

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
**УНІВЕРСИТЕТ САСКАЧЕВАНСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА (КАНАДА)**
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
**СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
В НІТРИ (СЛОВАЧЧИНА)**

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів,
аспірантів та молодих вчених**
**« НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО
СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ »**,
присвяченої 125-річчю Національного університету біоресурсів
і природокористування України

18-19 травня 2023 р.



Київ - 2023

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

КОНДРАТЮК Вадим – проректор з наукової та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету;

ОСТАПЧУК Анатолій – декан факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету;

ЗУРІ Мутана – декан школи бізнесу, доктор філософії, професор Саскачеванської політехніки, співголова оргкомітету;

ШЛАУДЕРЕР Ральф – віце-президент Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф з питань національної та міжнародної післядипломної освіти, доктор наук, професор, співголова оргкомітету;

ГОРСЬКА Елена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету.

Члени оргкомітету:

ЛУЦЯК Віталій – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор;

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

КОВТУН Олена – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності;

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, секретар конференції;

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, відповідальний за видання електронного збірника матеріалів конференції

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №10 від 30 травня 2023р.).

«НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, присвяченої 125-річчю НУБіП України. 18-19 травня 2023 р. – К.: НУБіП України, 2023. – 104 с.

У збірнику представлено матеріали, що розкривають економічні проблеми функціонування аграрного сектору України в умовах воєнного стану та інтеграції до ЄС.

Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків, що займаються проблемами розвитку сільського господарства в умовах адаптації до нових глобальних викликів.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2023

© Автори, 2023

ЗМІСТ

| Назва | Ст. |
|---|-----|
| <i>Лазорик В.В., Артуш В.І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ | 6 |
| <i>Ivko V.V., Shynkaruk L.V.</i> FACTORS TO CONSIDER WHEN INTRODUCING A PROJECT MANAGEMENT STRATEGY AT PRODUCTION ENTERPRISES UNDER CURRENT CONDITIONS IN UKRAINE | 9 |
| <i>Артуш Н.В., Артуш В.І., Кузьменко С.В.</i> СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ | 12 |
| <i>Kamynina O.K., Faichuk O.M</i> INFLUENCE OF THE EUROPEAN GREEN DEAL ON AGRICULTURE DEVELOPMENT | 15 |
| <i>Nesteruk I., Renáta Benda Prokeínová .</i> EUROPEAN FOOD PRICES INFLATION. EFFECTS, REASONS AND MEASURES | 19 |
| <i>Тягнирядно О.М.</i> ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З НЕВИЗНАЧЕНОСТЯМИ ПРИ УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ | 25 |
| <i>Timotej Lencz, Lucie Coufalová.</i> UKRAINE EXPORT ANALYSIS | 27 |
| <i>Kolomiets O.A., Faichuk O.M</i> ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “BILATERAL TRADE” | 30 |
| <i>Yastrebinska M.Y., Faichuk O.M.</i> ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “FOREIGN INVESTMENTS” AND “INTERNATIONAL INVESTMENT ATTRACTIVENESS” | 33 |
| <i>Наконечний А.М., Голомша Н.Є.</i> ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ КУКУРУДЗИ | 35 |
| <i>Джима Д.М., Голомша Н.Є.</i> МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПШЕНИЦІ | 38 |
| <i>Жук А. Ю, Діброва Л.В.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ДО КРАЇН ЄС В УМОВАХ ВІЙНИ З РОСІЙСЬКОЮ ФЕДЕРАЦІЄЮ | 41 |
| <i>Balaban A.R, Faichuk O.M.</i> ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE” | 45 |

| | |
|---|----|
| <i>Сутулець О.Ю., Голомша Н.Є.</i> РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ | 48 |
| <i>Kostiuk O.</i> GLOBAL CHALLENGES OF THE AGRI-FOOD SECTOR | 52 |
| <i>Кирилюк І.А., Міщенко І.А.</i> ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ | 55 |
| <i>Бугрій Є.А., Тюріна А.А</i> ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ | 59 |
| <i>Bogdaniuk O., Faichuk O.</i> MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES OF AGRO-FOOD SECTOR | 62 |
| <i>Кирилюк І. А., Міщенко І. А.</i> ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ | 66 |
| Оліфіренко Б. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ КРОКИ УКРАЇНСЬКОГО АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО КУРСУ | 69 |
| <i>Векленко О.Ю., Кузьменко С.В.</i> СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА | 72 |
| <i>Некlesa А.О., Кузьменко С.В.,</i> КОН'ЮНКТУРА РИНКУ РОСЛИННИХ ОЛІЙ | 75 |
| <i>Пятковський Д.І., Кузьменко С.В.</i> УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА | 77 |
| <i>Ярошевич В.Ю., Кузьменко С.В.</i> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА | 80 |
| <i>Вей Лі Цюнь, Файчук О.М.</i> СВІТОВИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ | 83 |
| <i>Михайлюк А.С. Файчук О.М.</i> РОЗВИТОК ДВОСТОРОННЬОЇ ТОРГІВЛІ ГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА НІМЕЧЧИНОЮ | 86 |
| <i>Navrotskyi M., Faichuk O.M.,</i> TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE AND ITS EFFECTS ON HEALTH AND ECOLOGY | 88 |

