аналітична частина, що викладена у другому розділі покликана проаналізувати сучасний стан сільського господарства та найбільших підприємств у цій галузі. Також у розділі зосереджена детальна інформація про характеристику та стан виробничо-господарської діяльності ПАП «Воля-2000».

У третьому розділі наведена інформація про інновації у веденні сільського господарства у світі та можливість запровадження таких інновацій на невеликому підприємстві для забезпечення його більш ефективної діяльності. Також надано рекомендації щодо введення змін в організаційну структуру фірми з огляду на розширення діяльності у вигляді експорту. Також, надано рекомендації по вибору експортної стратегії підприємства.

Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки друкованого тексту, містить 10 таблиць, 6 рисунків, 2 формули та 10 додатків. Список використаних джерел складається із 50 найменувань на 5 сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

### 1.1. Суть експортного потенціалу підприємств та його основні складові елементи

Експорт – це передача товарів у іншу країну для продажу. Тобто передати щось з однієї країни задля користування в інших країнах [1]. Визначаючи сутність експорту необхідно неодмінно зрозуміти, що таке міжнародна торгівля, адже експорт становить її невід’ємну частину.

Міжнародна торгівля – це обмін товарами та послугами між країнами. Цей вид торгівлі породжує світову економіку, в якій ціни, попит, та пропозиція впливають на глобальні події. Наприклад, дуже поширеним явищем для американських компаній сьогодні є запровадження виробництва у країнах, де робоча сила набагато дешевша. Приміром, американська компанія має виробництво кросівок в Малайзії. Політичні зміни в регіоні Азії можуть призвести до збільшення вартості робочої сили, тим самим збільшивши виробничі витрати для американської компанії. Далі це призведе до збільшення ціни, яку клієнт повинен буде заплатити, щоб придбати кросівки у місцевому торговому центрі. І навпаки, зниження вартості праці призведе до того, що покупцю потрібно буде платити менше за своє взуття.

Торгівля на глобальному рівні дає споживачам та країнам можливість опинитися відкритими до товарів і послуг, що не були доступними у їх власних країнах. На міжнародному ринку можна знайти практично будь-який товар: їжу, одяг, запасні частини, продукти нафтової промисловості, ювелірні вироби, вино, акції, валюту, воду тощо. Також продаються послуги: послуги пов’язані з туризмом, банківські, консалтингові і транспортні послуги.



Продукти, які продаються на світовому ринку, є експортними, а продуктами, які купуються на світовому ринку – імпортними. Імпорт та експорт враховуються на поточному рахунку країни в платіжному балансі [2].

Міжнародна торгівля дозволяє багатим країнам більш ефективно використовувати свої ресурси – робочу силу, новітні технології або ж капітал. Оскільки країни наділені різними активами та природними ресурсами (земля, робоча сила, капітал та технології), деякі країни можуть виготовити такий же товар ефективнішим і продавати його дешевше, ніж інші. Якщо певна країна не може ефективно виготовити товар, вона отримує його через міжнародну торгівлю, купуючи в країні, що може виготовити такий товар. Це поняття відоме в міжнародній торгівлі під назвою спеціалізація [3].

Розглянемо простий приклад. Країна А та країна Б виробляють бавовняні светри та вино. Країна А випускає десять светрів та шість пляшок вина в рік, а країна Б випускає шість светрів та десять пляшок вина в рік. Обидві країни в цілому можуть виробляти 16 одиниць. Однак, країна А потребує три години, щоб виготовити десять светрів і дві години для виготовлення шести пляшок вина (разом – 5 годин). Країна Б, з іншого боку, потребує одну годину, щоб виготовити десять светрів та три години, щоб виготовити шість пляшок вина (всього чотири години).

Проте, ці дві країни усвідомлюють, що вони можуть виробляти більше, зосереджуючись на тих продуктах, з якими вони мають порівняльну перевагу. Країна А починає виготовляти тільки вино, а країна Б випускає лише бавовняні светри. Кожна з країн тепер може створити спеціалізований випуск 20 одиниць на рік і торгувати рівними пропорціями обох продуктів. Таким чином, кожна країна тепер має доступ до 20 одиниць обох продуктів.

Отже, бачимо, що для двох країн альтернативна вартість виробництва цих продуктів перевищує вартість спеціалізації, тобто, для кожної країни альтернативна вартість виробництва 16 одиниць товарів становить 20 одиниць двох продуктів (після торгівлі). Спеціалізація знижує їх альтернативну вартість і, отже, максимізує їх ефективність в придбанні потрібних товарів. Зі збільшенням

пропозиції, ціна кожного продукту зменшиться, що дасть перевагу також і кінцевому споживачу.

Також варто звернути увагу, що в наведеному вище прикладі країна Б могла б виготовити як вино, так і бавовну більш ефективно, ніж країна А (вона потребувала на це менше часу). Це називається абсолютною перевагою, і країна Б отримала її через високий рівень розвитку технологій. Однак, згідно з теорією міжнародної торгівлі, навіть якщо країна має абсолютну перевагу над іншою, вона все одно може отримати вигоду від спеціалізації [4].

Міжнародна торгівля не тільки призводить до підвищення ефективності, але і дозволяє країнам брати участь в глобальній економіці, заохочуючи можливість прямих іноземних інвестицій, тобто суми грошових коштів, які інвестують в іноземні компанії та інші активи. Отже, теоретично, ринок певної країни може зростати значно ефективніше і ця країна може легко стати конкурентоспроможним учасником глобальної економіки.

Для уряду-одержувача прями іноземні інвестиції є засобом, за допомогою якого іноземна валюта, а разом із нею досвід ведення справ, може потрапити до країни. Вони підвищують рівень зайнятості та теоретично можуть призвести до зростання валового внутрішнього продукту. Для інвестора ж прями іноземні інвестиції означають розширення та зростання компанії, що в свою чергу означає вищі доходи [5].

Як і в усіх теоріях, погляди на міжнародну торгівлю мають різні підходи. Міжнародна торгівля має дві протилежні точки зору на рівень контролю, який покладається на торгівлю: вільна торгівля та протекціонізм. Вільна торгівля є простішою з цих двох підходів. Вона означає торгівлю, яка не обкладена обмеженнями. Головна ідея полягає у тому, що фактори попиту та пропозиції, що діють у глобальному масштабі, забезпечать ефективне виробництво. Тому, нічого не потрібно робити для захисту, стимулювання торгівлі та зростання, оскільки ринкові сили зроблять це автоматично.

На противагу цьому, протекціонізм вважає, що регулювання міжнародної торгівлі має важливе значення для забезпечення належного функціонування

ринків. Прихильники цієї теорії вважають, що неефективність ринку може заважати перевагам міжнародної торгівлі, і вони прагнуть належним чином керувати ринком. Протекціонізм існує у багатьох видах, але до найпоширеніших варто віднести тарифи, субсидії та квоти. Ці форми протекціонізму намагаються виправити будь-яку неефективність на міжнародному ринку [6].

Політика в галузі експорту спрямована на регулювання експортних потоків. До експортних бар'єрів відносять експортне мито – податок, який накладається на кожен одиницю товару, яка вивозиться за кордон. Стягуючи експортне мито, держава стримує вивіз із країни тих товарів, на які не задоволений попит серед власних споживачів або вивіз яких з певних причин є небажаним [7].

Експортні квоти можуть встановлюватися для забезпечення вітчизняних споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами для запобігання виснаження природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на закордонні ринки. Подібні обмеження через угоди за різноманітними видами товарів дали змогу квотувати країнам виробникам такі товари, як кава і нафта, в результаті чого, ціни на ці продукти зросли в країнах-імпортерах. Запровадження експортного мита і використання обмеження експорту шляхом квот на експортні товари певним чином захищає інтереси національних споживачів лише в умовах дефіцитності внутрішнього ринку.

Ще одним інструментом експортної політики є добровільне обмеження експорту, яке нав'язується провідними західними державами слабшим в економічному відношенні експортерам і найчастіше має політичний характер. За певних умов країна провадить торгові переговори з країною-партнером з метою досягнення угоди про обмеження поставок закордонних товарів на свій внутрішній ринок. При цьому така країна вважає недоцільним вдаватися до митних тарифів чи імпортних квот. У такому випадку країна-партнер вимушена добровільно піти на такі обмеження, оскільки країна-імпортер може застосувати імпортні квоти або підвищити ставки митних тарифів, що є не вигідним для країни-експортера. Така угода є зобов'язанням з обмеження експорту певних товарів до країни-імпортера нав'язана експортером під загрозою санкцій [8]. Так,

у 1997-у році Сполучені Штати Америки виступили за обмеження експорту жіночого трикотажу з України до США.

Серед інструментів обмежувальної експертної політики застосовується система індикативних цін – законодавчо встановлена межа мінімальних цін, за якою можна експортувати товар. Індикативні ціни використовуються на експортну продукцію, як правило, з метою недопущення її вивезення за межі певної країни. Перелік видів продукції, на які встановлюються такі ціни, визначається в адміністративному порядку і доводиться до відома підприємств-експортерів. Оскільки адміністративні органи дають дозвіл на експорт лише у тому випадку, якщо ціна зазначена у зовнішньоторговельному договорі, є не нижчою за індикативну, то вони тим самим обмежують експорт.

У 1994 р. під тиском міжнародних фінансових організацій в Україні було скасовано систему експортних квот на більшість аграрних продуктів. Після цього уряду України були запроваджені індикативні ціни [9].

В окремих випадках держава використовує механізм дискримінації експорту – це режим зовнішньої торгівлі, відповідно до якого одним торговим партнерам надаються гірші умови торгівлі, ніж іншим.

Дискримінація експорту має два види: економічні санкції та ембарго.

Економічні санкції передбачають введення прямих обмежень на торгівлю з певною країною. Використання економічних санкцій має глибоку історію, наприклад, США проти Куби.

Ембарго (бойкот) – повна заборона торгівлі, або накладання державою заборони (арешту) на ввезення в країну або вивезення товарів. Цікавим фактом є те, що ембарго шкодить як країні, проти якої воно вводиться, так і країні яка його вводить, але в даному випадку політичні цілі беруть верх над економічними. А для тих країн, які не приєднуються до ембарго, з'являється можливість для розширення обсягів своєї торгівлі.

Ембарго має успіх тоді, коли воно запроваджується раптово, без попереджень, а також тоді, коли вводиться великою країною проти малої, тобто проти тієї країни, економічний розвиток якої перебуває в залежності від

сильнішого партнера. Статут ООН передбачає можливість встановлення ембарго як колективного заходу, що застосовується до країн, дія яких становить загрозу міжнародній безпеці.

Запровадження експортних субсидій спрямована на стимулювання вітчизняних експортних галузей шляхом пільгового оподаткування, пільгового кредиту, або через пряме субсидіювання підприємств експортерів. Експортні субсидії збільшують обсяги експорту, але СОТ розцінює експортні субсидії як «нечесну конкуренцію» на світовому ринку і дає дозвіл країнам, які купують субсидійовану продукцію на запровадження протекціоністського компенсаційного мита [10].

Для стимулювання експорту вітчизняних товарів держава може використовувати фінансові пільги підприємствам-експортерам, валютну політику (заниження валютного курсу національної грошової одиниці), державні замовлення тощо. Витрати держави на стимулювання експорту постійно збільшуються, але при цьому вони окупаються зростанням доходів від зовнішньої торгівлі, розширення національного виробництва і зайнятості, підвищенням конкурентоспроможності економіки.

Одним із головних інструментів стимулювання експорту є державне кредитування і страхування експортних поставок. Поряд із комерційними банками надання експортних кредитів все більше здійснює сама держава за рахунок бюджетних коштів і на пільгових умовах (тривалі строки, низькі відсотки). У більшості розвинутих країн з цією метою створені спеціальні державні організації, банки і фонди. Як інструмент стимулювання експорту застосовується державне страхування експортних кредитів. У цьому випадку урядові гарантії дають можливість комерційним банкам надавати підприємствам-експортерам пільгові кредити, адже держава бере на себе ризик неоплати платежу [11].

Найагресивнішим засобом проникнення товарів на ринки зарубіжних країн є демпінг – це міжнародна дискримінація в цінах, продаж товарів на ринках інших країн за викидними цінами, нижчими від витрат виробництва з метою отримання

конкурентних переваг в експорті. У законодавстві розвинутих країн демпінг визначається як продаж товарів за цінами нижчими, ніж існуючі на внутрішньому ринку в країні експортера. Часто економічною метою застосування демпінгу є витіснення з ринку національного виробника, його банкрутство. Це призводить до того, що іноземні підприємства завойовують ринки конкретних товарів, займаючи з часом монопольне становище на них, а потім піднімають ціни на ці товари.

Розрізняють такі основні види демпінгу:

Спорадичний демпінг – реалізація товарів на закордонних ринках за цінами, нижчими від внутрішніх, або витрат виробництва в короткотерміновому періоді.

Цей вид демпінгу не може завдати серйозних збитків національним виробникам, хоча може вплинути на внутрішній ринок, оскільки період реалізації іноземних товарів чітко не визначений і в будь-який момент їх обсяги можуть змінитися. Але цей демпінг приносить вигоду споживачам, бо останні протягом короткого проміжку часу мають можливість купувати товари за досить низькими цінами.

Суть хижацького демпінгу полягає в тому, що реалізація товарів на закордонних ринках здійснюється за цінами, нижчими від витрат з метою витіснення з ринку національного виробника. Це призводить до того, що іноземні фірми завойовують ринки конкретних товарів, з часом займають монопольне становище на ньому і підвищують ціни на ці товари.

Постійний демпінг – реалізація товарів за цінами, нижчими від внутрішніх цін і витрат виробництва в довготерміновому періоді. Через високу тривалість такий демпінг може заподіяти досить-таки серйозну шкоду якійсь певній галузі, тому ця галузь потребує захисту від іноземної конкуренції.

Зазвичай, демпінг виникає під час депресії, економічних спадів, коли певна галузь не хоче скорочувати виробництво, але продати весь свій вироблений товар на внутрішньому ринку не може. Тоді галузь звертається до іноземних ринків, підриваючи виробництво закордоном з метою стабілізації свого власного. Як правило, демпінг носить досить тимчасовий характер.

У сучасній практиці зовнішньоекономічного регулювання кількісні обмеження використовуються дуже мало. Країни, які мають особливу техніку і технології, що застосовуються у військових цілях, обмежують чи забороняють вивіз, так званих, стратегічних товарів у певні країни, де вони можуть бути використані на шкоду безпеці інших держав.

В майбутньому зміни в міжнародній торгівлі відбуватимуться під впливом двох взаємопов'язаних сил, а саме: лібералізації торгівлі і нової структури міжнародного поділу кваліфікованої праці, а також під впливом зовнішнього фактору технологічного прогресу [12].

Експортні підприємства загалом поділяються на такі категорії:

- Торговий експортер
- Експортери-виробники
- Експортери послуг
- Експортери проектів

«Торговий експортер» означає особу, яка займається торгівельною діяльністю та експортує, або має намір експортувати товари. Торговий експортер закупає матеріал від виробника та експортує на його фірмове найменування. Тут торговий експерт здійснює замовлення з міжнародного ринку. Торговий експортер не має власного виробничого підрозділу або переробної фабрики. Також торговий експортер може експортувати підакцизні товари або товар безпосередньо з приміщень виробника з герметизацією експортних вантажів або без нього, або через свої приміщення із вимогою про знижки чи за облігаціями [13].

Торговий експортер працює на базі купівлі-продажу або на базі комісії, чи комбінації цих двох. При використанні бази купівлі-продажу, торговий експортер купує у виробника експортного товару і додає націнку до кінцевої експортної ціни. При використанні бази комісії, торговий експортер отримує комісію від виробника експортних товарів або ж від іноземного імпортера, або ж від обох, не виставляючи націнки на товар.

Експортери-виробники включають в себе компанії, що займаються виробництвом, збіркою та переробкою експортних товарів. Експортери-виробники експортують товари самотужки прямим шляхом, або ж використовують непрямий експорт через експортних торговців [14].

Вид експорту, яким займається торговий експортер або ж експортер виробник, відбувається фактичне транспортування товару. Проте, існує безліч фірм індустрії обслуговування, де ми не можемо побачити продукт фізично, але ці компанії допомагають країні здобути додатковий прибуток. Найкращим прикладом експорту послуг є ті фірми, що експортують програмне забезпечення. Продаючи програмне забезпечення іншим країнам, держава-експортер заробляє іноземну валюту. Іншими прикладами експорту послуг є туризм, охорона здоров'я, консалтинг, міжнародний готельний бізнес, тощо [14].

Існує багато професійних компаній, які укладають контракти на проектування, виготовлення, постачання, монтаж, введення в експлуатацію та інше. Коли вони одержують іноземну валюту за надання своїх послуг, вони автоматично стають проектними експортерами і мають право на всю правову допомогу та підтримку з боку держави, як для компанії що займається експортом проектів [13].

Експорт є однією з найстаріших форм економічного перенесення і відбувається у великому масштабі між країнами, що мають менші обмеження на торгівлю, такі як тарифи або субсидії. Більшість найбільших компаній, що працюють у розвинених країнах, отримують значну частину своїх річних надходжень від експорту до інших країн. Здатність експортувати товари допомагає економіці зростати. Однією з основних функцій дипломатії та зовнішньої політики між урядами є сприяння економічній торгівлі на благо всіх торговельних організацій [15].

Експорт є важливим компонентом економіки країни. Експорт полегшує міжнародну торгівлю та стимулює внутрішню економічну діяльність шляхом створення робочих місць, виробництва та доходів. З 2017 року найбільшими



експортерами світу за грошовими обсягами є Китай, Сполучені Штати, Німеччина, Японія та Південна Корея.

Компанія експортує товари та послуги з різних причин. Експорт може збільшити продажі та прибуток, якщо компанія виходить із товаром на нові ринки. За допомогою експорту компанія може зафіксувати частку на світовому ринку. Компанії експортери зменшують бізнес-ризик шляхом диверсифікації ринків. Експорт на зовнішні ринки часто може зменшити витрати на одиницю продукції шляхом розширення операцій, щоб задовільнити зростаючий попит. Нарешті, компанії що екпортують на закордонні ринки, отримують нові знання та досвід, що дозволить впроваджувати нові технології, практики маркетингу та розуміння іноземних конкурентів.

Проте, компанії експортери мають унікальний комплекс проблем. Так, здійснення додаткових витрат, оскільки компанії повинні виділити значні ресурси для вивчення зовнішніх ринків та модифікації продуктів, щоб задовільнити місцевий попит та відповідати правилам ринку та країни. Компанії, які екпортують, зазвичай стикаються з більш високим ступенем фінансового ризику. Методи збирання платежів, такі як відкриття рахунків, акредитиви, передоплата та відправлення товару, є складнішими та обробляються довше, ніж платежі від внутрішніх клієнтів [16].

Експортний потенціал – це потенційна спроможність і можливість країни екпортувати наявні та нарощувати експорт нових виробів, ресурсів і послуг [17].

Міжнародний торговельний центр розробив методологію, за якою оцінюється експортний потенціал країни. Ця методологія базується на детальній статистичній оцінці торгівлі країни, а також доступу до ринку. Міжнародний торговельний центр оцінює вже існуючі продукти з високим експортним потенціалом (Export Potential Indicator (Індикатор експортного потенціалу) – EPI) та можливості диверсифікації продукції (Product Diversification Indicator (Індикатор Диверсифікації Продукції) – PDI) на існуючих або нових ринках. Потенційний експорт може бути розбитий на компоненти попиту і пропозиції. EPI вимірює величину пропозиції за рахунок існуючих показників експорту та

поєднує її із попитом на ринку та купівельними коштами для оцінки типового потоку торгівлі між країною-експортером та цільовим ринком.

PDI вимірює величину пропозиції використовуючи підхід простору продукту, який пропонує нові продукти з більшим експортним потенціалом, які вимагають аналогічних затрат до тих, які виробляються на даний момент країною, але мають менший експортний потенціал.

Оцінка експортного потенціалу базується на розподілі частки продукту в загальній сумі експорту країни у компонент пропозиції та світового попиту. Світовий попит замінюється попитом (у тому числі умови доступу до ринку) на певному цільовому ринку. Поки здатність країни постачати існуючі продукти (EPI) зафіксовано мірою виявленої порівняльної переваги, її здатності диверсифікуватись до нових продуктів (PDI) покладається на концепцію Хаусмана та Ідальго про площу продукту, що встановлює зв'язок між продуктами через оцінку того, як часто вони знаходяться разом у експортних кошиках країн. У рекомбінації компонент пропозиції та попиту дає потенційну частку продукту в експорті країни на певний цільовий ринок [18].

Перший підхід – EPI – базується на структурній моделі, яка визначає потенційні частки продуктів від потужності попиту і пропозиції, та перетворює їх у потенційні значення за допомогою проєкції двостороннього експорту. Будь-який розрив між тим, що країни можуть експортувати, і що фактично експортують виникає з тих факторів, які торгові експерти можуть вирішити разом з місцевими компаніями, наприклад, брак інформації про правила та положення цільового ринку чи труднощі з їх дотриманням, або в задоволенні якісних переваг своїх споживачів. Вказаний (невикористаний) потенціал вказує на короткострокові можливості збільшення експорту.

Другий підхід – PDI – покладається на поняття простору продукту. Оцінка експортного потенціалу покращує прив'язку до нових продуктів на основі даних про торгівлю за рахунок природних ресурсів, які є ключовими для здатності країни виробляти певні продукти. Простір продукту не передбачає будь-якої суттєвої оцінки потенційних торгових цінностей, а лише визначає рейтинг

можливостей диверсифікації в даній країні або на регіональному ринку. Цей набір продуктів слід сприймати як варіанти диверсифікації, що може призвести до експортних надходжень у середньостроковій і довгостроковій перспективі.

На рис. 1.1. підсумовані під-показники, які враховуються при визначенні EPI та PDI.

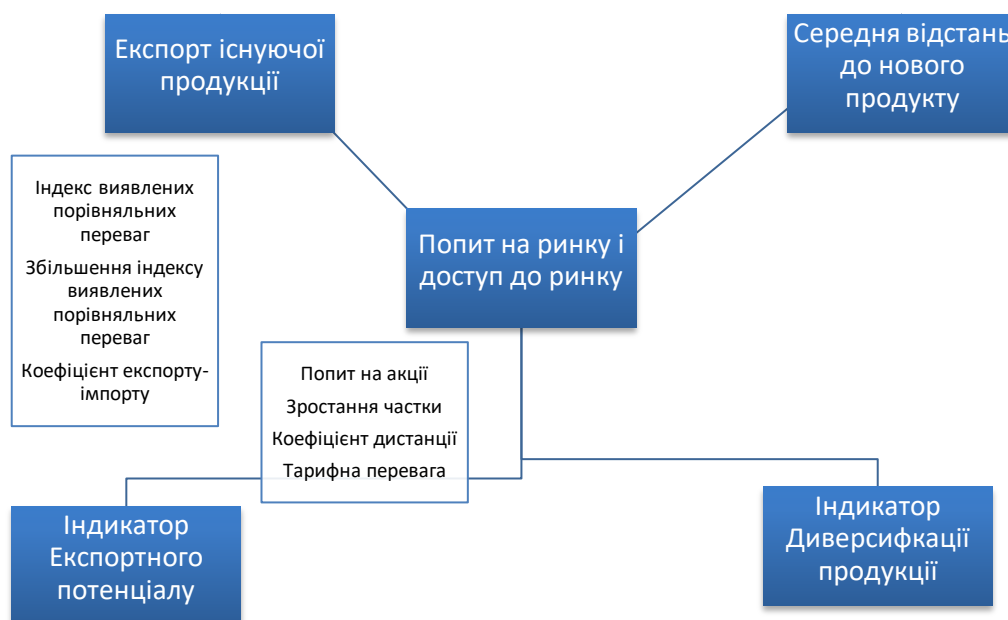


Рис. 1.1. «Під-показники, що враховуються при визначенні EPI та PDI»

Джерело: [20]

Загальний експорт між країною та цільовим ринком використовується для перетворення потенційних акцій на потенційні експортні цінності. Потенційні цінності слід розуміти як середню вартість торговельних потоків, враховуючи ефективність експорту країни та потребу цільового ринку, яка прогнозується у короткостроковому майбутньому. Таким чином, поки експорт на деякі ринки може бути набагато нижчим за їх потенціал, експорт до інших, часто традиційних ринків може вже вичерпувати свій існуючий раніше потенціал.

Визначення EPI розпочинається шляхом розкладання загального експорту країни на постачання (індекс виявлених порівняльних переваг – RCA) та компонент світового попиту. Потенційна частка експортного продукту країни на конкретному цільовому ринку відхиляється від цього розкладу через:

- недосконалі торгівельні дані, яких недостатньо щоб правильно відобразити можливості постачання
- конкретна ситуація на цільовому ринку, що спричиняє відхилення попиту на ньому від загальносвітового [19].

ЕРІ бере до уваги ці фактори. На основі історичних даних це дозволяє прогнозувати, що країна може експортувати на певний ринок у майбутньому.

Потужність постачання базується на динамічній та виправленій версії Індексу виявлених порівняльних переваг Баласса і включає:

- Індекс Баласса (RCA)

Індекс виявлених порівняльних переваг Баласса порівнює частку продукту в загальному експорті країни з часткою цього продукту у світовому експорті. Це показує, чи має країна відносну перевагу ( $RCA = 1$ ) або недолік ( $RCA < 1$ ) при експорті товарів.

- Ріст RCA

В той час, як статичні порівняльні переваги показують, які продукти в даний час країна експортує успішно, динамічна версія порівняльних переваг дозволяє прогнозувати конкурентоспроможну експортну продукцію в майбутньому. Коефіцієнт росту обчислюється для кожного продукту як співвідношення порівняльних переваг протягом двох періодів по три роки (2007-2009 та 2011-2013 роки). Емпіричний аналіз показав, що в середньому RCA зростає на третину від одного періоду до іншого. Цей результат використовується для проектування RCA.

- Коефіцієнт експорту та імпорту

Задекларований експорт часто складається з реекспорту, який не пов'язаний з будь-якою здатністю країни виробляти товари (наприклад, експорт вживаних товарів, які імпортували кілька років тому). Тому, RCA коригується за співвідношенням, при якому імпорт перевищує експорт. Як наслідок, кількість успішного експорту продукції, який був вирахований на основі RCA, буде знижена, якщо торгівельний баланс цієї продукції в країні є негативним (якщо ж у країні спостерігається позитивний торгівельний баланс, коефіцієнт коригування

не застосовуватиметься, тобто продукт не оновлюється, якщо експорт перевищує імпорт)

- Глобальні тарифні недоліки

У торговельних даних зафіксована не лише «порівняльна перевага» країни в експорті певної продукції. Також там міститься інформація про тарифні переваги. Продукти, для яких країна має великі тарифні переваги на світовому ринку, ймовірно, будуть важливими в поточній структурі торгівлі в країні. Це не означає однак, що продукт є експортною можливістю також на конкретному цільовому ринку (або регіоні), які в свою чергу можуть фактично пропонувати менш сприятливі умови доступу до ринку. Більше того, глобальні тарифні переваги знижують RCA продукту. Глобальні тарифні недоліки ж збільшують її. Ефект стає більш помітним для тих продуктів, попит на які є чутливими до ціни.

Умови попиту зафіксовані за допомогою динамічної версії попиту на акції та обліку відкритості цільового ринку для експортних товарів країни.

- Частка у ринковому попиті

Частка у ринковому попиті відображає відносну цінність продукту у загальному обсязі імпорту цільового ринку.

- Ріст частки ринку в ринковому попиті

Зростання частки ринку попиту показує, які продукти останнім часом відчували відносну зміну попиту та дозволяє прогнозувати потенційний попит. Співвідношення частки попиту між двома періодами по три роки обчислюється для кожного продукту. Згідно із емпіричними висновками, приблизно одна п'ята частина цього фактору зростання поєднується зі статичною часткою попиту.

- Переваги тарифів на цільовому ринку

Якщо тарифи, що застосовуються до країни-експортера, є нижчими, ніж ті, що застосовуються до інших постачальників, експортер виграє від тарифної переваги на ринку, що призведе до збільшення експортного потенціалу. І навпаки, якщо тариф, що застосовується до країни-експортера, вище, ніж той, який застосовується до його конкурентів – експортер стикається з тарифним недоліком, знижуючи свою здатність експортувати товар на даний ринок.

- Фактор дистанції

Продукція відрізняється своєю чутливістю до відстані. Наприклад, продукти, що швидко псуються чутливі до відстані і тому зазвичай імпортуються з сусідніх країн. Відстань має менше значення для довговічних виробів. Інформація, яку можна отримати із середньої відстані транспортування, може допомогти виділити найкращі продукти для експорту на певний ринок. Експортер, близький до ринку, буде виступати за продукти, для яких близькість є перевагою (висока чутливість торгівлі до відстані). Це продукти, які завжди експортуються на невеликі відстані. Експортер далеко від ринку буде віддавати перевагу продуктам, для яких відстань менш важлива (низька чутливість торгівлі до відстані). Це продукти, які переважно постачаються на далекі відстані. Чим краще відстань експортера поєднується із цільовим ринком і середньою відстанню, за якою цільовий ринок імпортує товар, тим вищий буде експортний потенціал товару на ринку.

RPI відрізняється від EPI способом закупівлі. Порівняльні переваги можуть бути обчислені лише для існуючих продуктів. Визначити можливості диверсифікації, зв'язки з порівняльними перевагами потенційно нових продуктів в країні, використовуючи концепцію так званого простору продукту. Середня відстань продукту від експортного кошику країни замінює порівняльну перевагу на оцінку потужності постачання. Показники доступу до попиту і ринку залишаються однаковими [18].

Потенціал країни у диверсифікації нового продукту вимірюється через зв'язок між продуктами, які видно в даних про торгівлю. Торговельні дані не завжди ідеально зафіксують можливості постачання, особливо якщо природні ресурси необхідні як матеріали для виробництва товару. Для можливості диверсифікації потенціалу середня відстань до існуючого експортного кошика країни доповнюється фільтрами, враховуючи наявність найважливіших природних ресурсів в країні.

- Щільність

Інтуїтивна ідея про те, що спроможність країни експортувати один продукт залежить від його здатності експортувати інші продукти походять від ідеї про простір продукту. Ця концепція вимірює відносність продуктів (їх «близькість») на основі спостереження, що подібні продукти більш схильні бути виготовленими тією самою країною, що і різні продукти. Якщо країна в даний час може експортувати товар, що часто зустрічається в експортних кошиках інших країн разом з іншим продуктом, передбачається, що два продукти вимагають аналогічних можливостей. Отже, країні буде відносно легко «перестрибувати» на новий продукт. Використовуючи інформацію про групи експорту з усіх країн у всьому світі, середнє значення відстані країни до нового потенційного експортного продукту вказує на його здатність у майбутньому постачати товар.

- Фільтри

Оскільки метою є визначення можливостей диверсифікації, зберігаються лише ті продукти, що становлять менше 0,5% загального експорту країни. Міру щільності коректують два додаткові фільтри що базуються на торговельних даних:

1. Кліматичні умови: певні режими вологості та кліматичні зони були визначені як найважливіші для вирощування сільськогосподарських продуктів на експорт. Якщо ці продукти пропонуються на експорт країнам, які не володіють будь-якою з відповідних кліматичних зон, продукт більше не буде розглядатися як доцільний варіант.

2. Доступ до моря: якщо для країни, яка не має виходу до моря, було запропоновано експорт одного із 69 морських продуктів, така можливість одразу відкинеться через фізичну неможливість здійснення експорту. Необхідно звернути увагу, що країни, які не мають виходу до моря, іноді вдаються до експорту морських продуктів, таких як моторних човнів або прісноводних риб на постійній основі і з позитивним торговельним балансом. Ці продукти не виключаються як можливі варіанти диверсифікації для країн, що не мають доступу до моря. Сторона попиту для PDI є ідентичною, як і для EPI [20].

## **1.2. Євроінтеграція як фактор формування та використання експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств**

Експорт України завжди був складним механізмом та складався із багатьох видів продукції. Проте, віднедавна, Україна переживає економічну кризу, падіння валового внутрішнього продукту, високий рівень інфляції та безробіття. Через воєнні дії на Донбасі, раніше величезний експорт продукції машинобудування, металургії, тепер не здійснюється. Сільське господарство – чи не єдина галузь української економіки, що в умовах війни показала незначне зменшення обсягів виробництва аграрної продукції [21].

Європейська інтеграція була визначена як один з ключових векторів зовнішньої економіки України. Відносини між Україною та Європейським Союзом були започатковані ще в грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів як представник керівної в ЄС країни у своєму листі від імені Євросоюзу офіційно визнав незалежність України. Політика України щодо розбудови відносин з Європейським Союзом впроваджується на основі Закону України від 01.07.2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». Відповідно до ст. 11 закону, однією із основоположних засад зовнішньої політики України є «забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЄС» [22].

У 2014 році була підписана Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, основною метою якої стало створення асоціації, поступове зближення між Україною та ЄС на основі спільних цінностей, поглиблення економічних та торговельних відносин, зокрема шляхом створення зони вільної торгівлі, посилення співробітництва у сфері юстиції, свободи і безпеки, тощо.

Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі Україна-ЄС є невід'ємною складовою Угоди про асоціацію і передбачає лібералізацію торгівля як товарами, так і послугами, лібералізацію руху капіталів та дещо – руху робочої сили. Її відмінною рисою є комплексна програма адаптації регуляторних норм у сферах, пов'язаних з торгівлею, до відповідних стандартів ЄС. Це дозволить



усунути нетарифні (технічні) бар'єри у торгівлі між Україною та ЄС та забезпечити розширений доступ до внутрішнього ринку ЄС для українських експортерів, і, навпаки, європейських експортерів – до українського ринку. Отже, поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі має забезпечити поступову інтеграцію економіки України до внутрішнього ринку ЄС.

Проте, описуючи усі позитивні наслідки реалізації даної Угоди, варто зазначити і низку ризиків. Насамперед, це стосується здатності вітчизняних виробників скласти конкуренцію своїм європейським колегам: чи достатній експортний потенціал українських підприємств, щоб ефективно інтегруватись у європейський економічний простір [22].

Сировинна спрямованість українського експорту свідчить про те, що вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники мають обмежені можливості щодо закупівлі сучасного обладнання та устаткування внаслідок низької платоспроможності та технологічної відсталості. Водночас, в Україні спостерігається надзвичайно високий рівень освоєння життєвого простору: у господарське використання залучено понад 92% її території. Тільки близько 5 млн га (майже 8%) перебуває в природньому стані (болота, озера, ріки, гори).

За щільністю населення Україна наближається до середньоєвропейського рівня. В Україні 82% площі земель використовується як головний засіб виробництва в сільському та лісовому господарстві. Зокрема, до сільськогосподарського виробництва залучено 71,2% території суші. Разом з тим, внутрішньогалузеве використання земельної території в АПК України має екстенсивний характер. Під господарське будівництво та інші невиробничі потреби зайнято 5-7% загальної площі продуктивних земель. У складі сільськогосподарських угідь – 44,6% - орні землі. Основна база землеробства розміщується на чорноземах і ґрунтах чорноземного типу – 70,4% площі орних земель [23].

У 2015 році відбулась кардинальна зміна пріоритетів в експортному потенціалі української сільськогосподарської галузі. Агропромисловий комплекс досяг практично повної зовнішньоторговельної переорієнтації з ринку Росії на

ринки країн ЄС, Азії та Африки. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2015 році загальна сума зовнішньоторговельного обігу аграрною продукцією становила 18,5 млрд. дол. США, з яких експорт становив 14,8 млрд. дол. США, або 38% від загального експорту України, а імпорту – 3,7 млрд. дол. США.

У 2015 році АПК забезпечив позитивне сальдо зовнішньої торгівлі в обсязі 11,1 млрд. дол. США, що на 400 млн. дол. США більше, ніж показник попереднього року. Практично з усіма регіонами світу Україна за експортно-імпортними показниками зберігає позитивне сальдо.

Географічна структура експорту показує переорієнтацію експорту до країн Азії (частка експорту становить 45%, обсяг експорту – 6,7 млрд. дол. США), збереження основних позицій у торгівлі з країнами ЄС (28,2%, 4,2 млрд. дол. США) та африканськими країнами (13,6%, 2,02 млрд. дол. США), деяке розширення поставок у США (0,3%, або 186 млн. дол. США).

Розширення географії експорту продукції українських сільгоспвиробників дало їм змогу впоратись із наслідками закриття російського ринку. Частка українського аграрного експорту до Росії в 2015 році зменшилась до 2%, порівняно із 6% у 2014 році, при цьому він скоротився на 68% - до 300 млн. дол. США. З початку 2015 р. РФ повністю заборонила імпорту української аграрної продукції, а також вийшла з Угоди про вільну торгівлю з Україною, підвищивши мита на інші товари. Крім того, припинено транзит українських товарів до інших країн через територію Росії. Ці кроки Росія запровадила у відповідь на початок дії Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС.

Виробники сільськогосподарської продукції України постачають свої товари в понад 190 країн світу. У 2015 році до десятку країн, експорт в які української сільськогосподарської продукції був найбільшим, увійшли: КНР – 9,5%, Індія – 7,8%, Єгипет – 6,9%, Іспанія – 4,9%, Туреччина – 4,8%, Нідерланди – 3,6%, Саудівська Аравія – 3,5% та Іран – 3,3%, а також інші країни.

Варто зазначити, що в 2014 році частка Росії в експорті продукції АПК України становила 6,7%, а частка КНР була доволі незначною. Тобто, відбулась

переорієнація “російського” агроекспорту на Китай, Африку та Близький Схід [21].