| | |
|--|-----|
| <i>Potrijnij D., Mishchenko I.A.</i> , STAFF MOTIVATION AS A FACTOR OF INCREASING MANAGEMENT EFFICIENCY | 92 |
| <i>Pasichnik D.G., Mishchenko I.A.</i> , ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT | 95 |
| <i>Grynyuk S., Faichuk O.</i> STRATEGIC MANAGEMENT OF FEED IMPORTING ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION | 98 |
| <i>Babcock G.W., Whitaker R.</i> MANAGING COVID-19 IN K-12 SCHOOLS IN ALBERTA, CANADA | 100 |

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В АГРАРНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Лазорик В.В., студент
Артиш В.І., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ

На початку ХХІ ст. важливої актуальності набирають та продовжують утримувати питання, які пов'язані із залученням іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки України. В умовах дефіциту фінансових і матеріальних ресурсів для забезпечення подальшого розвитку аграрного сектора української економіки потрібні значні інвестиції. За обмеженості внутрішніх джерел вагомим чинником технологічного оновлення та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва може стати іноземний капітал. Для поліпшення умов іноземного інвестування функціонуючих аграрних підприємств нагальним постає питання формування сприятливого інвестиційного клімату, що виступає візитною карткою країни для надходження додаткових зовнішніх фінансових ресурсів [1].

Іноземні інвестиції, залучені у вітчизняні аграрні підприємства, сприяють усуненню існуючих галузевих диспропорцій у підприємствах, стимулюють стабільний розвиток іноземної господарської діяльності та підвищення конкурентоспроможності продукції національних товаровиробників. Цей процес характеризується багатогранністю та складністю, тому що поєднує інтереси як вітчизняних, так і зарубіжних суб'єктів господарювання [2].

Зазначимо, що сільськогосподарські підприємства потребують значних вкладень інвестиційних ресурсів для оновлення матеріально-технічної бази, її модернізації, застосування новітніх технологій, розширеного відтворення виробничого потенціалу, інвестування розвитку людського капіталу на селі, а це зумовлює необхідність пошуку додаткового інвестиційного забезпечення. Іноземні інвестиції вкладаються у вигляді коштів, різної техніки (тракторів,

сільськогосподарських машин тощо), обладнання (для виробництва чи переробки) та ін. В Україні, за нашими дослідженнями, найбільше іноземних інвестицій вкладається в діючі підприємства (рис. 1).

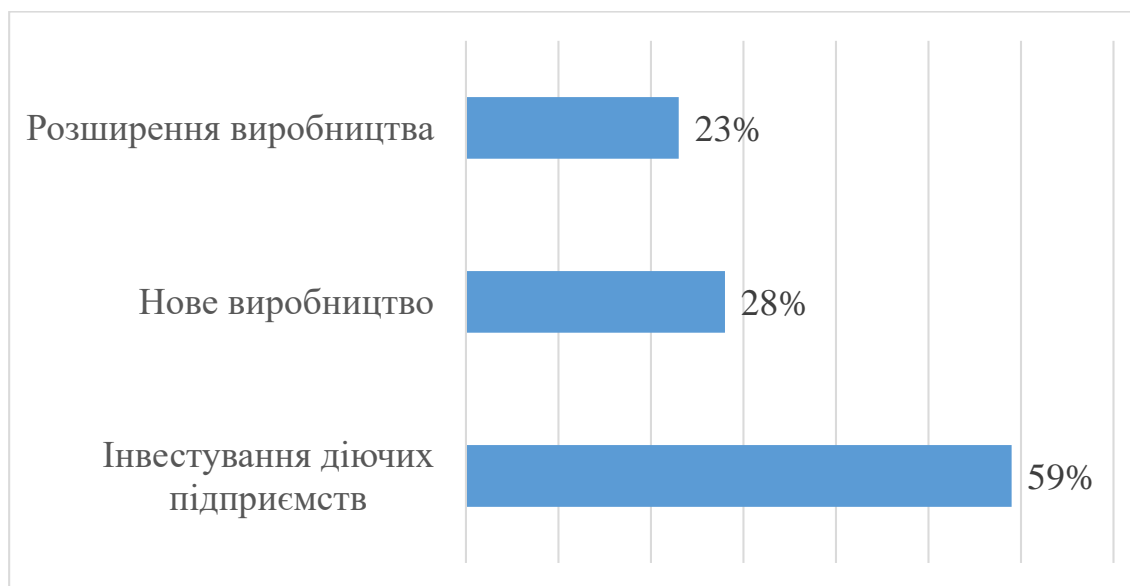


Рис. 1. Орієнтований розподіл витрат іноземного інвестування в Україні, 2020 р.

Аналізуючи рис. 1. видно, що іноземні інвестори найбільше інвестують діючі підприємства – майже 60%, тільки 28% вкладають у нове виробництво і 23% – розширене виробництво.

Важливу складову інвестиційного процесу за відсутності в державі власних інвестиційних ресурсів та обмеженості банківського кредитування становлять іноземні інвестиції. До головних проблем, які перешкоджають залученню іноземних інвестицій в Україну, належать [6]:

по-перше, політична та економічна нестабільність;

по-друге, недосконале та мінливе законодавство, відсутність належної інфраструктури;

по-третє, низькі можливості реалізації продукції всередині країни через низький рівень доходів населення.

За оцінками аналітиків, сьогодні Україна увійшла до списку найбільш ризикованих для інвесторів країн. Серед причин низького рівня залучення іноземного капіталу зарубіжні інвестори зазначають, насамперед, на

нестабільність правового поля їх діяльності в Україні. Це дійсно один з вагомих факторів нинішньої ситуації щодо надходження прямих іноземних інвестицій, унаслідок дії якого український інвестиційний ринок програє в конкурентній боротьбі порівняно із такими самими ринками інших держав [5].

Важливо відмітити, що високу привабливість для зарубіжних підприємців має український агропромисловий комплекс, який характеризується дисбалансом інвестицій у харчову промисловість та сільське господарство. Першочерговим завданням держави за таких обставин є створення позитивного іміджу аграрної галузі України перед потенційними інвесторами, але для цього необхідний комплекс чітких і виважених заходів. Тільки тоді стане можливим залучення іноземних інвестицій транснаціональних компаній, які мають необхідний досвід і потужні ресурси для належної організації функціонування [3].

Доведено, що для збільшення надходжень іноземних інвестицій в аграрний сектор необхідне створення сприятливих умов господарювання, що передбачає впровадження системи заходів, спрямованих на поліпшення інвестиційного клімату, забезпечення прозорості та подолання корупції у сфері інвестування та оподаткування; реформування податкової системи, ліквідацію економічно необґрунтованих пільг [4].

Отже, основним завданням, яке стимулює інвестиційну діяльність в сільському господарстві, на сьогодні може бути зростання обсягу ВВП, підвищення доходів населення, покращення фінансового стану сільськогосподарських підприємств, зміцнення платіжно-розрахункової дисципліни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гук О.В., Мохонько Г.А., Шендерівська Л.П. Тенденції інвестування в Україні. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/49303/1/Tend_Investuv.
2. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. О.І. Карінцева, І.Б. Дегтярьова, М.О. Харченко та ін. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2020. № 3. С. 199-211.
3. Корнєєва Ю. В. Практика залучення іноземних інвестицій до державного сектора . Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 18. С. 17–22.

4. Мошляк І.О. [Прямі іноземні інвестиції як фактор економічного зростання держави. Вчені записки Університету «КРОК»: № 3\(63\) \(2021\). С. 26–31.](#)
5. Прямі іноземні інвестиції в Україні з 2002 по 2022 рр. (млн. дол. США). URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2020/>.
6. Штепенко К. П., Забурасва О. Ю. Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення. Ефективна економіка. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7040>.

UDC: 005.8:334.71:551.799

**FACTORS TO CONSIDER WHEN INTRODUCING A PROJECT
MANAGEMENT STRATEGY AT PRODUCTION ENTERPRISES UNDER
CURRENT CONDITIONS IN UKRAINE**

Ivko V.V., graduate student,
Shynkaruk L.V., corresponding member of the NAS of Ukraine, Doctor of
Economics, Professor of the Production and Investment Management Department
National University of life and Environmental
Science of Ukraine, Ukraine, Kyiv