Євроінтергаційні процеси сьогодні є невід’ємною ознакою та напрямком розвитку аграрного сектора економіки України. За оцінками експертів проєвропейської орієнтації від впровадження Угоди про зону вільної торгівлі між ЄС та Україною, в сфері АПК та економіці в цілому спостерігатиметься ряд позитивних зрушень:

- Зростання експорту української продукції в ЄС
- Розширення доступу на ринки третіх країн через гармонізацію стандартів з ЄС
- Покращення інвестиційного клімату внаслідок пристосування національного законодавства до норм і правил ЄС
- Скасування субсидування експорту сільськогосподарської продукції з ЄС до України
- Поступове збільшення квот на експорт з України до ЄС окремих видів сільськогосподарської продукції тощо.

Та існує ряд ризиків, таких як: посилення конкуренції на внутрішньому ринку, особливо в короткостроковій перспективі, за рахунок усунення тарифних і скорочення нетарифних бар’єрів; обмеження доступу українських товарів на європейські ринки під приводом їх невідповідності європейським стандартам і сертифікатам; вилучення з режиму вільної торгівлі цілого ряду товарних позицій, в основному сільськогосподарських товарів, лібералізація експорту яких на ринки ЄС була б для України найбільш вигідною; запровадження з боку ЄС для України дискримінаційної системи тарифних квот на дуже низькому рівні (для більшості видів продукції ці квоти становлять менше 6% від обсягу ринку ЄС із цих видів продукції (зерно, м’ясо тощо); скасування вивізного мита на насіння соняшнику, що може позбавити вітчизняні переробні комбінати сировини; збереження в ЄС системи багатомільярдних дотацій аграрного сектору, що робить експорт української продукції в ЄС та у треті країни неконкурентоспроможним [22].

Останніми ж роками динаміки експорту тварів та послуг з України в країни ЄС лише збільшується. Згідно із Державною службою статистики України, у 2017 році загальний експорт до країн ЄС зріс на 29,9% у порівнянні із 2016 роком, що відображено на рисунку 1.2.

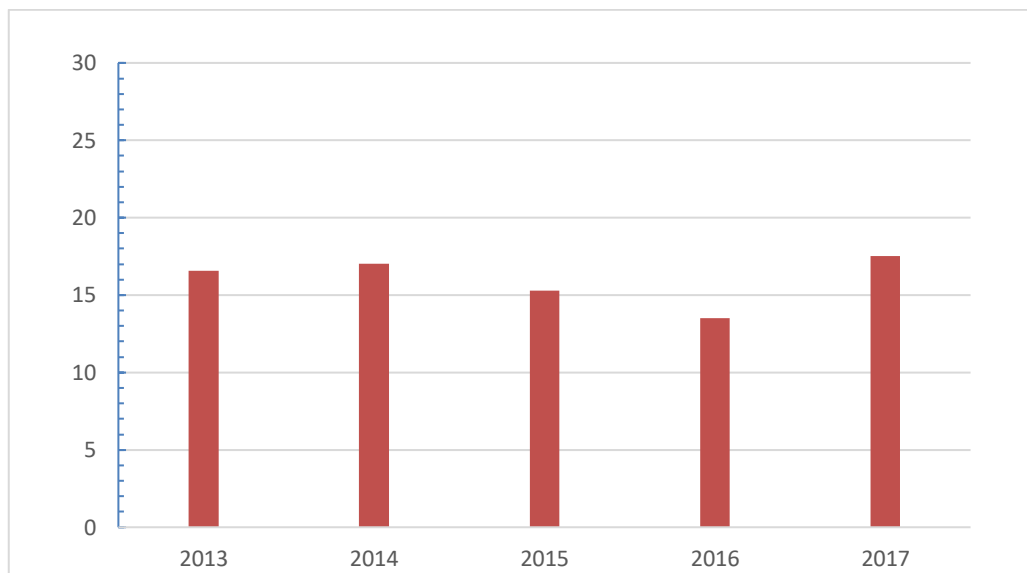


Рис. 1.2. Динаміки експорту України з країнами ЄС у 2013-2017 рр.

Джерело: складено автором за даними Держпвної Служби Статистики України [24]

Як видно з діаграми, у 2016 році загальний експорт у країни ЄС становив 13 496 383.2 тис дол США. У 2017 році цей показник зріс до 17 533 403.9 тис дол США.

Зокрема, експорт продуктів сільського господарства також досить збільшився. Із продуктів рослинного походження в ЄС найбільше експортуються зернові культури. Експорт цього товару в 2016 році становив 1 278 396 тис дол США, а у 2017 році цей показник зріс до 1 709 341 тис дол. Отож, тут також можна спостерігати позитивну динаміку експорту в ЄС.

Структура експорту товарів у країни ЄС у 2017 році відображена на рисунку 1.3. Найбільше Україна експортує товари групи 72, тобто чорні метали. На другому місці – електричні машини, і третє місце дісталось зерновим культурам. Далі розмістився експорт руди та золи; жири та олії рослинного та тваринного походження; насіння і плоди олійних рослин; деревина та вироби із деревини, а також мінеральні палива.

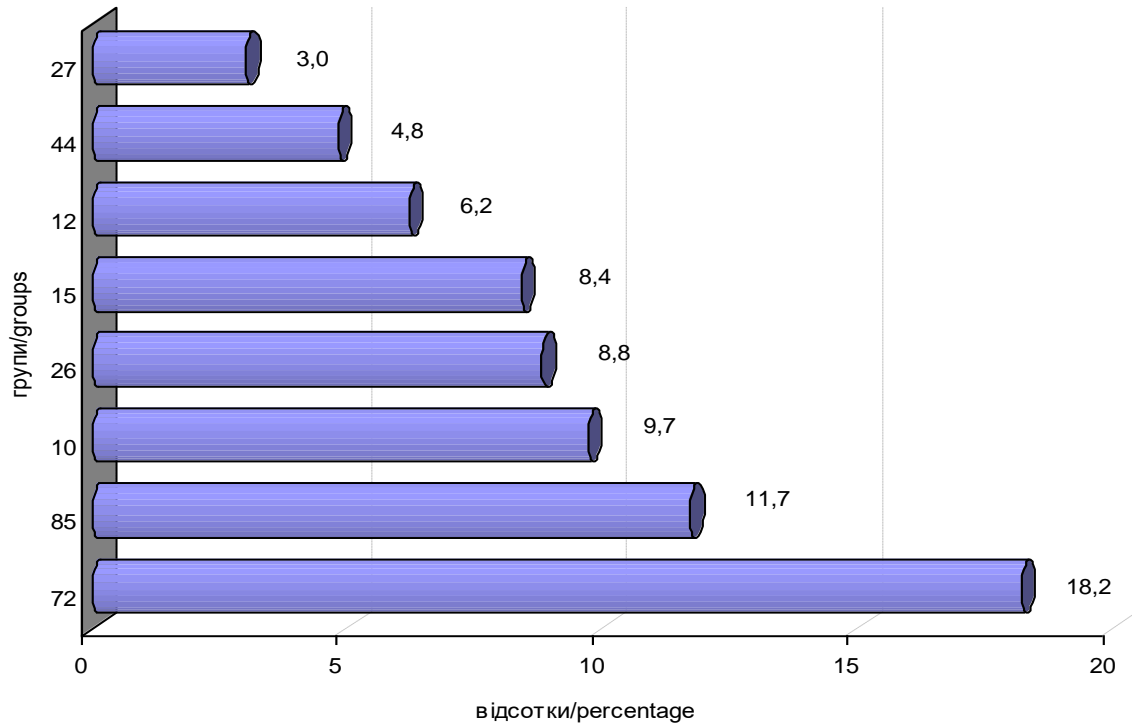


Рис. 1.3. Структура експорту торгівлі товарами з країнами ЄС у 2017р.

Джерело: [24]

Так, як сьогодні Україна веде поглиблену співпрацю із Європейський Союзом внаслідок покращення умов торгівлі та експорту, варто зазначити топ-5 країн Євросоюзу, куди Україна експортує свої товари. (рис. 1.4) [24].

Політична ситуація в країні завжди впливає на економічний стан держави. У зв'язку із подіями 2013 року, Євромайданом політична структура країни дещо змінилась, а отже, змінилась і спрямованість економіки.

Росія, куди експортувалась значна частина продукції з України, відійшла на більш далекі позиції у розподілі міжнародної торгівлі. І в той же час, співпраця з Європейським Союзом перейшла на передній план для України.

Також значним впливом на збільшення обсягів експорту послугувало запровадження Поглибленої на всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Хоча, тенденції у двосторонній торгівлі після набрання чинності цієї зони значно вигідніші Україні, ніж ЄС. Страху, нібито незахищений український ринок залле європейськими товарами виявилися цілком надуманими. Реальні цифри говорять самі за себе: український експорт до ЄС у 2017 році

порівняно із 2013 роком зріс на 23%. А от імпорт до України з Євросоюзу за цей самий час зменшився на 9,6% [24].



Рис. 1.4 Топ – 5 країн ЄС, в які здійснеться експорт України

Джерело: складено автором за даними Державної Служби Статистики України [24]

І, хоча, український експорт до ЄС поки що і справді має надто велику частку сировини й напівфабрикатів із низькою доданою вартістю, це не проблема нашої торгівлі з ЄС. Це питання структури економіки та експорту України загалом. До того ж, зміна товарної структури торгівлі з ЄС і тенденції загалом свідчать, що європейська інтеграція якраз допомагає долати сировинність нашої економіки. Крім того, саме місткий і платоспроможний ринок ЄС є найкращим стимулом для розвитку українського малого та середнього бізнесу, який концентрувався би на виготовленні готової продукції з вищою доданою вартістю.

Завдяки економічній інтеграції з ЄС дедалі виразнішою стає тенденція до нарощування експорту готових товарів на тлі зменшення продажу сировини та напівфабрикатів. Потенціал подальшого нарощування продажу товарів на європейський ринок збільшується. Тим більше, що присутність нашого бізнесу на європейському ринку сповнена білих плям, які можна і потрібно заповнювати, збільшуючи обсяг поставок.

### **1.3. Правова база для експорту продукції сільського господарства**

Правову базу для експорту в Україні становить Митний кодекс України. У главі 15 детально описано як саме має здійснюватись експорт з України. Згідно із Статтею 83 Митного Кодексу України «Умови поміщення товарів у митний режим експорту» є такі:

1. Митний режим експорту може бути застосований до товарів, що призначені для вивезення за межі митної території України, та до товарів, що вже вивезені за межі цієї території та перебувають під митним контролем, за винятком товарів, заборонених до поміщення у цей митний режим відповідно до законодавства.

2. Для поміщення товарів у митний режим експорту особа, на яку покладається дотримання вимог митного режиму, повинна:

1) подати органу доходів і зборів, що здійснює випуск товарів у митному режимі експорту, документи на такі товари;

2) сплатити митні платежі, якими відповідно до закону обкладаються товари під час вивезення за межі митної території України у митному режимі експорту;

3) виконати вимоги щодо застосування передбачених законом заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

4) у випадках, встановлених законодавством, подати органу доходів і зборів дозвіл на проведення зовнішньоекономічної операції з вивезення товарів у третю країну (реекспорт).

3. Органи доходів і зборів не вимагають обов'язкового підтвердження прибуття товарів, що експортуються, у пункт призначення за межами митної території України.

4. У разі встановлення актами законодавства заборон чи обмежень щодо вивезення відповідних товарів за межі митної території України товари, що:

1) поміщені в митний режим експорту, випускаються за межі митної території України відповідно до умов, що діяли на момент поміщення цих товарів у зазначений митний режим;

2) фактично випущені за межі митної території України за періодичними митними деклараціями, підлягають поміщенню у митний режим експорту відповідно до умов, що діяли на момент фактичного вивезення цих товарів. [25]

З 1 січня 2016 року почала діяти Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС. Для українських виробників були скасовані тарифні обмеження і введені нульові ставки для промислових і більшості сільськогосподарських товарів переробної і харчової промисловості.

Така тарифна лібералізація сприятиме розвитку торгівлі через скасування чи зменшення мит на імпорт. В результаті українські експортери заощаджуватимуть 487 млн. євро щороку. В свою чергу, в результаті скасування українських імпорتنих мит експортери ЄС заощаджуватимуть 391 млн. євро щороку.

Український аграрний сектор дістав найбільші переваги від зменшення ввізних мит, зокрема 330 млн. євро для сільськогосподарської продукції та 53 млн. євро для переробленої сільської продукції.

Також у ПВЗВТ зазначено, що Україна при експорті своїх товарів повинна поважати принципи Угоди СОТ про санітарні та фітосанітарні норми; наблизити своє законодавство щодо санітарних та фітосанітарних заходів до норм і стандартів ЄС; започаткувати систему швидкого оповіщення та раннього попередження для надзвичайних випадків, що мають стосунок до ветеринарії та фітосанітарії. Також сторони домовились про створення в Україні спеціального комітету з управління санітарними та фітосанітарними заходами, який буде контролювати здійснення всіх засад, що стосуються санітарних норм, прописаних у ПВЗВТ.

Більше того, даний документ визначає питання прозорості, конкуренції, торгівлі і сталого розвитку, врегулювання спорів та механізму посередництва.

Від жовтня 2017 року в Україні почав діяти Регламент (ЄВ) № 2017/1566, де було правки до квотування експорту на сільськогосподарську продукцію. Тут, до прикладу, була визначена щорічна квота на: пшеницю – 65 тис. т., кукурудзу – 625 тис. т., ячмінь – 325 тис. т. [26]



Адміністрування тарифних квот для експорту в держави-члени ЄС здійснюється за двома принципами: «перший прийшов-перший обслуговується» (крупни та оброблене зерно, солод та пшенична клейковина, крохмаль) та через систему імпорتنих ліцензій (пшениця, кукурудза, ячмінь). [27]

Щоб мати змогу експортувати на ринок ЄС, український виробник має відповідати вимогам і стандартам ЄС. Загальний порядок та умови розміщення продукції на внутрішньому ринку ЄС, проведення робіт з оцінки відповідності та акредитації, а також механізм ринкового нагляду окреслені у Регламенті Ради ЄС №765/2008 від 9 липня 2008 року. У цьому документі встановлені правила організації та здійснення акредитації органів оцінки відповідності, що виконують певну діяльність. Також даний Регламент забезпечує рамки для нагляду за ринком певної продукції для гарантування того, що ці продукти відповідають вимогам, які передбачені законом. Більше того, цей Регламент встановлює загальні принципи маркування та встановлює рамки для контролю продукції з третіх країн. [28]

Маркування продукції згідно даного Регламенту повинно ставитись тільки виробником або його уповноваженим представником. Маркування СЕ ставиться тільки на такі продукти, на яких його присутність передбачається спеціальним законодавством, і не може бути проставлено на будь-який інший продукт.

Щодо продукції, яка зберігається насипом, повинна маркуватися ярликом, який повинен містити інформацію про кількість продукції, культуру, сорт, поле, де вона була вирощена, а також про підприємство-виробника. Розфасована у великі мішки готова продукція може також маркуватися за допомогою штрих-кодів. Завдяки інформації, яка зашифрована у штрих-коді, є можливість відстежити всі процеси, яким піддавалась продукція від поля до мішка та його подальший шлях, а також дізнатись якісні показники, визначені працівниками лабораторії.

Рішення Європейського Парламенту та Ради ЄС № 768/2008 від 9 липня 2008 року містить в собі статті про процедури перевірки відповідності якості до

європейських норм; декларації про якість продукції; перевірку відповідності якості; обов'язки імпортерів/експортерів та ін [29].

Українське законодавство визначає виробництво органічної продукції як діяльність фізичних або юридичних осіб, під час якої виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів та консервантів, і на всіх етапах виробництва застосовуються правила для отримання натуральної продукції.

З економічної точки зору органічне виробництво дуже витратне: технологія вирощування та переробки жорстко регулюється стандартами, а саме виробництво проходить процедуру сертифікації. В Україні виробляти органічну продукцію має право фізична або юридична особа, яка пройшла оцінку відповідності виробництва органічної продукції, отримала сертифікат відповідності та включена до Реєстру виробників органічної продукції. Більшість «органічних» операторів України сертифіковані за стандартом ЄС.

Найбільше споживають української органічної продукції Нідерланди, Німеччина, Велика Британія, Італія, Австрія, Польща, Швейцарія, Бельгія, Чехія, Болгарія та Угорщина. Українські виробники також експортують «органіку» до США, Канади, Австралії та деяких країн Азії.

Сімнадцять органів сертифікації, акредитованих на міжнародному рівні, включені до офіційного переліку органів сертифікації в органічній сфері для України відповідно до регламенту ЄС 1235/2008.

До міжнародних органів сертифікації належать: «Органік стандарт», Bio.inspecta AG, Ecocert SA, CERES Certification of Environmental Standards GmbH, Control Union Certifications, Kiwa BCS Oko-Garantie GmbH, Ecoglobe, Istituto Certificazione Etica e Ambientale (ICEA), Lacon GmbH, Suolo e Salute srl, Agreco R.F. Goderz GmbH.

Єдиний український орган сертифікації – ТОВ «Органік стандарт»; всі інші – іноземні або їхні місцеві філіали. Виробники «органіки» завзвичай отримують сертифікат Ecocert.

Стандарт Ecocert означає, що у продукті немає інгредієнтів тваринного походження, мінімум 95% усіх інгредієнтів мають природне походження, мінімум 50% рослин-складників походять з екологічно чистих плантацій, на виробництві дотримуються вимог щодо викидів, відходів, транспортування, санітарно-гігієнічних норм, виробництво та складування здійснюються відповідно до суворих екологічних вимог, а для обробки машин і тари не застосовується хлор. Перевірки за сертифікатом здійснюються щороку. Якщо є порушення, сертифікат відкликають [46].

Розвиток «органічного» ринку в Україні є одним із пріоритетних напрямків у плані стратегії реформ в аграрному секторі «3+5», що базується на Єдиній комплексній стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки. Органічні виробники сьогодні не чекають допомоги від держави, адже розуміють, що сучасне законодавство ще занадто недосконале. Вони створили Спілку виробників органічних сертифікованих продуктів та Федерацію органічного руху України, які проводять освітні та бізнес-акції.

Також, невеличкі готелі Закарпаття зрозуміли перевагу нового сектору і разом із послугою «зеленого» туризму пропонують органічну продукцію, проводять освітні семінари.

## Висновки до розділу 1

Міжнародна торгівля є ваговою складовою здійснення країною її економічної діяльності. Також, міжнародна торгівля для країни є найважливішою формою реалізації принципу порівняльних переваг. Водночас, вона є основним каналом, за допомогою якого світовий ринок через посередництво світових цін впливає на національне виробництво, диктуючи конкурентні техніко-економічні параметри виробництва, рівень витрат, стандарти якості, критерії ефективності, тощо. Світова торгівля є рушієм виробництва як окремих країн та регіонів, так і світового господарства в цілому, оскільки вона забезпечує більш раціональне використання матеріальних та людських ресурсів на всіх рівнях господарювання. Міжнародна торгівля є важливим засобом збалансованості між виробничими можливостями та перевагами споживачів, дає змогу країнам отримувати продукти, в яких відчувається дефіцит, і реалізовувати надлишок, який не поглинається внутрішнім ринком.