Introduction. In the end of 2022, the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) commissioned a study to investigate the impact of the Russian invasion on small and medium-sized businesses (SMEs) in Ukraine. The study found that a majority of SMEs had managed to stabilize their activities almost a year after the invasion, demonstrating resilience despite the severe economic impact. Of the 166 SMEs surveyed, 57% had maintained their pre-war activity, while 6% had suspended their operations, and 37% were operating at a reduced capacity. Respondents reported a significant negative impact on their businesses, including a decrease in income by an average of 43% and employment by 22%. Nevertheless, most SMEs continued to operate and adopt short-term strategies, albeit with a reduced planning horizon of only one month instead of several years. Strategies employed by SMEs included seeking new markets both domestically and abroad, diversifying business activities, developing unique products or services, and finding grants to support their operations. [1]

The very operational and easy to maintain strategy in this case is introducing a project management approaches to the enterprise management as an important step

towards achieving specific business objectives. Depending on the methodology applied [2, p. 58-66] the following factors should be taken into consideration to ensure effective implementation of the mentioned development strategy.

Organizational Culture. It refers to the shared values, beliefs, and behaviors that shape the way people work within an organization. A culture that values collaboration, communication, and continuous improvement is more likely to support the implementation of a project management strategy. Organizations with a hierarchical culture, where decision-making is centralized, may require a more structured approach to introducing the project management strategy.

Project Management Maturity – refers to the level of experience and capability an organization has in managing projects. An organization with low project management maturity may require a more structured approach, while an organization with higher project management maturity may adopt a more flexible approach. A project management maturity assessment can help organizations determine their current level of maturity and identify areas for improvement.

Stakeholder Engagement is the process of involving stakeholders in the development and implementation of the project management strategy. Engaging stakeholders early in the process is critical to the success of the project management strategy. Effective stakeholder engagement can help build support for the project management strategy and increase the likelihood of its successful implementation.

Resource Allocation. It is important to ensure that the necessary resources are allocated to support the implementation of the strategy. This may involve reallocating resources from other areas of the organization or securing additional resources through funding or hiring. The availability and allocation of resources can have a significant impact on the success of the project management strategy.

Training and Development. Introducing a project management strategy may require new skills and knowledge from team members ensuring that team members are equipped to implement the new strategy effectively. This may involve providing training on specific project management methodologies, tools, or techniques, as well as more general training on leadership, communication, and problem-solving.

Communication. It is important to communicate the rationale for the strategy, the goals and objectives, and the roles and responsibilities of team members and stakeholders. Communication should be clear, concise, and consistent, and should involve both formal and informal channels. Regular communication with stakeholders can help build support for the project management strategy and ensure that everyone is aligned with the goals and objectives.

Change Management. Introducing a project management strategy may require changes to existing processes and procedures. It is important to manage these changes effectively, including identifying and addressing any resistance to change. This may involve creating a change management plan outlining steps involved in the change process, identifying potential risks, providing a roadmap for implementation.

Performance Measurement. Establishing clear performance measures and key performance indicators is critical to the success of the project management strategy. These measures can help track progress and identify areas for improvement. Performance measures should be aligned with the goals and objectives of the project management strategy and should be regularly reviewed and adjusted as needed.

Conclusion. Introducing a project management strategy is a complex process that requires careful consideration of a range of factors. Addressing them effectively can increase the likelihood of successful implementation of the strategy and help organizations achieve their specific business objectives. While there is no one-size-fits-all approach to introducing a project management strategy, the suggestions provided in this article can serve as a useful starting point for organizations looking to improve their project management capabilities. By taking a comprehensive and thoughtful approach to introducing a project management strategy, organizations can position themselves for success in today's increasingly complex and competitive business environment.

References:

1. Key problems and needs of SMEs analysed almost a year after Russian invasion / EBRD Research, 2023, P. 31. URL:<https://www.merezha.ua/reports/2023/Challenges-and-Needs-of-SMEs-in-War-Time-en.pdf> (дата звернення 09.05.2023).

2. Організація проєктної діяльності: навчальний посібник / Л.В. Шинкарук, В.П. Биховченко, Т.О. Власенко, Ю.Г. Власенко/ – Київ: Вид-во НУБіП України, 2021. – 341с.

УДК 339.5

СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Артиш Н.В., студент
Артиш В.І., к.е.н., доцент,
Кузьменко С.В. к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ

Сучасний стан українського сільського господарства пройшов хорошу фільтрацію на міжнародному ринку, в тому числі європейському. Зараз ми значно інтегрували сільськогосподарський сектор в систему міжнародної торгівлі. У 2008 р. ми вступили в Світову організацію торгівлі, а з 2017 р. до поглибленої зони вільної торгівлі з Євросоюзом. Тому до 2022 р. розкрився частково український потенціал, якому передували прискорені комплекси торговельних та структурних реформ. В даний час, коли в лютому 2022 р. почала повномасштабна війна з росіянами, то частково припинилося реформування, яке має за мету повністю розкрити український потенціал на європейському ринку [2].

За нашими дослідженнями Україна мала величезний потенціал агроекспорту в 2022 р. Вже на початку року створювалася позитивна динаміка зростання експорту, порівнюючи з аналогічним періодом 2021 р. (приріст становив понад 30%). А потім почалася війна, що призвела до закриття українських портів та обвал на експортних поставках аграрної продукції. В табл.1 нами показано динаміку експорту та імпорту товарами між Україною та Європейським Союзом [1].

Таблиця 1

Зовнішня торгівля товарами України та ЄС, млн дол. США

| Показник | Рік | | | | | | |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Експорт | 12647,3 | 13178,5 | 17053,4 | 19572,8 | 20122,7 | 17938,1 | 26793,0 |
| Імпорт | 14760,0 | 16431,6 | 20000,4 | 22324,4 | 24242,3 | 23125,5 | 28954,3 |
| Сальдо | -2112,7 | -3253,1 | -2947,0 | -2751,6 | -4119,6 | -5187,4 | -2161,3 |

Джерело: власна розробка за матеріалами [5; 6].

На підставі даних табл. 1 видно, що за проаналізований період з 2015-2021 рр. імпорتنі поставки з Європейського Союзу до України були дещо вищі за експорт. Найвище негативне сальдо спостерігаємо в 2020 р., коли воно становило мінус 5187,4 млн дол. США.

У зовнішній торгівлі України важливе місце відведено сільськогосподарським товарам. Так, як наша держава, як і багато інших країн, має досить потужний розвинений аграрний сектор. Важливо вказати на те, що сільське господарство тягне за собою багато інших галузей, які тісно між співпрацюють – це виробництво різної сільськогосподарської техніки, обладнання, мінеральні добрива, засоби захисту рослин переробна промисловість тощо.

Проте, потрібно знати, що Україна має великі запаси родючих земель, а це надає можливість розвивати сільськогосподарський сектор та більшу частину агропродукції реалізувати на зовнішні ринки. Одним із таких ринків – є держави Європейського Союзу табл. 2.

Обсяги зовнішньої торгівлі аграрними товарами України та Євросоюзу, млрд дол.

США

| Показник | Рік | | | | | | |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Експорт в ЄС | 4,2 | 4,2 | 5,8 | 6,3 | 7,5 | 8,7 | 11,9 |
| Імпорт з ЄС | 1,7 | 1,9 | 2,3 | 2,7 | 3,1 | 3,6 | 4,4 |
| Сальдо | 2,5 | 2,3 | 3,5 | 3,6 | 4,4 | 4,1 | 7,5 |
| Всього експорт | 14,6 | 15,3 | 17,8 | 18,6 | 22,1 | 22,3 | 27,9 |
| Всього імпорт | 3,8 | 4,3 | 4,7 | 5,5 | 5,7 | 6,5 | 8,2 |
| Всього сальдо | 10,8 | 11,0 | 13,1 | 13,1 | 16,4 | 15,8 | 19,7 |

Джерело: власна розробка за матеріалами [5; 6].

За показниками табл. 2 видно, що сальдо на сільськогосподарську продукцію зовнішньої торгівлі України з Європейським Союзом позитивне (тобто експорт значно перевищує імпорт). Найвищий показник ми спостерігаємо за 2021 р., коли сальдо становило плюс 7,5 млрд дол. США, також в цьому році найвищий показник експорту агропродовольства.

Розв'язання сучасних проблем для зовнішньоторговельної політики між Україною та Євросоюзом відмічено в положеннях Угоди про асоціацію. Там зазначалося, що будуть скасовані мита на сільськогосподарську продукцію спочатку для 35,2% тарифних ліній Україною та 83,1% – Європейським Союзом. На іншу частину аграрних товарів запроваджується перехідний період, який повинен тривати до 7 років. Отже, 52% – решта товарів ліній України, 9,8% – значне пом'якшення щодо імпорту та 3% тарифні квоти, які не оподатковуються митом. Така розкладка допоможе національним виробникам, особливо для окремих товарних груп, пристосуватися до конкурентного середовища та одночасно реалізувати свої товари споживачам за менш доступними й помірними цінами [3].

Підсумовуючи зовнішньоекономічну діяльність, яку проводить Україна з Європейським Союзом можемо впевнено сказати, що наша держава може конкурувати з суперниками по агровиробництву багатьох сільськогосподарських культур. Але потрібно якнайшвидше переглянути політику щодо підприємств агропромислового комплексу та створити умови для розвитку тваринництва. Крім того, потрібно готувати сучасні бізнес-плани, які повинні мати перспективу на їх швидку реалізацію в різних галузях сільського господарства з доданою вартістю та високим якісними показниками.