Оскільки експорт є однією із найвагоміших складових міжнародної торгівлі, він також має неабиякий вплив на розвиток світового господарства.

Під впливом змін на світових товарних ринках та геополітичних процесів протягом останніх років відбулась суттєва трансформація зовнішньої торгівлі України. Серед основних тенденцій – збільшення ролі країн Європи як торговельного партнера, що відбулось завдяки Угоді про Асоціацію з ЄС та диверсифікації джерел постачання енергії. Зокрема, експорт продовольчих товарів до країн Європи за останнє десятиріччя збільшився майже вп'ятеро. За результатами 2017 року, Україна увійшла до топ-3 постачальників агропродукції до ЄС.

Водночас країни Азії в останні три роки стали найбільшими споживачами українських товарів, зокрема продовольчих. До прикладу, експорт олії за останнє десятиліття до цього регіону збільшився в 10 разів, істотні зміни також відбулись в експорті зернових культур за рахунок нарощування поставок кукурудзи.

Експортний потенціал українських агропромислових компаній сьогодні достатньо високий. Але він може суттєво розширитись через подальше відкриття

доступу до зовнішніх ринків, завдяки укладанню договорів про зону вільної торгівлі (ЗВТ) з країнами-торговельними партнерами. І хоча наявність угод про ЗВТ не гарантує зростання зовнішнього товарообороту, вони стимулюють вітчизняних виробників підвищувати конкурентоздатність продукції.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

#### **2.1. Моніторинг стану експортного потенціалу аграрних підприємств під впливом євроінтеграційних процесів**

Сільське господарство є однією з основних галузей економіки України через її кліматичні та демографічні причини (щільність населення в сільській місцевості України досить висока). Україна займає третє місце в світі по експорту кукурудзи, п'яте місце по експорту пшениці. Україна має славу житниці. Основний вид сільського господарства – вирощування рослин, особливо технічних та кормових.

Загальні розміри земельних ділянок в Україні становлять 60 млн. га, а сільськогосподарські угіддя – сади, оброблені землі, виноградники та пасовища – близько 42 млн. га. Україна володіла 32 мільйонами гектарів чорнозему перед початком військових дій у 2014 році. 32 мільйони гектарів становили третю частину орних земель у Європі.

Експерти кажуть, що сьогодні для вирощування сільськогосподарських культур використовується близько 40-50% ріллі.

Клімат України із змінними чотирма порами року цілком відповідає посіву як весняних, так і озимих видів рослин. Провідна роль у сільському господарстві належить виробництву зерна на території України. Основними зерновими культурами, що вирощуються на території України є ячмінь, озима пшениця та кукурудза. Основними промисловими та технічними культурами України є цукрові буряки та соняшники. Тож, проаналізуємо культури, що вирощують Україні.

Таблиця 2.1.

## Основні види рослин, що вирощуються на території України

Пшениця	Українці вирощують пшеницю в різних частинах країни, але основні райони – південно-центральний та центральний. Озима пшениця висаджується восени і збирається в липні чи серпні наступного року. Це основний вид пшениці, що вирощується на території України. Річна продукція української пшениці коливається від 15 до 22 млн. тонн.
Ячмінь	Ячмінь є головним кормовим зерном та території України. І хоч переважно ячмінь і використовується в кормових цілях на території України, сьогодні все більше пивоварних компаній із закордону купують ячмінь високого стандарту в Україні для використання в своєму бізнесі. Основний регіон, в якому вирощується ячмінь – це східна та південна частини. Основним видом ячменю є ярий. Він висаджується навесні, в квітні, а збирається в серпні.
Кукурудза	Ще одним важливим кормовим зерном в Україні є кукурудза. Південна та східна частини України є основними регіонами, де вирощується кукурудза. Зазвичай, вона висаджується в квітні або травні, і збирається з кінця вересня до початку листопада. Кукурудза в основному використовується для корму птиці.
Соняшник	Соняшники вирощують у східній та південній частинах країни. Зазвичай, їх висаджують в квітні і збирають з вересня по жовтень. Насіння соняшнику вважається одним із найбільш вигідних сільськогосподарських культур через низьку вартість виробництва, високу ціну продукту та справді високий рівень попиту.
Цукровий буряк	Українці вирощують цукрові буряки в західних та центральних частинах України. Їх висаджують в квітні і збирають з вересня по листопад. Виробництво цукрового буряку почало знижуватись з 1990 року, оскільки соняшники виявились більш вигідною культурою для економіки України.

Джерело: [30]

Для кращої характеристики сільського господарства України можна навести декілька статистичних фактів:

- Соняшник є традиційно найбільш прибутковою культурою в рослинництві, середня вартість його прибутковості протягом останніх десяти років становить близько 40%
- Овочі на відкритому ґрунті займають друге місце. Продуктивність рентабельності відкритих ґрунтових овочів становить близько 47% за результатами 2017 року. Найвигіднішими овочами є томати, цибуля, морква, капуста.
- Гірчиця втрачає свою популярність сьогодні, не дивлячись на зростаючу прибутковість у 2017 році, що склала 44%. Озима гірчиця – це дуже ризикована культура, яка може загинути через сильні зимові та осінні посухи. Крім того, що витрати на висівання цієї рослини є дуже високими, ризик втрати урожаю ще вищий.
- Зернові культури посідають четверте місце по прибутковості. Прибутковість зросла до 43%.
- Соя посідає п'яте місце, а рівень рентабельності становить 38,4%.
- Прибутковість цукрового буряка становить 26,9%. Земля, зайнята засіванням цукрових буряків зменшується з кожним роком [30].

Згідно з останніми даними, у 2017 році експорт аграрної та харчової продукції з України склав майже 18 млрд доларів. Це на 16, 3% більше, ніж у 2016 році. Загалом, зовнішньоторгівельний обіг аграрної та харчової продукції склав 22,6 млрд доларів.

До трійки лідерів експорту в цих галузях належать:

- Зернові культури – 36,2%
- Рослинні олії – 25,1%
- Насіння олійних культур – 11,3%

Загалом, сума експорту продукції рослинництва збільшилась на 2,1 млрд доларів та склала 16,7 млрд доларів.

Основними ринками збуту агропродукції з України є країни Азії та Євросоюз. Мапа аграрного експорту станом на 2017 рік виглядала таким чином:



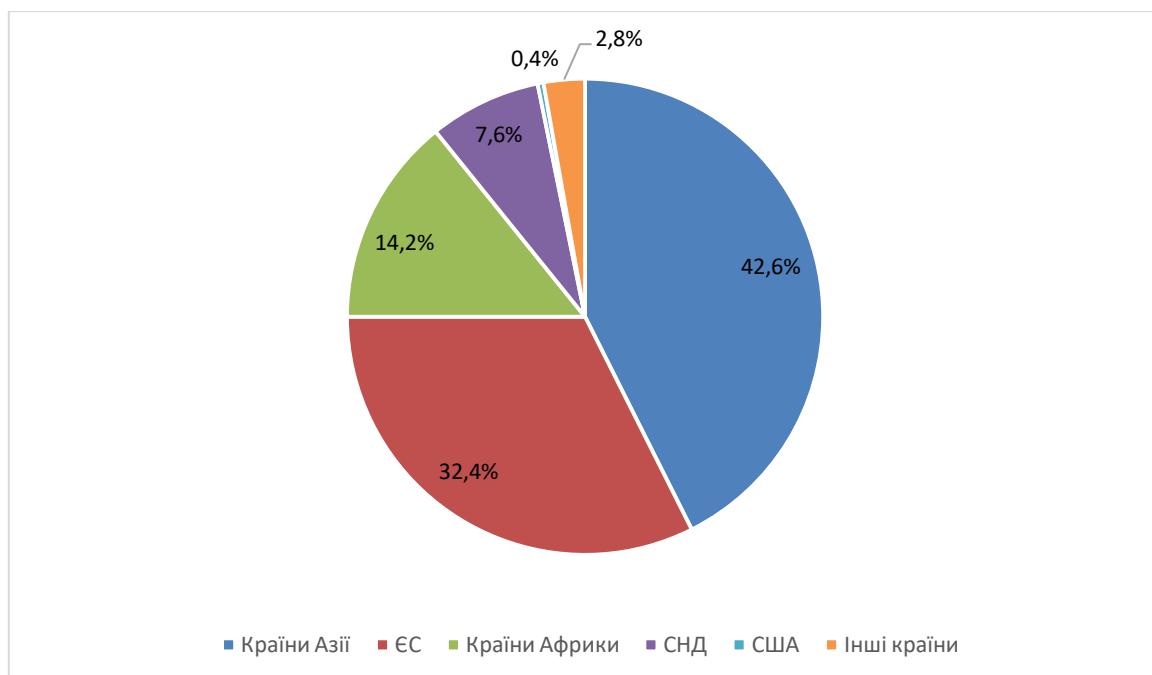


Рис. 2.1. Розподіл аграрного експорту України, 2017 р

Джерело: [31]

П'ятірка країн-лідерів, куди Україна експортує свою агропродукцію складається з: Індії, Нідерландів, Єгипту, Іспанії та Китаю [31].

Агропромислові компанії України можна розцінювати під різними кутами зору. Рангуючи великі компанії на більш та менш успішні можна опиратись на їх земельний банк, обсягах врожаю або ж обсягах продажу. Проте який з показників найдоцільніший? І чи справді «велика» за обсягом компанія означає «успішну» компанію?

Складений журналом «Forbes Україна» рейтинг 20 найефективніших агрокомпаній України дозволив зробити висновок, що «великий не означає ефективний, радше навпаки».

В Україні на сьогодні існує безліч великих агрохолдингів, в який суттєво немалий земельний банк. Проте, в Україні відсутній ринок землі сільськогосподарського призначення. Усі поля в таких агрохолдингів знаходяться в довгостроковій оренді. Саме тому було б зовсім некоректно складати рейтинг компаній, орієнтуючись на актив, який їм зовсім не належить.

Тому, Forbes ранжували агрохолдинги за критерієм заробітку на одному гектарі. Найпоширеніший показник для визначення ефективності в аграрному бізнесі – це EBITDA на гектар. EBITDA (скор. від Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – це аналітичний показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань. Такий показник був вибраний тому, що він найкраще показує ефективність та прибутковість діяльності певного підприємства. У випадку аграрних фірм показник трохи видозмінений. Він визначається у розрахунку на 1 гектар. Тобто, одразу видно, яка прибутковість від одного гектару в тієї чи іншої компанії.

Для рейтингу журнал обрав агрокомпанії із земельним банком від 40 000 га. Оцінювалась лише ефективність рослинництва. Урожайність, витрати на гектар та превалювання в структурі посівів найрентабельніших сільськогосподарських культур – головні фактори, які впливають на EBITDA рослинницьких підприємств. Багато агрохолдингів, що лідирують у списках по кількості земельного фонду опинились у самому кінці, або ж взагалі не потрапили до рейтингу Forbes.

Отож, розглянемо топ-3 агрофірми із рейтингу Forbes:

1. «Сварог Вест Груп»

EBITDA на гектар: \$700

Розмір земельного банку: 80 000 га

Останні чотири роки «Сварог Вест Груп» лідирує за врожайністю зернових серед українських компаній. Холдинг не тільки найпродуктивніший, а й найефективніший у країні: рентабельність рослинництва у «Сварога» в 1,5 разів вища, ніж в переважної більшості агропромислових компаній України. Ставку холдинг робить на вирощування сої, адже ця культура сьогодні користується високим попитом на світовому ринку. Також в останні роки було збільшено посіви нішевих культур: гарбуза, квасолі, льону. Ціни на них не так коливаються, як наприклад у випадку пшениці.

## 2. «Grain Alliance»

ЕВІТДА на гектар: \$560

Розмір земельного банку: 50 000 га

Компанія вирощує зернові та олійні культури. У 2014 році її дохід збільшився більше, ніж утричі і перевищив 1 млрд гривень. Ця компанія, як і «Сварог» вирішила зробити ставку на нішеві культури: гарбуз, овес, сою. У Grain Alliance є власний насіннєвий завод потужністю 30 000 т на рік, який працює за японськими технологіями. Кілька років компанія експортує сою безпосередньо в Японію.

## 3. «Агроспецсервіс»

ЕВІТДА на гектар: \$520

Розмір земельного банку: 41 000 га

Компанія «Агроспецсервіс» орієнтована на експорт зернових. За 2014 рік оборот компанії перевищив 1 млрд гривень, а ЕВІТДА становила \$16 млн. Основна відмінність «Агроспецсервісу» від інших великих агрохолдингів – компактність земельного банку: всі поля компанії розташовані в Кіровоградській області. З огляду на це, співвідношення суми боргів та площі земель у «Агроспецсервісу» найкраще серед усіх компаній - \$60 на 1 га, тоді як у деяких холдингів ця цифра досягає \$400-500 на 1 га.

Загальноприйнято, що одна компанія здатна ефективно обробляти лише 100 000 га землі. Лідери рейтингу Forbes вважають, що ще менше. Євген Радовенюк, гендиректор компанії Grain Alliance, вважає, що чим більше земель обробляється, тим більше економіка масштабу починає працювати у зворотний бік і ефективність компанії знижується. [32]

Отож, вищенаведені факти доводять, що для ефективного і прибуткового функціонування агропідприємств зовсім не обов'язково нарощувати величезний земельний капітал.

Далі розглянемо західноєвропейський досвід ведення ефективного аграрного виробництва на прикладі федеральної землі Баварія у Німеччині.

У Баварії переважає молочно-м'ясне скотарство. Це зумовлено передусім тим, що ґрунти на більшості територій є низькородючими, а клімат помірний і достатньо вологий. Проте, виробництво продукції тваринництва майже завжди доповнюється вирощуванням сільськогосподарських культур. На землях Баварії вирощують переважно кормові культури (кукурудзу на силос і зелений корм, люцерку, кормовий буряк), серед олійних культур найкраще представлений озимий ріпак. Також у Баварії високого розвитку набула галузь хмелярства.

Середній розмір фермерських господарств у Баварії становить 40-50 га. У Німеччині існує ринок землі, проте земельні ділянки продаються вкрай рідко, бо у німців особливе ставлення до землі. Вона для них – це історична спадщина, осередок національної культури та традицій. Тому і не дивно, що ціна одного гектара землі є дуже високою – 110-115 тис. євро.

Величина дотацій у розрахунку на гектар сільськогосподарських угідь в Баварії в середньому становить 300 євро. Проте, субсидії спрямовуються не лише на підтримку доходів фермерів, а й на так зване “озеленення”. Тобто, щоб отримати дотації фермеру необхідно дотримуватись сівозміни – вирощувати не менше трьох культур, і, перш за все, дбати про навколишнє середовище.

У своїй роботі фермери використовують машини та обладнання світових лідерів із аграрного машинобудування, таких як: John Deere, Claas, Fendt. Згідно розрахунків, середньостатистичне фермерське господарство у Баварії отримує 226 євро/га маржинального доходу [33].

Отож, бачимо, що слідуючи західноєвропейському досвіду українські малі господарства можуть вийти на абсолютно новий рівень роботи. Для цього необхідно не гнатись за нарощуванням капіталу землі, а якісно та ефективно обробляти невеликі частини наявного у власності земельного фонду за європейськими мірками.

Експортний потенціал країни дуже добре проаналізований Міжнародним торговельним центром [34].

На рис. 2.2 добре видно, які галузі українського виробництва мають вагомий експортний потенціал. На першому місці – сире насіння соняшнику та

соняшникова олія; на другому місці – кукурудза (крім насіння для висівки); на третьому місці – пшениця (крім твердих сортів) та тритикале (гібрид жита та пшениці).

Круги на діаграмі показують попит на дану продукцію на світовому ринку. Бачимо, що соя користується чи не найбільшим попитом на світовому ринку (експортний потенціал для України становить \$442,2 млн). На мапі експортного потенціалу України вона стоїть на 16 місці по причині того, що українські агрофірми більш зосереджені на вирощуванні зернових культур. Тож, бачимо, що при частковій заміні вирощування зернових на сою може принести немалий дохід. Також досить великий попит на світовому ринку бачимо на пшеницю та тритикале (експортний потенціал \$2,4 млрд).

Експортний потенціал в грошових одиницях розраховується з огляду на вид сільського господарства в країні, її кліматичні умови та можливості експорту.

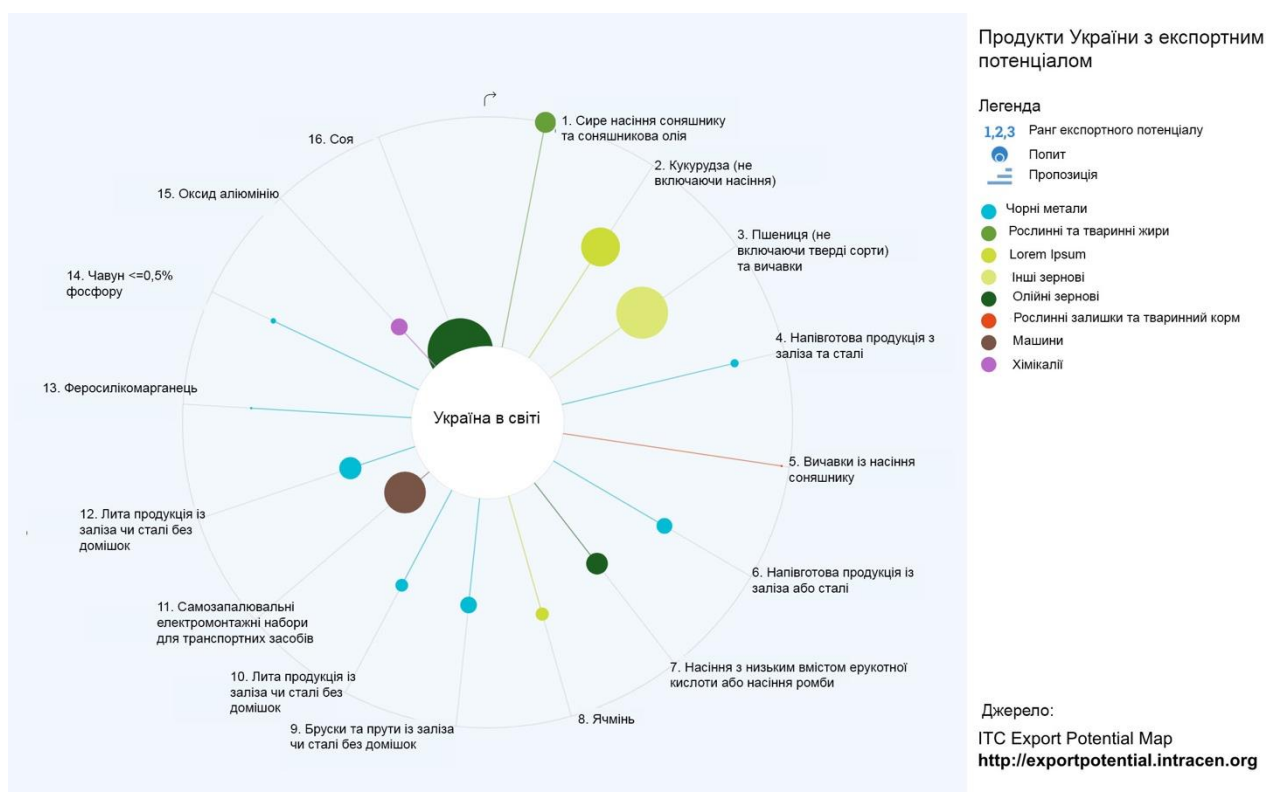


Рис.2.2. Продукти України з експортним потенціалом

Основна ланка агропромислового комплексу в Україні – сільське господарство. Воно складається із двох рівнозначних частин – тваринництва та рослинництва. Як можна зрозуміти з інформації, поданої вище, робота

зосереджується на рослинництві. Найважливішим засобом і базою розвитку рослинництва є земля. Загалом, земельний фонд України становить близько 60,5 млн гектарів. З них 42 млн гектарів припадає на сільськогосподарські угіддя, тобто землі, що безпосередньо використовуються в сільському господарстві. А це становить 70% усієї площі земельного фонду. Під ріллею знаходиться 33,1 млн гектарів, під пасовищами – 5,5 млн гектарів, під сіножатями – 2,3 млн гектарів. У цілому землі України характеризуються високою зораністю, адже зорано близько поливини її території. Найвища зораність у степовій частині країни – 60-80% загальної площі. Пасовища зосередені переважно в гірській місцевості (Карпатах) та займають менше 900 тис гектарів. Значні площі пасовищ є також в південних та південно-східних степових, а також у пвнічних областях України.