Список використаних джерел:

1. Крос-секторальна експортна стратегія 2019-2023 рр. URL : [file:///C:/Users/User/Downloads/Trade_Information_&_Trade_Promotion_Cross_Sector_Strategy_2019-2023_UKR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Trade_Information_&_Trade_Promotion_Cross_Sector_Strategy_2019-2023_UKR%20(1).pdf).
2. Секторальна інтеграція України до ЄС: передумови, перспективи, виклики. URL : https://razumkov.org.ua/uploads/article/2021_sektor_eu_ukr.pdf.
3. Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи. URL : https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_full.pdf.
4. Chaban N., Elgström O., Knodt M. Perceptions of EU mediation and mediation effectiveness: Comparing perspectives from Ukraine and the EU. Cooperation and Conflict. 2019.
5. http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/zd/ztt/ztt_u/arh_ztt2020.html.
6. https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/ztt/ztt_u/arh_ztt2021.html.

UDC: 341.232.7:37.014

INFLUENCE OF THE EUROPEAN GREEN DEAL ON AGRICULTURE DEVELOPMENT

Kamynina O.K., student,
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate Professor
at the Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine

The purpose of this work is to find out how the Green Deal affects the development of agriculture in Ukraine.

In December 2019, the European Commission presented the Communication on the Green Deal, which outlined an ambitious set of lines of action that should turn the EU into a neutral climate zone by 2050.

The European Green Deal affects food production above all through the strategies "From Farm to Fork" (Farm to Fork - F2F) and the strategy on Biodiversity (European Commission 2020). Both strategies are closely related, since agroforestry or bioeconomic activity necessarily takes place occupying the natural space.

It should be noted that in principle it is unusual that the Commission has chosen to deal with such an important issue through a Communication, so the planned actions are formulated with the ambiguity and generality inherent in such. However, the effects of its future application may be of great importance for all links in the food chain. [1]

Agriculture occupies an insignificant share in the structure of final energy consumption, nevertheless, this sector contains sufficient potential for increasing energy efficiency and switching to renewable energy sources, and helping other sectors of the economy in this. To realize this potential, it is necessary to:

- to increase the energy and resource efficiency of the production of agricultural products and food products;
- reduce the consumption of carbon-intensive energy resources to zero and maximize the use of RES, so that this sector of the economy becomes fully self-sufficient in energy resources;
- increase the sustainable production of biomass, biofuel and other RES to support the implementation of the "green" transition in other sectors of the economy.
- forestry plays a key role in the non-technological absorption of GHG, therefore the state as the main owner of forest fund lands has the opportunity to expand the potential of net absorption and retention of GHG at the expense of:
 - increase in land areas covered with forest vegetation, creation of new forests;
 - sustainable management of forestry, taking into account climate change in accordance with the concept of Climate Smart Forestry, increasing the level of productivity and sustainability of forests;

– reduction of deforestation, timely restoration of forests, rational placement of forests and plantations, stimulation of greening measures in populated areas. [2]

The Cabinet of Ministers of Ukraine adopted three resolutions at once, designed to create mechanisms for implementing a system of monitoring, reporting and verification of greenhouse gas emissions. The documents are aimed at fulfilling Ukraine's obligations within the framework of the Association Agreement with the European Union. And ultimately, to ensure the launch of the greenhouse gas emissions quota market in Ukraine.

The system of monitoring emissions and trading quotas is only one of the elements of the impact of ecology on the economy, and it is not the most potentially dangerous.

"If Ukraine does not implement a system for accounting for gas emissions in time, then business may suffer, which will pay additional taxes for exporting its products." - Prime Minister Denys Shmyhal said earlier.

It is about the introduction of a tax on carbon dioxide emissions (Carbon Order Adjustment, CBA). It is a fee charged when goods are imported into the European Union, based on the volume of CO₂ emissions in the process of their production. In the event of the introduction of the FTA, the payments of Ukrainian companies during exports to the EU may increase by €66.3 million per year.

Europe is still considering the design and content of the FTA mechanism. A potentially correct emission monitoring mechanism and quota trading system can become the basis for a dialogue with the EU on the exemption of Ukrainian exporters from paying VAT. However, there are at least three such options for softening the environmental requirements of the European Union for Ukrainian business. Specific possible mechanisms will be the subject of discussion with the EU. [3]

The risks are more realistic and substantial than the benefits.

- Direct risks include the introduction of a carbon tariff.
- There are also quite worrying indirect risks.