Рілля в основному зайнята посівними площами. Частка посівів у загальній площі сільськогосподарських угідь різниться у кожному регіоні. Найвища вона у Тернопільській, Вінницькій та Кіровоградській областях, де посівні площі займають близько 70% території.

Зокрема, згідно із Статистичним бюлетнем від 2018 року Державної служби статистики України, посівні площі в Тернопільській області становлять 828,6 тис га, що становить 60% площі області. Отож, можна стверджувати, що Тернопільська область дуже є хорошою базою для здійснення сільськогосподарської діяльності, зокрема рослинництва.

## **2.2. Оцінка експортного потенціалу українських сільськогосподарських підприємств**

На сьогоднішній день в Україні діє велика кількість підприємств, що займаються сільським господарством. Деякі, маючи значний земельний фонд, не вміють правильно ним розпоряджатись. Інші ж, в свою чергу, маючи зовсім небагато земель управляють ними досить ефективно. Розглянемо організацію ПАП «Воля-2000». Це невелике приватне агропромислове підприємство, що

знаходиться в Тернопільській області. Проаналізуємо його фінансовий стан на сьогодні та можливі перспективи розвитку.

Приватне агропромислове підприємство «Воля-2000» було зареєстровано 14 лютого 2000 року. Юридична та фактична адреса: 48245, Тернопільська область, Гусятинський район, с. Перемилів. Ідентифікаційний код: 30787570.

Формою власності, як зрозуміло з вище наданої інформації, є приватне агропромислове підприємство – юридична особа, що у своїй діяльності поєднує виробництво сільськогосподарської продукції та її промислову переробку, доробку та зберігання.

Підприємство було створене на базі колективного господарства «Іскра». Землі колишнього колективного господарства було розпайовано і передано у власність працівникам. Так само і майно було передано у власність фізичних осіб.

Земельні паї працівники надали в оренду ПАП «Воля-2000», а ті працівники, які вирішили самостійно обробляти свою землю, залишили її собі в домашньому господарстві. Майнові паї на Загальних зборах Співвласників було вирішено залишити в ПАП «Воля-2000».

Із часом в процесі своєї діяльності підприємство виплачувало співвласникам їхні майнові частки грошовими коштами, основними засобами або продукцією.

Засновниками ПАП «Воля-2000» є Дідур Володимир Романович та Дідур Андрій Володимирович.

Метою діяльності підприємства згідно Статуту є здійснення всіх видів діяльності, не заборонених українським законодавством, спрямованих на одержання прибутку, задоволення інтересів засновників, а також задоволення потреб споживачів у товарах і послугах. (див. Додаток А)

Основними видами діяльності підприємства згідно Статуту є:

- Ведення сільського господарства (вирощування зернових культур на зерно для продовольчих цілей, на корм, на насіння; вирощування бобових культур на зерно для продовольчих цілей, на корм, на насіння; вирощування олійних

культур на зерно для продовольчих цілей, на корм, на насіння, та інших видів зернових та технічних культур);

- Ведення овочівництва, декоративного садівництва і вирощування продукції розсадників (вирощування овочів, баштанних культур, коренеплодів, бульбоплодів, овочевої розсади інших видів продукції розсадників);

- Вирощування фруктів, ягід, горіхів, культур для виробництва напоїв і прянощів; вирощування олійних плодів; вирощування інших однорічних і дворічних культур;

- Надання послуг у галузях рослинництва і тваринництва;

- Надання інших, пов'язаних із веденням сільського господарства, послуг;

- Здійснення лісгосподарської діяльності;

- Переробка і реалізація сільськогосподарської продукції, інші види господарської діяльності, скеровані на задоволення потреб учасників Товариства та отримання прибутку.

Згідно структури посівних площ (див. Додаток Л), основними зерновими культурами, які вирощує ПАП «Воля-2000» є:

- Озима пшениця
- Яра пшениця
- Озимий ячмінь
- Ярий ячмінь
- Горох
- гречка

Серед технічних культур підприємство займається вирощуванням:

- озимого ріпаку
- гірчиці
- сої
- цукрового буряку



Також ПАП «Воля-2000» займається вирощуванням олійних культур, зокрема, соняшнику.

Зібрані урожаї підприємство використовує у власних цілях (виплата паїв орендодавцям), зберігає як насіння для майбутніх періодів, а інша частина урожаю іде на збут.

Основними контрагентами ПАП «Воля-2000», згідно оборотно-сальдової відомості по рахунку 361 за 2017 рік (Додаток М), є:

- «Агропрестиж»;
- «Алагес»;
- «Вектор-М»;
- «Енергоощадні технології»;
- «КХП-Трейдинг»;
- «Саванді»;
- «Суффле Агро Україна»;
- «Харвест-Україна».

ПАП «Воля-2000» в основному продає цим фірмам товари зернової та олійної галузі.

ПАП «Воля-2000» є невеликим приватним підприємством. Організаційна структура компанії – лінійна. Організаційна структура підприємства складається із 3 структурних підрозділів:

1. Адміністрація. Сюди входить директор та його заступники. Також до підрозділу адміністрації входить фінансово-економічний відділ, де працюють бухгалтери. Також до даного підрозділу входить виробничий відділ, де працюють агрономи.

2. ТІК

3. Тракторна бригада

Органами управління ПАП «Воля-2000» згідно Статуту, є:

- Засновники
- Директор

- Ревізійна комісія

Вищим органом управління підприємства є засновники підприємства, до виключної компетенції яких відноситься: затвердження Статуту підприємства та внесення в нього змін та доповнень; визначення головних напрямків діяльності підприємства, затвердження планів та звітів про їх виконання; прийняття, затвердження положень про директора та ревізійну комісію підприємства; визначення структури підприємства; призначення, а також звільнення директора підприємства та членів ревізійної комісії; визначення порядку та прийняття рішення про розподіл прибутку, формування фондів та покриття збитків підприємства; розгляд та затвердження пропозицій про створення, здійснення, реорганізації і ліквідації підприємств, установ та організацій підприємства, а також філій та представництв, затвердження положень про них; прийняття рішень про вступ підприємства в асоціації, корпорації, концерни, господарські товариства та інші організації; прийняття рішення щодо припинення діяльності підприємства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу.

Виконавчим органом підприємства є директор. Він вирішує усі питання, що стосуються діяльності підприємства, за винятком тих, які знаходяться у виключній компетенції засновників. Директор діє та укладає угоди без довіреності від імені підприємства та вирішує усі питання оперативно-господарської діяльності підприємства, у тому числі: забезпечує виконання планів робіт підприємства; затверджує ціни на послуги та продукцію, що реалізуються підприємством; розпоряджається майном підприємства; видає інструкції, накази, розпорядження та інші акти щодо діяльності підприємства, з усіх питань діяльності підприємства, за винятком тих, що належать до компетенції засновників; видає довіреності від імені підприємства; відкриває у банках розрахунковий та інші рахунки підприємства, має право першого підпису на банківських та інших фінансових документах підприємства; приймає на роботу та звільняє працівників; має право підпису будь-яких документів, стосовно діяльності підприємства, по взаємовідносинах з банківськими установами,

державними органами, а також інших документів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності підприємства без окремої довіреності; має право без попереднього погодження з Засновниками укласти договори з третіми особами на надання послуг, придбання та реалізацію основних фондів та матеріальних цінностей.

Ревізійна комісія є контрольним органом, який призначається Засновниками та підзвітна тільки йому. Вона створена для перевірки річного балансу та інших річних звітів, а також дотримання законності в діяльності підприємства.

Лінійна організаційна структура властива саме таким малим підприємствам, де власник одночасно є і менеджером. Тут відбувається лише односторонній зв'язок між керуючим та працівниками. Також для цього типу організаційної структури властивим є централізація повноважень в руках однієї особи – власника. Працівники мають право централізовано здійснювати рішення, тобто лише в межах своєї діяльності та ніяк не можуть вплинути на довгостроковий стратегічний розвиток підприємства.

Такий тип організаційної структури є досить мобільним та не вимагає багато витрат.

Аналіз планово-економічної діяльності буде складатися із аналізу результатів господарської діяльності, аналізу основних засобів, аналізу товаро-матеріальних запасів та аналізу операційних витрат.

Аналіз результатів діяльності ПАП «Воля-2000» наведений в Таблиці 2.2. Всі дані взято із Звіту про фінансові результати за 2016 рік (Додаток Д) та Звіту про фінансові результати за 2017 рік (Додаток З).

Отже, як видно з таблиці 2.2, у 2017 році виручка від реалізації становила 37 066 грн., що на 7 180 грн. більше, ніж у попередньому році. Темп приросту становить 24%, а темп зростання – 124%. Звідси бачимо збільшення виручки від реалізації, що є позитивним показником.

Валовий прибуток у 2017 році становив 16 763 грн., що на 6 055 грн. більше, ніж у попередньому році. Темп зростання у 2017 році – 156,5%. Темп

приросту становить 56,5%. Загалом, показники валового прибутку збільшились у 2017 році в порівнянні з попереднім.

Таблиця 2.2.

## Аналіз результатів господарської діяльності ПАП «Воля-2000»

Господарська операція	2016	2017	Темп приросту, %	Темп зростання, %	Абсолютне відхилення
1	2	3	4	5	6
Виручка від реалізації	29 886	37 066	24	124	7 180
Валовий прибуток	10 708	16 763	56,5	156,5	6 055
Фінансовий результат до оподаткування	9 840	14 734	49,7	149,7	4 894
Обсяг чистого прибутку	9 840	14 734	49,7	149,7	4 894

Джерело: складено автором за даними Додатку Д та Додатку З.

Фінансовий результат до оподаткування у 2016 році становив -9 840грн. У 2017 він збільшився до 14 734 грн. Темп приросту у 2017 році - 49,7%, а темп зростання – 149,7%. Абсолютне відхилення становить 4 894 грн. Дані показники свідчать про прибуток на підприємстві. Порівнюючи 2016 та 2017 роки можна констатувати позитивну динаміку роботи підприємства.

Обсяг чистого прибутку також має позитивні показники, що свідчить про прибуткову діяльність ПАП «Воля-2000».

Далі у звіті, проведемо аналіз основних засобів ПАП «Воля-2000». Даний аналіз буде складатись із 5 етапів:

- Аналіз обсягів та динаміки основних засобів.
- Аналіз ступеня зносу основних засобів.
- Аналіз інтенсивності відновлення ОЗ.
- Аналіз ефективності використання основних засобів.

Значення обсягів основних засобів у 2016 та 2017 роках були наступними: 21 617 грн. та 32 819 грн. відповідно (див. Додатки Б, Е).

Таблиця 2.3

## Аналіз обсягів та динаміки основних засобів ПАП «Воля-2000»

Стаття, тис. грн	2016	2017	Темп зростання, %	Абсолютне відхилення	Вплив зміни фактора на зміну сукупних активів в 2017 р, %
1	2	3	4	5	6
Основні засоби:					
залишкова вартість	21 617	32 810	151,8	11 193	56,2
первісна вартість	30 948	46 316	149,7	15 368	77,1
знос	9 331	13 506	144,7	4 175	20,9
Активи	37 535	57 467	153,1	19 932	

Джерело: складено автором за даними Додатку Б та Додатку Е

З даних таблиці 2.3 видно, що залишкова вартість основних засобів у 2017 році збільшилась на 11 193 грн., первісна вартість збільшилась на 15 368 грн., а знос ОЗ збільшився на 4 175 грн. Темп зростання основних засобів пришвидшився за рахунок суттєвого збільшення первісної вартості основних засобів. Тобто, агропідприємство закупило у 2017 році значну частку основних засобів, чим і стимулювало їх ріст. В свою чергу, активи загалом теж суттєво збільшились. Із розділу необоротних активів на це найсуттєвіше повпливало збільшення первісної вартості ОЗ (77,1%).

Ступінь зносу основних засобів можна визначити за допомогою коефіцієнту зносу основних засобів [35]:

$$K_{ЗН} = \frac{ЗН}{ОЗН}, \quad (1.1)$$

де,  $ЗН$  – сума зносу основних засобів,

$ОЗН$  – первісна вартість основних засобів.

Також при визначення ступеня зносу ОЗ береться до уваги коефіцієнт придатності, що відображає можливість подальшого використання основних фондів, ступінь невідшкодування витрат на формування основних фондів [35]:

$$K_{\text{ПР}} = \frac{\text{Залишкова вартість ОЗ}}{O_{\text{ЗН}}}. \quad (1.2)$$

Отже,  $K_{\text{ЗН}} 2016 = 0,30$

$K_{\text{ЗН}} 2017 = 0,29$

$K_{\text{ПР}} 2016 = 0,70$

$K_{\text{ПР}} 2017 = 0,71$

Отож, можемо спостерігати зменшення коефіцієнта зносу, що однозначно є позитивним фактором. Хоч зменшення коефіцієнту зносу і не надто значне – 0,01, але все ж таки, позитивна тенденція відслідковується. Збільшення коефіцієнта придатності – це теж позитивний фактор. Це свідчить про те, що підприємство оновлює своє обладнання.

Аналіз інтенсивності відновлення ОЗ відбувається за допомогою визначення коефіцієнту оновлення ОЗ, коефіцієнту вибуття ОЗ та швидкості оновлення. Тому, для цих даних розглянемо таблицю 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз інтенсивності відновлення основних засобів ПАП «Воля-2000»

Коефіцієнт	Формула	2016	2017	Абсолютне відхилення
1	2	3	4	5
Коефіцієнт оновлення ОЗ	$K_{\text{О}} = \text{Вартість ОЗ введених} / \text{ОЗ на кінець періоду}$	0,24	0,33	0,09
Коефіцієнт вибуття ОЗ	$K_{\text{В}} = \text{Вартість ОЗ, що вибули за період} / \text{ОЗ на кін. періоду}$	0,001	0,002	0,001
Швидкість оновлення	$\text{Ш}_{\text{О}} = 1 / K_{\text{О}}$	4,17	3,03	1,14

Джерело: складено автором за даними Додатку Б, Додатку В, Додатку Е та Додатку Ж

Коефіцієнт оновлення основних засобів у 2017 році збільшився на 0,09 в порівнянні з попереднім роком. Це свідчить про те, що за останніх два роки основні засоби на підприємстві оновились. В свою чергу, коефіцієнт вибуття основних засобів збільшився на 0,001. Слід зазначити, що коефіцієнт вибуття є досить низьким, що свідчить про належне використання основних засобів.

Аналіз ефективності використання основних засобів проводиться за наступними показниками: фондівдача, дохідівдача, фондомісткість товарообігу, фондомісткість доходів, прибутковість ОЗ, фондоозброєність праці [36]. Розглянемо таблицю 2.5 (дані з Додатків В, Ж, Б, Е)

Таблиця 2.5

## Аналіз ефективності використання ОЗ ПАП «Воля-2000»

Показник	Формула	2016	2017	Темп приросту
1	2	3	4	5
Середня вартість ОЗ	$OZ_{\text{сер.}} = (OZ_{\text{поч.}} + OZ_{\text{кін.}})/2$	18 838,5	27 213,5	2,44
Фондовіддача	$\Phi_B = \frac{\text{Чистий дохід}}{OZ_{\text{сер.}}}$	1,59	1,36	-0,14
Фондомісткість товарообігу	$\Phi_{\text{MT}} = \frac{1}{\Phi_B}$	0,63	0,74	0,17
Прибутковість ОЗ	$P_{OZ} = \frac{\text{Сума прибутку}}{OZ_{\text{сер.}}}$	0,52	0,54	0,04
Фондоозброєність праці	$\Phi_{\text{оп}} = \frac{OZ_{\text{сер.}}}{\text{Середня чис працівників}}$	523,3	824,7	0,58

Джерело: складено автором за даними Додатку В, Додатку Ж, Додатку Б та Додатку Е

Для того щоб правильно розрахувати показники ефективності використання ОЗ потрібно обрахувати середню вартість ОЗ. У 2016 році ця вартість становила 18 838,5 грн., а у 2017 році – 27 213,5 грн. На основі показників фондівдачі можна сказати, що у 2016 році на 1 грн. вартості основних засобів припадало 1,59 грн. вартості виготовленої продукції. У 2017 році цей показник зменшився до

1,36. Фондомісткість товарообігу ж в свою чергу показує, що на 1 грн. вартості виробленої продукції у 2016 році припадало 0,63 грн. вартості основних засобів. У 2017 році фондомісткість становила 0,74. Збільшення фондомісткості означає, що буде потрібно більше ОЗ для виготовлення більшої кількості продукції. На мою думку, це пов'язано із нарощенням основних засобів у 2017 році.