In the agricultural sector, the UEC aims to reduce the use of fertilizers and plant protection products by 50-70% over the next ten years. This may lead to the introduction of strict phytosanitary regulations in the EU to monitor the maximum residual levels of pesticides when importing agricultural products. If we get such barriers in the coming years, Ukrainian manufacturers will be forced to quickly adapt to new standards, rebuild production chains, or simply lose the market.

There is another indirect risk of exposure. In order to realize the goal of the EPC, to balance emissions and natural absorption of carbon, the EU will stimulate the expansion of forest plantations. This task will also be faced by agrarian farms.

For example, if an agrarian company in Ukraine grew rapeseed or wheat on 100 hectares of land, it must prove that during the destruction of these lands it contributed to increased carbon absorption. Perhaps the company will have to set aside part of the land for forest, keep records of such plantations from the point of view of carbon absorption and carry out certification of its products on this basis. In other words, so-called carbon footprint certificates for agricultural products will be introduced. [4]

In the meantime, climate change and biodiversity loss are already impacting EU agriculture:

- 50% of land in the EU cultivated with crops dependent on pollinators faces a pollination deficit,
- Droughts are costing an average of 9 billion euro a year in economic damage to agriculture, energy and public water supply,
- Antimicrobial resistance linked to excessive and inappropriate use in animal and human healthcare leads to an estimated 33,000 human deaths a year,
- Global mean crop yields of rice, maize and wheat are projected to decrease -3% to -10% per degree of warming. [5]

Regardless of the scope of implementing the Green Deal concept in Europe, it should result in improving the state of the environment and contribute to climate stabilization. However, it is worth remembering that the 2030 targets are only one of the stages of striving for a sustainable, low-carbon, and environmentally friendly

economy. We can expect a further intensification of actions in this direction in the coming decades. The European Green Deal strategy should contribute to accelerating changes in agriculture in the intended direction, i.e., on the one hand, to intensifying actions towards achieving the planned targets and, on the other hand, to mitigate the negative effects – the external costs of these economic processes, which will advance due to market and global conditions. [6]

REFERENCES

1. José Pío Beltrán et.al. (2021) Report on the impact of european green deal from a sustainable global food system approach. Triptolemos foundation. ISSN 2938-0731. URL: <https://www.triptolemos.org/wp-content/uploads/2022/04/TRIPTOLEMOS-REPORT-IMPACT-GREEN-DEAL.pdf> 1
2. Energo Vsesvit. (2020) The concept of "green" energy transition of Ukraine. URL: <https://vse.energy/publication/1018-concept-green-deal> 2
3. Vitaliy Khvorostyanyy. (2020) The Green Agreement of Europe, or the basics of the Green Deal: what will bring the agricultural sector of Ukraine a course on environmental friendliness. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/825-zelena-ugoda-yevropi-abo-osnovi-green-deal-schoprinese-agrosektoru-ukrayini-kurs-na-ekologichnist>
4. Nazar Bobyts'kyy. (2020) The realities of the European Green Deal for Ukraine: farmers understand the value of forests. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/15/669162/>
5. European Commission. (2022) Green Deal targets for 2030 and agricultural production studies. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2022-02/factsheet-farmtofork-comparison-table_en_0.pdf
6. Wrzaszcz W., Prandecki K. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej (2020) Griculture and The European Green Deal. e-ISSN 2392-3458. URL: https://www.researchgate.net/publication/347893153_AGRICULTURE_AND_THE_EUROPEAN_GREEN_DEAL

UDC 336.143.

EUROPEAN FOOD PRICES INFLATION. EFFECTS, REASONS AND MEASURES

Ivan Nesteruk, student
doc. Ing. Renáta Benda Prokeínová
of the Faculty of Economics and Management
Slovak University of Agriculture in Nitra

The euro area annual inflation rate was 6.9% in March 2023, down from 8.5% in February. A year earlier, the rate was 7.4%. European Union annual inflation was 8.3% in March 2023, down from 9.9% in February. A year earlier, the rate was 7.8%.

The lowest annual rates were registered in Luxembourg (2.9%), Spain (3.1%) and the Netherlands (4.5%). The highest annual rates were recorded in Hungary (25.6%), Latvia (17.2%) and Czechia (16.5%). Compared with February, annual inflation fell in twenty-five Member States and rose in two [5].

However, food prices remain largely immune to the inflation slowdown, particularly in Europe. The food, beverages and tobacco component of CPI rose by 22.3% year on year in Germany in March, following similar growth in January and February. In Poland and other eastern EU members, annual food price inflation has been even higher in recent months [3].