Для компанії, що працює у аграрній сфері товарно-матеріальні запаси – це сировина, паливо, готова продукція, незавершене виробництво, тощо. Обсяги товарно-матеріальних запасів ПАП «Воля-2000» видно в таблиці 2.6. (див. Додатки В, Ж)

Таблиця 2.6

## Товарно-матеріальні запаси ПАП «Воля-2000»

Запаси	2016	2017	Темп зростання, %	Абсолютне відхилення	Питома частка 2016	Питома частка 2017
1	2	3	4	5	6	7
Сировина і матеріали	9	3	33,3	-6	0,005	0,0002
Паливо	542	502	92,6	-40	0,075	0,026
Матеріали сільськогосподарського призначення	1 757	4 225	240,5	2 468	0,24	0,22
Незавершене виробництво	3 604	3 686	102,3	82	0,49	0,19
Готова продукція	1 305	10 699	819,8	9 394	0,19	0,56
Разом	7 217	19 153	265,4	11 936	1	1

Джерело: складено автором за даними Додатку В та Додатку Ж

На ПАП «Воля-2000» спостерігається позитивна динаміка запасів. У 2017 році запаси збільшились на 11 936 грн. в порівнянні з попереднім. У 2016 році найбільшу частку в запасах підприємства становило незавершене виробництво. А у 2017 році найбільшу частку у запасах становила готова продукція. Темп зростання її становив 819,8%. Загалом, практично усі види запасів показали позитивну динаміку у 2017 році. Негативними виявились лише сировина та



паливо. Але, оскільки, їх питома частка в загальній кількості запасів зовсім незначна, це не вплинуло на остаточну позитивну динаміку.

Для кращого розуміння як змінюються товарно-матеріальні запаси розрахуємо коефіцієнт оборотності запасів та період одного обороту запасів.

Коефіцієнт оборотності запасів = Собівартість/(Запаси за поточний період/2 + Запаси за попередній період/2) [35].

Коефіцієнт оборотності запасів 2016 = 3,70

Коефіцієнт оборотності запасів 2017 = 1,54

Період одного обороту запасів (днів) = 360 / Коефіцієнт оборотності запасів

Період одного обороту запасів 2016 = 97,3 днів

Період одного обороту запасів 2017 = 233,7 днів

Чим менший показник коефіцієнта оборотності, тим менше використовуються запаси на підприємстві. Ми бачимо, що у 2017 році вони значно зменшились і, на мою думку, це через значне збільшення загального обсягу запасів у 2017 році.

У той же час, період одного обороту запасів зріс більше, ніж у два рази. Це свідчить про те, що запаси значно збільшилися і час їх використання теж зріс відносно цього.

Операційні витрати також складають вагомий частину планово-економічного аналізу підприємства. Загалом, операційні витрати – це повсякденні витрати компанії для ведення бізнесу, виробництва товарів та послуг. В умовах ринкової економіки виникає проблема не тільки у визначенні витрат, їхньому розподілі за об'єктами та забезпеченні мінімізації, але і в управлінні ними в умовах конкуренції і визнання доцільності та досягнення необхідної їхньої прибутковості. Завдання полягає не у їх мінімізації, а у досягненні такого рівня, за яким їх визнають споживачі та які приносять відповідний прибуток споживачам.

Детальний аналіз операційних витрат наведено в таблиці 2.7. (див. Додаток Д, Ж)

Таблиця 2.7

## Операційні витрати ПАП «Воля-2000»

Найменування показника	2016	2017	Темп зростання, %	Питома вага 2016	Питома вага 2017
1	2	3	4	5	6
Матеріальні затрати	1 305	17 094	1209,8	0,06	0,51
Витрати на оплату праці	1 389	1 707	22,9	0,07	0,05
Відрахування на соціальні заходи	295	372	26,1	0,01	0,01
Амортизація	2 144	4 263	98,9	0,11	0,13
Інші операційні витрати	15 005	9 570	-36,2	0,75	0,29
Разом	20 138	33 816	67,9	1	1

Джерело: складено автором за даними Додатку Д та Додатку Ж

Загалом, витрати у 2017 році збільшились у порівнянні з 2016. Це відбулось в основному завдяки значному зростанню матеріальних затрат – 1209,8%. На мою думку, основна причина цього – збільшення основних засобів. Тому, це можна вважати позитивною тенденцією. Найбільшу питому вагу у 2016 році займали інші операційні витрати – 0,75. Проте, вже до 2017 року вони значно зменшились. У 2017 році найбільшу питому вагу зайняли саме матеріальні затрати, що мали найбільший темп зростання.

Фінансовий стан підприємства — це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [37].

Метою оцінювання фінансового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Одним із показників, за яким можна оцінити фінансовий стан підприємства є ліквідність.

До показників ліквідності належать: коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття); коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт швидкої ліквідності); коефіцієнт абсолютної ліквідності ; чистий оборотний капітал (див. Додаток Е).

Таблиця 2.8

Показники оцінки ліквідності підприємства ПАП «Воля-2000» станом на 2017 рік

Назва показника	Формула	Розрахунок	Характеристика
1	2	3	4
Коефіцієнт покриття	$K_{\text{п}} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$24\ 653 / 10\ 110 = 2,4$	Відповідає рекомендованому значенню
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$K_{\text{шл}} = \frac{(\text{Оборотні активи} - \text{Запаси})}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$(24\ 653 - 19\ 153) / 10\ 110 = 0,54$	Не відповідає рекомендованому значенню
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$K_{\text{а}} = \frac{\text{Грошові активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$2\ 670 / 10\ 110 = 0,26$	Відповідає рекомендованому значенню
Чистий оборотний капітал	$Ч_{\text{ок}} = \text{Поточні активи} - \text{Поточні пасиви}$	$24\ 653 - 10\ 110 = 14\ 543$	Відповідає рекомендованому значенню

Джерело: складено автором за даними Додатку Е

Коефіцієнт покриття характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання за рахунок найбільш легко реалізованої частини активів – оборотних коштів. Цей коефіцієнт дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів. Оскільки поточні зобов'язання підприємства погашаються в основному за рахунок поточних активів, для забезпечення нормального рівня ліквідності необхідно, щоб вартість поточних активів перевищувала суму поточних зобов'язань (ця вимога також впливає з «модифікованого золотого

фінансового правила»). Допустимим значенням даного коефіцієнта вважається 1,5-2,5, але не менше 1. Однак на його рівень впливає галузева належність підприємства, структура запасів, стан дебіторської заборгованості, тривалість виробничого циклу й інші фактори [38].

У даному випадку він показує хорошу ліквідність підприємства, адже коефіцієнт дорівнює 2,4. Тобто, активи значно перевищують зобов'язання (див. таблицю 2.8).

Коефіцієнт швидкої ліквідності – показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості. Цей показник показує платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,7 [38]. Коефіцієнт показує спроможність корпорації погашати свою короткострокову заборгованість у найближчі терміни, тому в чисельник включаються тільки ті активи, які швидко реалізуються (гроші, вкладення в цінні папери, рахунки дебіторів), віднімаються вкладення в запаси з їх повільнішою оборотністю. Коефіцієнт швидкої ліквідності ПАП «Воля-2000» становить 0,54 і не відповідає рекомендованому значенню.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності дозволяє визначити частку короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів. Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,2 – 0,3 [38]. На практиці ж значення бувають значно нижчі, і за цим показником не можна відразу робити негативні висновки про можливості підприємства негайно погасити свої борги, тому що мало ймовірно, щоб всі кредитори підприємства одночасно пред'явили б йому свої вимоги. Водночас, занадто високе значення показника абсолютної ліквідності свідчить про нераціональне використання фінансових ресурсів. Коефіцієнт миттєвої ліквідності часто вважають більш інформативним з погляду оцінки ліквідності, оскільки він не враховує товарно-

матеріальні запаси — найменш ліквідні з оборотних активів. У разі потреби запаси реалізуються, як правило, за досить низькою ціною, їх ліквідаційна вартість часто становить тільки половину балансової вартості. Для ПАП «Воля-2000» він становить 0,26 та цілком відповідає рекомендованому значенню.

Чистий оборотний капітал необхідний для підтримки фінансової стійкості підприємства, оскільки перевищення оборотних коштів над короткостроковими зобов'язаннями означає, що підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має резерви для розширення діяльності.

За результатами таблиці 2.8 можна сказати, що ліквідність підприємства досягає потрібного значення, адже активи перевищують пасиви більше, ніж у два рази.

Умовою й гарантією розвитку будь-якого підприємства, є його фінансова стабільність. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно в стані «витримати» несподівані зміни ринкової кон'юнктури, і не опинитися на межі банкрутства. Більше того, чим вище його стабільність, тим більше переваг перед іншими підприємствами того ж сектора економіки в одержанні кредитів і залученні інвестицій.

Фінансова стійкість – це стан майна підприємства, що гарантує йому платоспроможність. Фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів [38].

Фінансова стабільність підприємства – це його надійно-гарантована платоспроможність у звичайних умовах господарювання й випадкових змін на ринку.

До основних факторів, що визначають фінансову стійкість підприємства, належить фінансова структура капіталу (співвідношення позикових і власних коштів, а також довгострокових і короткострокових джерел коштів) і політика фінансування окремих складових активів (насамперед необоротних активів і

запасів). Тому з метою оцінки фінансової стійкості необхідно проаналізувати не тільки структуру фінансових ресурсів, але й напрямки їхнього вкладення.

З позиції довгострокової перспективи фінансова стійкість підприємства характеризується структурою джерел коштів, залежністю від зовнішніх інвесторів і кредиторів. Джерелами коштів підприємства є власний і позиковий капітал.

Для оцінки рівня фінансової стійкості використовують такі показники:

- коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів;
- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт маневреності власних коштів;
- коефіцієнт ефективності використання власних коштів;
- коефіцієнт використання фінансових ресурсів.

Таблиця 2.9

Показники фінансової стійкості підприємства ПАП «Воля-2000» станом на  
2017 рік

Назва показника 1	Формула 2	Розрахунок 3	Характеристика 4
Коефіцієнт співвідношення власних і позикових коштів	$K_{СП} = (p. 1595 + p. 1695 + p. 1700 \text{ Ф.1}) / p. 1495 \text{ Ф.1}$	$(1\ 354 + 10\ 110 + 0) / 46\ 003 = 0,25$	Відповідає рекомендованому значенню
Коефіцієнт автономії	$K_A = \text{Власний капітал} / \text{Валюта балансу}$	$46\ 003 / 57\ 467 = 0,8$	Відповідає рекомендованому значенню
Коефіцієнт маневреності власних коштів	$K_M = (\text{Власний капітал} - \text{Необоротні активи}) / \text{Власний капітал}$	$(46\ 003 - 32814) / 46\ 003 = 0,29$	Відповідає рекомендованому значенню
Коефіцієнт використання фінансових ресурсів	$K_{ФР} = \text{Фінансовий результат до оподаткування (p. 2290-95 Ф.2)} / \text{Валюта балансу}$	$9\ 840 / 57\ 467 = 0,17$	-
Коефіцієнт ефективності використання власних коштів	$K_{ВК} = \text{Фінансовий результат до оподаткування (p. 2290-95 Ф.2)} / \text{Власний капітал}$	$9\ 840 / 46\ 003 = 0,21$	Не відповідає рекомендованому значенню

Джерело: складено автором за даними Додатку Б та Додатку Е

Коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів характеризує структуру фінансових ресурсів підприємства. Розраховується як частка від розподілу суми позикових коштів на суму власного капіталу. Максимально

припустиме значення цього показника становить 1 (що припускає рівність позикових і власних коштів) [38].

Коефіцієнт автономії (коефіцієнт концентрації власного капіталу) характеризує частку коштів, вкладених власниками підприємства в загальну вартість майна. Нормальне мінімальне значення коефіцієнта автономії орієнтовано оцінюється на рівні 0,5, що припускає забезпеченість позикових коштів власними, тобто, реалізувавши майно, сформоване із власних джерел, підприємство зможе погасити зобов'язання [38]. Однак, у ході оцінки цього коефіцієнта, необхідно приймати до уваги галузеву приналежність підприємства (наприклад, машинобудівні підприємства повинні мати більш високе значення коефіцієнта автономії, ніж підприємства торгівлі, що пояснюється більш високою питомою вагою необоротних активів у структурі балансу), наявність довгострокових позикових коштів й інші розглянуті вище фактори. Ми можемо бачити, що на ПАП «Воля-2000» цей показник становить 0,8. Показник знаходиться приблизно на рівні 0,5 і це означає, що, реалізувавши майно, сформоване із власних джерел, підприємство зможе погасити зобов'язання (див. Табл. 2.9).

Коефіцієнт маневреності власних коштів характеризує ступінь мобільності використання власного капіталу. Він показує частку власних коштів, вкладених в оборотні активи. Чітких рекомендацій у значенні цього коефіцієнта немає, але вважається, що його значення повинно бути не менше 0,2, що дозволить забезпечити достатню гнучкість у використанні власного капіталу [38]. Для оцінки коефіцієнта маневреності необхідно порівняти його значення з рівнем минулих періодів, середньогалузевим значенням або рівнем у найближчих конкурентів.

Коефіцієнт використання фінансових ресурсів дає змогу визначити, за який період одержаний прибуток може компенсувати вартість майна. Нормативного числового значення для цього коефіцієнта немає, позитивним вважається збільшення цього коефіцієнта по відношенню до попереднього періоду [38].

Цей показник показує на скільки підприємство є залежним від додаткового фінансування. В даному випадку коефіцієнт становить 0,17, він відповідає рекомендованому значенню менше 2. Це означає, що підприємство ПАП «Воля-2000» є практично незалежним від додаткового фінансування (див. табл. 2.9) [39].

Коефіцієнт ефективності використання власних коштів показує скільки прибутку дає 1 грн. власних коштів. Теоретично, нормальним значенням цього коефіцієнта є значення не менше 0,4. Тут спостерігаємо негативну динаміку, адже коефіцієнт дорівнює 0,21.

Отож, загалом можна сказати, що на ПАП «Воля-2000» спостерігається досить позитивна динаміка фінансової стійкості.

### **2.3. Практика реалізації експортного потенціалу українських агропромислових підприємств**

В Україні на сьогодні існує велика кількість сільськогосподарських підприємств. Від великих до зовсім малих. Було проаналізовано кілька найбільших за земельним фондом сільськогосподарських компаній в Україні для визначення ефективності їх діяльності.

«Агрохолдинг «Мрія» – чи не найвідоміша сільськогосподарська компанія на сьогодні, яка стала об'єктом обговорень як в Україні, так і закордоном.

Агрохолдинг був заснований в 1992 році і свого часу його земельний банк становив близько 300 тис. га. Кредитували «Мрію» охоче, адже до 2013 року 20% компанії торгувалися на Франкфуртській фондовій біржі. Гарний стан справ тоді підтверджував і аудит компанії ЕУ.

Сьогодні «Мрія» – це компанія, що має велике боргове навантаження, земельний банк на 150 тис. га в Західній Україні, 4 елеватори, картоплексовище і крохмальний завод, а також ряд судових процесів з попередніми власниками – сім'єю Гут.

Саме вони у 2014 році не змогли розрахуватися з кредиторами і компанія оголосила дефолт. Втрати понесли міжнародні фінансові інституції та банки,



серед яких IFC, Альфа Банк, Credit Agricole, Deutsche Bank DBU, Erste, ПУМБ та інші. Цей дефолт прогримів на весь світ і негативно вплинув на фінансовий імідж України – відповідати перед кредиторами не було кому. Колишні власники агрохолдингу зникли зі значною сумою коштів. Івана Гуту оголосив в розшук Інтерпол, правоохоронці піднімали питання про його екстрадицію в Україну.

Тим часом кредитори були змушені жити в українських реаліях. Щоб втримати агрохолдинг на плаву, їм довелося додатково виділити кошти на посівну кампанію і підтримувати життєдіяльність «Мрії» ще чотири роки.

Комітет кредиторів одразу обрав новий менеджмент компанії. Генеральним директором був призначений Саймон Чернявський, який до цього керував агрохолдингом HarvEast. Фінансовим радником кредиторів став керуючий директор і співголова Rothschild&Cie в Росії і СНД Джованні Сальветті.

Майже три роки кредитори погоджували умови реструктуризації боргу агрохолдингу. Процес завершився у серпні 2018 року. За підсумками реструктуризації частина кредиторів і менеджмент повинні були стати власниками 100% акціонерного капіталу агрохолдингу. Передбачалось, що структура власності буде виглядати так: 50-54% – незабезпеченим кредиторам, 7,5% – кредиторам (провайдерам) оборотного капіталу на 2015 рік, 31-35% – кредиторам оборотного капіталу на 2016 рік, 7,5% – топ-менеджменту компанії в якості мотиваційного пакета.

В результаті реструктуризації загальне боргове навантаження «Мрії» знизилося з 1,1 млрд доларів до 309,5 млн доларів, включаючи 49,3 млн дол. реструктуризованого забезпеченого боргу, 208,1 млн дол. реструктуризованого незабезпеченого боргу, 46 млн дол. робочого капіталу і 6,1 млн дол. нових лізингових програм на закупівлю обладнання.

У вересні 2018 року «Мрію» купила компанія з Саудівської Аравії SALIC UK Ltd (Saudi Agricultural and Livestock Investment Company). SALIC оцінює вартість агрохолдингу в 222-246 млн доларів. Арабська компанія планує до листопада 2019 року викупити єврооблігації «Мрії», що були емітовані під час реструктуризації, на 208 млн доларів. Крім того, визнає забезпечені зобов'язання

Mriya Farming Plc на \$102 млн. Тобто кредитори не повернуть собі більше 600 млн доларів.

У 2016/2017 фінансовому році показник EBITDA компанії становив 9 млн доларів, у 2017/2018 – 22 млн доларів. Прогноз на 2018/2019 рік – 15 млн доларів. Таке зниження пов'язане зі зниженням якості урожаю через літні дощі, низькими цінами на цукор та збільшенням операційних затрат. Не зважаючи на це, аналітики позитивно оцінюють угоду.

Експерт компанії SP Advisor Олексій Єрємін вважає, що кредитори отримають можливість часткового повернення своїх коштів, а покупець – можливість наростити земельний банк і технічні потужності холдингу.

Перший заступник міністра аграрної політики та продовольства України Максим Мартинюк коментує, що ця угода ставить крапку в багаторічних проблемах, пов'язаних із цим активом; проблемах, які шкодили не лише безпосереднім інвесторам холдингу, але і державі Україна загалом. Крім того, кейс SALIC/Мрія можна назвати «екзаменом на інвестпривабливість», який український аграрний сектор витримав.

Про переговори щодо продажу «Мрії» український агроринок говорив давно. Серед претендентів був «Кернел» Андрія Веревського та «Епіцентр» Олександра Герєги. Проте очевидно, що іноземний інвестор запропонував кращу ціну і більш вигідні умови для кредиторів.

SALIC UK є дочірньою компанією Saudi Agricultural and Livestock Investment Company, що належить Фонду державних інвестицій Королівства Саудівська Аравія. Тобто фактично є державною компанією. Стратегія SALIC UK фокусується на дванадцяти категоріях продуктів: пшениця, ячмінь, кукурудза, соєві боби, рис, цукор, рослинні олії, зелений корм, червоне м'ясо, молочні продукти, птиця та аквакультура.

Артем Ковбель, партнер Kreston GCG вважає, що можна припустити, що придбання «Мрії» для саудитів є не просто інвестицією, а частиною державної стратегії, спрямованої, наприклад, на забезпечення продовольчої безпеки рідної країни. З огляду на місцеві кліматичні проблеми - це цілком логічне припущення.

Представник компанії SP Advisor Олексій Єрьомін вважає, що SALIC зможе наростити імпорт необхідних аграрних товарів в свою країну, адже Саудівська Аравія найбільший покупець українського ячменю.

Після завершення угоди «Мрія» продовжить свою операційну діяльність в Україні разом з дочірньою компанією SALIC – Continental Farmers Group (CFG). Голова правління SALIC UK Халід Алабуді заявив, що їх дочірня компанія CFG успішно працює в Україні з 2006 року, обробляючи 45 тис. га у Львівській і Тернопільській областях. Враховуючи позитивний досвід інвестицій в українську економіку, SALIC UK ухвалила рішення щодо розширення бізнесу та глибоко вивчила український сільськогосподарський ринок у пошуках нових можливостей. За його словами, компанія продовжить шукати нові напрями для інвестування в Україну.

Незалежний директор Mriya Farming PLC Олексій Павленко зазначив, що протягом наступних 2 років SALIC UK планують інвестувати понад 150 млн доларів в нове обладнання, інфраструктуру, сільськогосподарські технології та консолідацію земельного банку агрохолдингу.[40]

«Кернел» – інший сільськогосподарський гігант в Україні. Це провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Свою продукцію Кернел експортує більш ніж в 60 країн світу. З листопада 2007 року акції компанії торгуються на Варшавській фондовій біржі (WSE).

«Кернел» – один з найбільших українських агрохолдингів. Компанія є також найбільшим в світі виробником і експортером соняшникової олії.

Вертикально-інтегрована структура компанії будується на тісно пов'язаних між собою бізнес-сегментах: виробництво, експорт і внутрішній продаж соняшникової олії; рослинництво; експорт зернових культур; надання послуг зі зберігання і перевалки зерна на елеваторах і портових терміналах.

На даний момент, згідно з рейтингом «Топ 100 латифундистів України», земельний банк агрохолдингу становить близько 604,5 тис. га.

Згідно з річним звітом холдингової компанії групи Kernel Holding SA (Люксембург), її виручка за липень 2017 року - червень 2018 року зросла на 10,8% - до 2,403 млрд доларів, EBITDA скоротилася на 30,3%, до 222,5 млн доларів. Валовий прибуток «Кернел» в 2018 ФР скоротився на 29,2% - до 314 млн доларів, операційний - на 47,3%, до 139,6 млн доларів. Співвідношення чистого боргу до EBITDA в 2018 ФР становить 2,8 (в 2017 ФР цей показник дорівнював 1,6) [41].

За даними компанії, дохід групи від продажів наливної соняшникової олії в 2018 ФР виріс на 18% - до 1,264 млрд доларів, бутильованої - скоротився на 8%, до 130 млн доларів, дохід від експорту зерна зріс на 3%, до 951 млн доларів.

У компанії зазначили, що 26 квітня 2018 року «Кернел» виплатив дивіденди в розмірі 0,25 долара на акцію на загальну суму 20,5 млн доларів за 2017 фінансовий рік.

Проте, на сьогоднішній день повстає ситуація зменшення земельного банку підприємством. «Кернел» має намір скоротити земельний банк до 560 тисяч гектарів.

Генеральний директор «Кернел» Євген Осипов заявив, що навіть якщо в хорошому регіоні вони мають 1 тис га, але вони розташовані на великій відстані від їхніх інших масивів, вони продаватимуть землю. Оскільки вони не можуть ефективно з точки зору логістики і виробництва нею керувати. Така ситуація спостерігається в Хмельницькій, Кіровоградській, Миколаївській, Івано-Франківській, Чернігівській областях [42].

Це свідчить доказом того, що ефективність роботи агропідприємства не залежить напряду від величини земельного фонду, а від вміння його використовувати.

Проаналізувавши ПАП «Воля-2000» був створений SWOT-аналіз, де чітко відображаються усі сильні та слабкі сторони компанії, можливості та загрози. SWOT-аналіз створюється для підприємства щоб зрозуміти, в яких напрямках підприємство може розвиватись та над якими частинами виробництва продукції або ж організаційної роботи підприємство повинно працювати, аби зробити свої слабкі сторони перевагами.

Таблиця 2.10

## SWOT-аналіз ПАП «Воля-2000»

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
Наявність кваліфікованого персоналу, що має досвід роботи в даній сфері.	Затягування термінів партнерами при постачаннях устаткування
Налагоджені ділові зв'язки покупцями та постачальниками	Можливі збої у виробництві чи постачанні
Зручне місце розташування підприємства щодо близького розташування полів	Продукція не має сертифікатів європейського рівня
Відносна близькість до головних доріг	Неучасть персоналу в ухвалення управлінських рішень
Невеликі розміри підприємства, що забезпечує мобільність та відносно "безболісну" зміну структури посіву при необхідності	Застаріле деяке устаткування
Нарощення основних засобів та зростання оборотних коштів	Недостатня кількість складів для зберігання продукції.
Швидка окупність і висока ефективність роботи підприємства	
Конкурентоздатна цінова політика	
<b>Зовнішні можливості</b>	<b>Зовнішні загрози</b>
Через введення урядових обмежень помітне збільшення інтересу покупців до вітчизняної продукції.	Нестабільна політична ситуація.
Позитивні тенденції росту попиту.	Незадовільні погодні умови, як наслідок – недостатня кількість, чи зниження якості урожаю
Становлення ринкових відносин в Україні.	Нестабільність господарського, податкового, банківського й іншого законодавств в Україні.
Через введені нові закони – можливість імпорту продукції закордон	Конкуренція з боку закордонних виробників.

Джерело: складено автором за даними Додатків Б, Д, В, Е, Ж, З, Л

Стратегією розвитку на сьогодні для ПАП «Воля-2000» є стратегія розвитку ринку. Підприємство активно шукає нових покупців для своєї продукції. Також, вивчає попит на ринку і відповідно до цього диверсифікує свою продукцію. Наприклад, коли на ринку відбувається очікування попиту на сою – в посівний сезон збільшують розміри посівних площ під цю культуру.

## Висновки до розділу 2

Проаналізувавши регіональну структуру України для ефективного ведення сільського господарства ми дійшли висновку, що Тернопільська область є однією із найкращих. Тут хороші чорноземи та висока родючість. Згідно із Статистичним бюлетнем від 2018 року Державної служби статистики України, посівні площі в Тернопільській області становлять 828,6 тис га, що становить 60% площі області. Також, якщо ідеться про розвиток експортної спрямованості підприємства, Тернопільська область розташована доволі близько до кордону з Польщею, а отже із Європейським Союзом, що значно полегшує врегулювання логістичних питань, що стосуються перевезення продукції закордон.

Серед культур, які вирощуються в Україні та мають високий експортний потенціал у сільськогосподарській галузі було виділено пшеницю, ячмінь, кукурудзу та похідні вироби з неї, соняшник та сою.

Детальний аналіз фінансового стану ПАП «Воля-2000» показав, що підприємство в останні роки нарощує свої основні засоби, підвищує рівень збуту та піднімає якість вирощуваної продукції. Оцінка фінансової стійкості показала, що підприємство підтримує позитивну статистику в цьому плані також. Власний капітал перевищує позикові кошти, концентрація власного капіталу знаходиться на високому рівні, а також, підприємство є практично незалежним від додаткового фінансування. Такі позитивні показники є одним із факторів, що підтверджують готовність підприємства до здійснення експортної діяльності.

Прийнято вважати, що чим більше земельного фонду має аграрна компанія, тим вона більш успішна. Проте, аналіз конкурентів – великих фірм-аграріїв в Україні показав, що це не так. Якщо підприємство володіє великим земельним капіталом, це дає деякі переваги, наприклад у можливості нарощення урожаю. Проте, управління такою кількістю земельних ділянок може дуже легко вийти з-під контролю.

Це є одним із доказів, що підприємства із невеликим земельним фондом можуть ефективно реалізовувати свою діяльність.

## РОЗДІЛ 3.

### ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ НАПРЯМКУ

#### **3.1. Інновації та людський капітал, як складові забезпечення розвитку експортного потенціалу аграрних підприємств**

Діджиталізація в теперішньому світі означає, що практично кожна сучасна галузь або промисловість стають все більше залежними від апаратного забезпечення, підключеного та, в деяких випадках, контрольованого програмним забезпеченням. Ці галузі трансформуються на інноваційні технології та практики як зсередини, так і ззовні, і навіть традиційний спосіб життя не може протистояти змінам, не говорячи вже про ведення бізнесу.

Сільське господарство є одним з найбільш відомих прикладів таких галузей, а експерти з університету Мерівілля фактично визначають цю галузь як одну з десяти найбільш перспективних для майбутніх розробників програмного забезпечення.

Вони переконані, що сільське господарство зазнало величезний технологічний зсув пізно. Для ведення точного сільського господарства необхідна велика кількість даних, безпілотники, датчики та програмне забезпечення для управління фермами. Екологічний контроль, стільникове сільське господарство (мікро фермерські господарства), технологія розумної упаковки, маніпулювання генами та бізнес онлайн-торгівлі продуктами харчування також підштовхнули увесь світ сільськогосподарського бізнесу до комп'ютерного віку.

Ці інноваційні практики та технології цілком можуть виявитися не просто майбутнім фермерства та сільського господарства, вони можуть стати ключем до виживання людського роду [43].

Однією з таких інноваційних практик є урбаністичне сільське господарство, смарт-дизайн та вертикальні ферми. Величезна перевага полягає в тому, що урбаністичне сільське господарство – це інноваційне відтворення та використання

простору. Урбаністичні ферми можуть бути такими ж невимогливими, як і традиційний сад чи ділянка. З іншого боку, вони можуть бути складними та футуристичними.

Останньою тенденцією урбаністичного господарства є так зване «вертикальне фермерство». При використанні такого типу фермерства дослідники помітили врожайність, яка майже в 10 разів ефективніша, ніж у традиційному сільському господарстві. Вертикальне землеробство не обіцяє радикально змінити спосіб сільського господарства, а лише зробити його більш ефективним, продуктивним та допомогти йому займати менше простору.

Традиційні фермери можуть навчитись від вертикальних фермерів використовувати простір у своїх будівлях, змінювати дизайн, прийнявши принципи розумного дизайну, щоб зменшити витрати і збільшити урожай.

Більше простору означає більше енергії, необхідної для тепла та світла, що, в свою чергу, призводить до збільшення витрат та марнування ресурсів. Замість того, щоб будувати більшу структуру, необхідно розглянути, що саме потрібно зараз, і створити ефективний простір для цієї мети.

Із продовженням росту перенаселення у світі та зменшення загального простору, сьогодні необхідно покладатись на ефективність такого типу господарства, яке б не потребувало багато простору, аби прогодувати людство. На жаль, незалежно від того, наскільки високі наші будівлі, або наскільки розумні наші розробки, людина завдає величезних збитків і змін навколишньому середовищу, впливаючи на здатність вирощувати здорові, зрілі культури.

Ще однією інновацією у сільському господарстві є дрони та бджоли. Зміна клімату є величезною проблемою для людей, яку, мабуть, ще не всі повністю усвідомлюють. Але не секрет, що ми знаходимось на надзвичайно руйнівному шляху.

Експерти в Університеті Рено, штат Невада, стверджують, що якщо зміна клімату продовжить погіршуватися, дефіцит харчових продуктів може призвести до зростання цін навіть у таких найбільш розвинених країнах, як США, що призведе до кризи громадської охорони здоров'я у вигляді глобального дефіциту



їжі та хвиль голоду. Таким чином, чиновники у сфері охорони здоров'я повинні спрямувати свої зусилля на розвиток запасу продовольства та альтернативних форм сільського господарства.

Однією із з проблем, з якою, здається, всі знайомі, - це проблема зникнення бджіл. Журнал «Time» заявляє, що існує понад 700 видів Північноамериканської бджоли, які існують на межі вимирання. Це може призвести до катастрофи, оскільки бджоли відіграють важливу економічну роль як запилювачі, які допомагають підтримувати сільськогосподарське виробництво.

В даний час дрони використовуються в експериментах, щоб доповнити зусилля запилення, яке традиційно здійснювалось бджолами. Страп-компанія, яка розробила технологію запилення з допомогою дрона повідомила, що «The Apple Beech & Skiff Apple Lafayette» - це перший яблучний сад у світі, який запилює дерева за допомогою безпілота.

Штучний інтелект, IoT (Інтернет речей) та автоматизація також можуть внести інновації у розвиток сільського господарства. Роздумуючи про керування автомобілем та його майбутнє, ми частіше за все уявляємо автомобілі на дорогах та водіїв, що не зобов'язані тримати руки на кермі, адже керування автомобілем довіряється штучному інтелекту. Проте, ми зовсім не задумуємось про машини із штучним керуванням на фермах. Тим не менше, компанія «Smart Ag» оголосила про функціональні технології бездротового трактора у формі програмного забезпечення AutoCart [44].

Колін Херд, засновник і головний виконавчий директор заявив, що цей програмний додаток повністю автоматизує трактор для зернових насаджень, який надає селянам належну допомогу під час вимогливого сезону урожаю. Також він говорить, що новаторська технологія дозволить фермерам автоматизувати своє існуюче обладнання та максимізувати його ефективність та потужність незалежно від виробника. Програмне забезпечення AutoCart є платформою на основі хмари, що може означати лише те, що ці автоматизовані транспортні засоби будуть об'єднуватися у всесвітній Інтернет речей (IoT).

Звичайно, автоматизовані машини – це лише одна сторона машинного навчання та інновацій в сільському господарстві. Крістін Хаузер повідомляє, що китайські фермери нещодавно розпочали тестування нової системи AI, яка використовує комбінацію машинного зору, розпізнавання голосу та датчиків температури, щоб стежити за місцезнаходженням, здоров'ям та добробутом свиней [43].

Інші випадки застосування включають розширене виявлення захворювань у сільськогосподарських культурах з використанням багатьох таких же методів. Важливо пам'ятати, що більша частина справжнього потенціалу AI ще не до кінця вивчена, і що ця сфера все ще перебуває в зародковому стані. Проте з часом, почнеться використання технології блокчейнів – такої ж, яка стоїть за останніми фінансовими явищами, біткоїнами та іншими криптовалютами.

Попри те, що більшість людей знайомі із блокчейном через його застосування під час створення криптовалюти, сільськогосподарський світ починає ознайомлюватись з інноваційними технологіями в іншому напрямку.

Товарознавці «Louis Dreyfus Co» (LDC) нещодавно завершили першу торгівлю сільськогосподарською продукцією за допомогою блоків, продаючи та доставляючи 60 000 тонн сої в Китай у грудні 2017 року. Ця торгівля показує, наскільки блокчейн, ймовірно, буде використовуватися в сільському господарстві на ранньому етапі, використовуючи свої децентралізовані транзакції і самореалізаційні розумні контракти [45].

Більшість перших застосувань блоків в сільському господарстві пов'язані з відстежуванням та ланцюгами поставок; блокчейн може записувати та оновлювати стан посівів від посадки до збирання врожаю та від зберігання до доставки. Перевагою для великих операцій є безпечний, незмінний обліковий запис, який гарантує, що ви ніколи не втратите інформацію. Статус всіх ваших культур доступний у режимі реального часу.

Інший спосіб, за яким можна використовувати блокчейн – це управління ресурсами, як-от відстеження записів технічного обслуговування обладнання або відстеження інших датчиків та обладнання.

Лише нещодавно вчені почали використовувати CRISPR / Cas9 (Clustered Regularly Interspaced Short Palindromic Repeats – короткі паліндромні повтори, регулярно розташовані групами) для точних генетичних операцій. Це дозволяє вченим орієнтуватись і змінювати геном організму шляхом вирізання або заміни окремих частин генетичної послідовності ДНК-нитки. Генетичне редагування через цей проспект показало зниження рівня холестерину в мавпах і може використовуватися для викорінення вірусу герпесу в людей.

Тепер CRISPR використовується для зміни мікроорганізмів коров'ячої кишки, щоб спробувати зменшити кількість метану, який вони виробляють.

Підвищення мікробіома корів для збільшення кількості м'яса із споживанням меншої кількості їжі може зробити м'ясну промисловість ефективнішою та вигіднішою. Враховуючи те, що метан має приблизно 25-кратний вміст вуглекислого газу, зменшення виробництва метану корів також може серйозно впливати на навколишнє середовище.

Вчені також почали створювати культури, які потребують менше води і що приносять більші врожаї. Звичайно, можуть бути непередбачені наслідки, коли мова йде про порушення генетики в будь-якому середовищі або екосистемі - нам доведеться бути надзвичайно обережними, щоб ми не створювали більше проблем, намагаючись вирішити кілька невеликих [43].

Розвиток сільського господарства в даний час може значно пришвидшитись. З вище наведеної інформації видно, що питання полягає лише у виборі інновації, яка для певного виду господарства буде найбільш ефективною. А із вищою ефективністю роботи підприємства збільшується і його експортний потенціал. Також, використання інновацій у технології вирощування продукції може позитивно повпливати на рейтинг підприємства на міжнародному ринку та відповідно завоювати більше покупців та інвесторів.

Для успішної реалізації експортного потенціалу підприємству необхідний людський капітал у вигляді відділу, що б займався моніторингом міжнародного ринку, документальним забезпеченням всіх міжнародних угод, кооперування між

фірмою та замовником. Тому, доцільним було б створити відділ зовнішньоекономічної діяльності, який би займався вищенаведеними завданнями.

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства є досить складним процесом. Для успішної реалізації такого процесу необхідно уважно опрацювати такі питання як кон'юнктура ринку, потенційні покупці та продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведення переговорів, підписання угод і т.д.

На виробничих підприємствах, що приймають активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в двох формах: відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках діючого апарату управління та зовнішньоторгової фірми (ЗТФ).

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків не є самостійним структурним підрозділом підприємства, а лише частиною апарату управління. Головне його завдання полягає у управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи управління всередині фірми. Цей відділ не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами. Натомість, він створюється для планування, організації та координації ЗЕД. Головними завданнями ВЗЕЗ підприємства можуть бути:

1. Участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства.
2. Сприяння розвитку ЗЕД підприємства з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.
3. Управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення та розвиток.
4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають із договорів та угод з іноземними партнерами.
5. Вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації.
6. Організація експортно-імпорتنих операцій, забезпечення їх ефективності.

Організаційні принципи побудови управління ЗТФ залежить від її завдань і функцій, зображених в уставі. Основними завданнями ЗТФ, як правило, є:

1. Планування, організація та контроль зовнішньоторгівельних угод.
2. Збільшення об'єму експорту і вдосконалення його структури.
3. Підвищення ефективності імпорتنих закупок у відповідності до стратегії підприємства.
4. Підвищення конкурентоздатності продукції закордоном, сприяння покращенню її якості.
5. Вивчення кон'юнктури товарних світових ринків і виявлення критеріїв та вимог, які ставляться до конкурентоздатності товарів.
6. Вивчення діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін.
7. Забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів підприємства.

Отож, з огляду на те, що ПАП «Воля-2000» порівняно невелике підприємство керівництву необхідно впровадити відділ зовнішньоекономічних зв'язків.

### **3.2. Напрямки диверсифікації експортних стратегій підприємства**

Експорт дає підприємствам можливість виходу на нові ринки, збільшення продажів, прибутку та завоювання більшої кількості клієнтів. Хороша стратегія допомагає підприємствам досягти успіху. Експортна стратегія повинна базуватись на оцінці позиції бізнесу та дослідження перспективних можливостей. Необхідно обдумати те, як заангажувати нових клієнтів і фінансувати свій експорт, а також зрозуміти всі юридичні та податкові питання.

Першим кроком повинна бути оцінка своєї позиції. Необхідно зрозуміти причини виходу на міжнародний ринок. Наприклад, підприємство хоче збільшити обіг товару та знайти нові ринки збуту. Або ж воно вже має міцну базу на вітчизняному ринку і хоче підтримувати темпи зростання. Також, фірма може мати конкурентоспроможну інновацію для міжнародного ринку. Можливо,

підприємство хоче продовжити життєвий цикл своєї продукції. Також до оцінки позиції входить готовність підприємства розпочати експортну діяльність. Визначити, чи має воно всі необхідні ресурси для підтримки всіх експортних процесів. Фірма повинна розуміти всі ризики, із якими вона може стикнутись у процесі експорту товарів. Це можуть бути відмінності у мові, валюті та діловій практиці; цикл доставки може тривати довше, ніж зазвичай; залучення у роботу набагато більшої кількості людей у зв'язку із розширенням ринку.

Наступним кроком повинно бути складення плану дій. Потрібно розробити свою конкурентну позицію та визначити, які продукти можуть бути успішними на міжнародному ринку. Обирати ринок потрібно такий, який пропонує широкі можливості для зростання і який ви розумієте. Визначення цілей та бюджету також є дуже важливим. Необхідно скласти експортний бюджет, чітко вказавши розподіл витрат. На кожному підприємстві, що хоче займатись експортною діяльністю повинна бути людина, яка була б відповідальна за здійснення міжнародної діяльності. Тут, в залежності від спрямування і величини підприємства, можна створити різні типи організаційних структур, що б займались саме цим видом діяльності. Необхідно вирішити, як організувати маркетинг, продаж та доставку для досягнення ринку. Також варто розробити свої умови торгівлі та способи фінансування експорту, включаючи умови доставки та спосіб оплати.

Третім, одним з найнеобхідніших кроків є дослідження потенційних ринків. В основі такого дослідження може лежати: статистика міжнародної торгівлі в інтернеті, щоб визначити, де попит на певний тип товару є найсильнішим; перегляд різноманітні звіти про стан того чи іншого ринку на сьогоднішній день; відвідини торгової виставки для зустрічі з потенційними конкурентами. Також необхідно вивчити культуру та звички в країні, де розташований потенційний ринок. Потрібно бути готовим до можливих змін продукту та маркетингових стратегій.

Наступним кроком є вивчення юридичного боку справи. Необхідно дізнатись, чи продаж певного продукту закордоном не потребує ліцензії. Одним із

ключових моментів є грамотна підготовка договору про купівлю-продаж певного товару. Треба впевнитись, що при укладенні договору в ньому зазначено, де закінчуються обов'язки експортера і починають діяти обов'язки покупця. У договорах необхідно використовувати «Інкотермс», щоб уникнути будь-яких непорозумінь з обох сторін. «Інкотермс» чітко визначають, хто здійснює доставку та страхування товарів. Також потрібно вивчити всі правила оподаткування в разі експорту продукції.

Четвертим кроком є аналіз фінансової сторони питання. Необхідно визначити типи розрахунку, за якими експортовані товари будуть оплачені.

Сьогодні існують різні способи проникнення на міжнародні ринки. Створення власної збутової мережі є одним із них. При цьому способі необхідно знати добре ринок, мати там постійних представників. Перевага полягає в тому, що підприємство-експортер має детальну інформацію про ринок і може оперативно контролювати і управляти реалізацією товару на цьому ринку.

Ще одним способом є використання незалежних торгових, збутових посередників. Доцільність цього способу безперечна при входженні на нові ринки, коли власна система збуту ще не створена, або її створення є неефективним або вимагає великих витрат.

Третій спосіб проникнення на зарубіжний ринок, означає виробництво продукції, створення товару повністю або частково в країні, на ринок якої прагне підприємство. Такий спосіб доцільний, якщо даний ринок для фірми надзвичайно перспективний і, крім того, виробництво товару на місці може дати відчутні економічні вигоди.

Також існує декілька альтернативних стратегій проникнення на закордонний ринок, а саме:

- стратегія непрямого експорту;
- стратегія прямого експорту;
- стратегія ліцензування;
- стратегія створення спільного підприємства;
- стратегія прямого інвестування

Варіанти організації прямого експорту:

а) створення експортного відділу, в обов'язки якого входить здійснення продаж за кордоном та організація збору необхідної інформації про ринок;

б) використання власних торгових представників для пошуку закордонних клієнтів;

в) звернення до закордонних дистриб'юторів чи агентів, наділення їх винятковими чи обмеженими правами представляти виробника в конкретній країні;

г) створення закордонного відділу продаж або дочірньої компанії, що дозволяє виробникові користуватися ефектом безпосередньої присутності на ринку і здійснювати контроль збуту.

Непрямий експорт — єдиний прибутковий спосіб виходу на зовнішній ринок у випадку обмеженості ринку. Непрямий продаж означає, що виробник діє через іншу фірму в країні базування, направляючи свою продукцію на міжнародний ринок. Підприємство виробляє продукцію у своїй країні й адаптує її до вимог закордонного ринку.

Однією із стратегій проникнення на закордонний ринок є укладання ліцензійного договору. Ліцензування — це надання іншій фірмі визначених прав на використання патентів, торгових марок або ноу-хау за визначену платню.

Фірма може вийти на зовнішній ринок, створивши спільне підприємство (СП). СП — це міжнародна фірма, створена двома чи декількома національними підприємствами з метою найбільш повного використання потенціалу кожної зі сторін для максимізації корисного економічного ефекту їхньої діяльності. Важливою ознакою СП є наявність у складі його засновників (учасників) хоча б одного іноземного інвестора.

Фірма може використати таку модель виходу на зовнішній ринок, як пряме інвестування у виробництво в іншій країні шляхом придбання існуючого чи створення нового підприємства.



### Висновки до розділу 3

Сьогодні інновації у сфері сільського господарства все ще знаходяться у стадії розвитку. Існує дуже багато новинок, що пов'язані з ефективним використанням земельних, людських ресурсів. Проте, вони ще не можуть називатись загальнопоширеними. Але не дивлячись на це, сучасні українські агропромислові фірми можуть запозичувати вже існуючий досвід зарубіжних підприємств у запровадженні тих чи інших інновацій.

До прикладу, для ПАП «Воля-2000» можна було б створити «вертикальну ферму» у тестовому режимі. Така практика потребує певних фінансових вкладень, але займає небагато простору і є надзвичайно передовою.

З огляду на те, що підприємство займається переважно вирощуванням зернових культур, пшениці та ячменю, є необхідним запровадження програм, що частково чи повністю автоматизувала б роботу тракторів. Це дало б змогу керівництву ПАП «Воля-2000» отримати більше детальної інформації про те, що відбувається у них на полях, яка врожайність та чи ефективно вони здійснюють свою роботу.

Для успішної реалізації експортної практики на підприємстві необхідно створити організаційну ланку, яка б відповідала саме за здійснення міжнародної діяльності. Такою ланкою може бути відділ зовнішньоекономічних зв'язків, який здійснював аналіз та моніторинг ринку, залучав нових покупців, стежив за виконанням міжнародних договорів тощо.

З початком експортної діяльності підприємство, а саме його керівництво, повинно зважити всі «за» і «проти» такого виду діяльності. Необхідно вивчити стан ринку, на який фірма хоче вийти, дослідити всі економічні та юридичні підстави для здійснення такого виду діяльності, обрати стратегію експорту, яка б найбільше підходила підприємству з даним видом продукції на певному етапі часу та визначити, у чому переваги саме його товару.

## ВИСНОВОК

У дипломній роботі було проаналізовано експорт як одну з важливих ланок економічної діяльності країни. Експорт – це передача певних товарів та послуг в іншу країну з метою реалізації та отримання прибутку. Визначено, що успішність експортної діяльності напряму залежить від експортного потенціалу країни, тобто від виробництва тієї продукції, де певна країна має більші переваги, ніж інші. Було описано експортні бар'єри, серед яких найпоширенішими є експортні квоти та дискримінація експорту.

За результатами дипломної роботи можна зробити висновок, що багато галузей України, а зокрема агропромислова мають значний експортний потенціал. Цьому посприяло відповідне географічне розміщення країни, але частково – воєнні дії на сході України, сповільнили роботу деяких підприємств чорної та кольорової металургії і обсяг експорту знизився. Проте запровадження поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС призвело до лібералізації тарифних ставок на експорт продукції закордон, що стимулювало роботу українських підприємств що здійснюють ЗЕД.

Дослідження аграрної продукції, що складає собою експортний потенціал України показало, що серед товарів рослинництва найбільший потенціал мають: соняшник, кукурудза, пшениця, ячмінь та соя.

Було проаналізовано спрямованість певних географічних районів України на вирощування тієї чи іншої культури. Здійснений аналіз довів, що підприємства які займаються аграрною діяльністю на території Тернопільської області мають достатньо потенціалу для здійснення експортної діяльності, адже за своїми кліматичними умовами та земельним фондом область відповідає потребам більшості видів сільськогосподарської продукції, що має високий експортний потенціал.

Моніторинг підприємства ПАП «Воля-2000», що знаходиться в Тернопільській області показав фінансову та економічну стабільність підприємства. Компанія активно нарощує основні засоби та ефективно їх використовує, має хороші показники ліквідності та фінансової стійкості.

Дослідження великих підприємств-конкурентів на прикладі агрохолдингів «Мрія» та «Кернел» дав чітку інформацію, що нарощення земельного фонду не означає збільшення прибутків. Показники роботи підприємства залежать від того, на скільки ефективно підприємство може управляти наявним у нього земельним фондом.

У роботі було викладено основні світові інновації у галузі ведення сільського господарства на даний час. Було визначено, що на даний момент ПАП «Воля-2000» може впровадити розробку «вертикальних ферм» для заощадження території та досягнення більшого урожаю, а також запровадження програми, яка частково, а з часом і повністю, автоматизувала роботу технічного устаткування на підприємстві. Керівництву фірми запропоновано взяти до уваги можливість отримання сертифікатів якості на свою продукцію для експорту її в країни ЄС, а також запровадження вирощування органічної продукції, тобто рослин, що вирощуються без додавання хімікатів проти шкідників. Для успішної реалізації експортної діяльності ПАП «Воля-2000» необхідно створити відділ зовнішньоекономічних зв'язків.

Стратегією реалізації експортного потенціалу підприємства було обрано прямий експорт. Це включає в себе створення відділу зовнішньоекономічних зв'язків, який би удосконалив маркетингову діяльність, постійно моніторив ринок та займався пошуком закордонних клієнтів. Також підприємству буде доцільно залучити міжнародних дистриб'юторів чи агентів та наділити їх особливими повноваженнями представляти виробника в конкретній країні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кембриджський словник/[авт.-уклад.Макінтош. К.]. – Кембридж, 2013.
2. Солонінко К.С. Міжнародна економіка: навч. посібник / К.С. Солонінко. – К.: Кондор, 2008.
3. Швиданенко Г.А. Економіка підприємства: Підручник. 4-е вид., доп. і перероб. / За ред. Швиданенко Г.А. – К.: КНЕУ, 2009. – 640 с.
4. What is international trade? [Електронний ресурс]/ Reem Heakal//Investopedia – 2018. – Режим доступу: <https://www.investopedia.com/insights/what-is-international-trade/>
5. Липов В.В. Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини / В.В. Липов. – К.: Професіонал, 2008.
6. Дахно І.І. Міжнародна торгівля: навч. посібник./І.І. Дахно. – К.: МАУП, 2003. – 296 с.
7. Дресвянніков А. Бар'єри для експорту/А. Дресвянніков // Abbottpm. Export made simple. – 2016.
8. Білоцерківець В. В. Міжнародна економіка: підручник / В.В. Білоцерківець, О.О. Завгородня, В.К. Лебедева. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 416 с.
9. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: навч. посібник / Ю. Г. Тормоса. – К.: КНЕУ, 2001. – 122 с.
10. Касьянова Г.Ю. Экспорт и импорт. Новые правила / Г. Ю. Касьянова. – М.: АБАК. – 2018.
11. Онищенко В. Стимулювання національного експорту / В. Онищенко, І. Гужва // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – №6. –2017.
12. Горбач Л.М. Міжнародні економічні відносини: підручник// Л. М. Горбач, О. В. Плотніков. – К.: Кондор, 2005 – 266 с.
13. Seyoum, Belay. Export-Import theory, practices, and procedures/Belay Seyoum, editor. – 2<sup>nd</sup> ed. – 2009 – 649p.

14. Types of Export Businesses [Електронний ресурс]//Foreign Trade online. – Режим доступу: <https://www.foreign-trade.com/reference/types-of-export-businesses.htm>
15. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля: підруч. для студ. вищ. навч. закл / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, М.І. Барановська, О.В. Захарченко та ін. – 4-те вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 441 с.
16. Weiss, Kenneth D. (Kenneth Duane). Building an import/export businesses/Kenneth D. Weiss. – 4<sup>th</sup> ed. – 2008 – 297 p.
17. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.1./Редкол.: С.В. Мочерний (відп.ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
18. Hidalgo. C.A. The Product Space Conditions the Development of Nations/C.A. Hidalgo, B. Klinger, A.-L. Barabasi, R. Hausmann // Science. – Vol 13. – 2007.
19. Ballasa B. Trade liberalization and Revealed Comparative Advantage / B. Ballasa. – 1965.
20. Spotting Products with Export Potential (methods)//International Trade Center. – 2015.
21. Побоченко Л.М. Експортний потенціал сільськогосподарської галузі України в умовах Євроінтеграції / Л.М. Побоченко, О.С. Сабатін // Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету. – 2016.
22. Ганза І.В. Експортний потенціал вітчизняних підприємств АПК в дискурсі інтеграції до європейського ринку / І.В. Ганза // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. - №5. – 2015.
23. Щербина С.В. Розвиток зовнішньоторговельних перспектив агропромислового комплексу України в контексті євроінтеграції / С.В. Щербина // Економіка АПК. – 2009.
24. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2017 році. Статистичний збірник / А. Фризоренко (відп. за випуск) // Державна служба статистики України. – 2018.

25. Митний Кодекс України: станом на 2012 (редакція від 25. 11. 2018)/Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2018.
26. Regulation (EU) 2017/1566 of the European Parliament and of the Council on the introduction of temporary autonomous trade measures for Ukraine supplementing the trade concessions available under the Association Agreement // Official Journal of the European Union. – 2017.
27. Експорт круп та борошна до ЄС: перші кроки [Електронний ресурс]//Євроінтеграційний портал. – 2017. – Режим доступу: <https://eu-ua.org/eksport-yes/krupy-boroshno>
28. Regulation (EC) No 765/2008 of the European Parliament and of the Council setting out the requirements for accreditation and market surveillance relating to the marketing of products and repealing Regulation (EEC) No 339/93 // Official Journal of the European Union. – 2008.
29. Decision No 768/2008/EC of the European Parliament and of the Council on a common framework for the marketing of products, and repealing Council Decision 93/465/EEC // Official Journal of the European Union. – 2008.
30. Сільське господарство України. Статистичний збірник/О.М. Прокопенко (відп. за випуск) // Державна служба статистики України. – Київ, 2017 – 233с.
31. Голубов О. Український аграрний експорт 2017 року зріс на 16 відсотків/О. Голубов//DW. Made for minds. – 2018
32. Ісакова Д. Рейтинг 20 найефективніших агрокомпаній України. Хто найбільше заробляє на українському чорноземі?/Д. Ісакова//Forbes.Україна. - №8 – 2017.
33. Козак В. Європейський досвід: сільське господарство по-баварськи / В.Козак //AgroNews. Головні аграрні новини. – 2018.
34. Export Potential Map. Spot Export Opportunities for Trade Development//International Trade Center. – 2018.

35. Горбонос Ф.В. Економіка підприємства: підручник/Ф.В. Горбонос, Г.В. Червено, Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. – К.: Знання, 2010. – 463 с.
36. Економіка підприємства: навч. посібник – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
37. Економіка підприємства: навч. посібник – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
38. Економічний аналіз: навч. посібник – К.: Центр учбової літератури, 2009.
39. Кожанова Є.П. Економічний аналіз: навч. посібник / Є.П. Кожанова, І.П. Отенко. – Х.: Інжек, 2005. – 340 с.
40. Пирожок О. Арабська «Мрія»: як купували український агрохолдинг / О. Пирожок // Економічна правда. – 2018.
41. Кернел [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kernel.ua/ua/>
42. «Кернел» розпродас землі в декількох областях [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/04/3/635635/>
43. Heikkila A. 5 Innovative Agricultural Practices That Are Changing the World [Електронний ресурс] / Andy Heikkila // Innovation Excellence. – Режим доступу: <https://www.innovationexcellence.com/blog/2018/08/06/5-innovative-agricultural-practices-that-are-changing-the-world/>
44. SmartAg. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smart-ag.com/>
45. LDC (Louis Dreyfus Company). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www ldc.com/global/en/>
46. Філософія «органік». Вдалих бізнес-проект, чи стиль життя? [Електронний ресурс] // Економічна правда. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/05/29/637153/>
47. Келічава М. В. Експортний потенціал України в умовах європейської інтеграції: матеріали XI міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів «Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід», м. Тернопіль, 2018.

48. Бугає В.В., Веклич О.О., Чубукова О.Ю., Козаченко В.М., Костевич Н.О ., Романенко О.В. Міжнародні економічні відносини: навч. посібник / В.В. Бугає (ред.). - К. : ППВМБ, 2008. - 111с.
49. Віднійчук-Вірван Л.А., Вірван Н.В. Міжнародний бізнес: українська бізнес-енциклопедія. - Чернівці : Наші книги, 2008. - 376с.
50. Яковлев Ю.П. Міжнародна торгівля. Практикум: навч. посіб. для студ . вищ. навч. закл.. - К. : Кондор, 2008. - 380с.



# ДОДАТКИ