Food inflation varies significantly across countries due to structural factors. France (+7.3%), Italy (+9.3%) and Spain (+11.6%) recorded food inflation below the 2022 European average (+11.9%). On the other hand, Germany (+12.6%), Poland (+14.5%) and Slovakia (+18.6%) recorded above-average food inflation. This cross-country dispersion depends on:

- Retail market structure: Countries with above-average penetration of discounters report generally above-average inflation. Discount-brand packaged food incorporates a comparatively higher share of input costs as a percentage of total costs vs. branded packaged foods, i.e. their prices are likely to increase at a faster pace compared to those of brands where other costs are more flexible (advertising, promotional expenses). Discounters generally have much higher market shares in Germany (47%) as well as Central and Eastern Europe compared to Southern Europe (e.g. 8% in Italy).
- Consumption habits: Processed food typically incorporates a greater share of energy and packaging costs. As a result, countries with above-average consumption generally report above-average inflation. In Europe, processed-food consumption is comparatively lower in France, Italy or Spain compared to the UK, Germany and Nordic countries.
- Dependence on food imports from Ukraine: Eastern European countries have been hurt the most [1].

The main drivers of food inflation have been rising energy costs, affecting the entire agri-food chain (from farmers to processing facilities to transport) and reduced supply of key agricultural inputs such as fertilizers and animal feed, which constitute the highest input cost for farmers. These drivers were facilitated by:

- The successive waves of the pandemic, and the measures adopted to contain them, resulted in labor shortages and logistics bottlenecks in the agricultural industry. Concerns over food availability also led to export restrictions in several countries. When the easing of restrictions led to economic recovery in 2021, global supply chains struggled to meet the surge in demand for energy and other commodities. Being dependent on imports to cover its needs, the EU began to face soaring energy prices from the summer of 2021.
- The Russian invasion of Ukraine in February 2022 exacerbated many of the factors responsible for food inflation in the EU, driving prices further up, and putting global food security at risk. Russia has deliberately targeted agricultural production facilities in Ukraine, and Moscow's blockade of Black Sea routes virtually halted Ukraine's agricultural exports (about 80 % were seaborne) until the UN-brokered Black Sea Grain initiative and EU Solidarity Lanes allowed for their safe transport. The consequences of the war on food commodity markets have been severe. As two of the world's leading producers of agricultural products, the combined exports of Ukraine and Russia previously represented 34 % of the global total for wheat, 27 % for barley and 56 % for sunflower oil. More critically still for the European livestock sector, Ukraine exported 15 % of all maize (11 million tons annually to the EU) and 61 % of sunflower cake, which are important inputs in animal feed. Russia and Belarus were also among the world's top exporters of fertilizers, central to food and feed production, and highly sensitive to gas prices. Finally, Moscow's weaponization of oil and gas supplies to Europe has caused an additional surge in energy prices [4].

As to the increase of prices itself, it seems that packaged food companies rather than retailers have increased their prices the most. Capturing over 70% of all spending on

food in Europe, food retailers have historically driven most of the price increases over the recent past. Food price increases rose in the second half of 2021 following the surge in agricultural benchmark prices before accelerating in the wake of Russia's invasion of Ukraine. Retailers have passed most (but not all) of their costs onto customers: In 2022 alone, food producers increased their prices by +17% y/y (compared to "only" +12% for food retailers). Financials from listed food retailers confirm that costs rose faster than sales, with 2022 gross margins shrinking and falling below their pre-pandemic levels. Looking closer, we also find that the European food sector was hit by higher costs in Q2 2022: At the time, our total cost index for the sector increased by +6.7% while turnover grew by a meagre +0.8%. Since then, turnover growth has been outpacing the cost index, suggesting that firms in the food sector have been increasing prices to make up for lost margins. Company's excess profit-taking also drives a small but significant unexplained share of food inflation over the last year. The "unexplained" part (i.e., unrelated to producer and energy prices) of our food inflation model has noticeably increased. Since mid-2022, about 10% of the change in food prices cannot be explained based on historical dynamics [1].

In a March 2022 resolution, the European Parliament expressed strong support for the adoption of measures to address the impacts of Russia's war on energy and food prices in the EU. In particular, the European Parliament called for support for agricultural markets, and measures to secure food supplies by reducing the EU's dependence on imports and increasing domestic production, in particular of protein crops. In its May 2022 resolution, the European Parliament focused on the social and economic consequences of the war in Ukraine, calling for citizens to be sheltered from higher commodity prices, and for support for the most vulnerable segments of the population. Finally, in October 2022, the European Parliament pointed to the link between rising energy prices, due to Russia's weaponization of fossil fuel supplies, and higher food inflation, reminding Member States that VAT exemptions for staple foods could keep food prices in check and facilitate access to essential goods [4].

Tackling food inflation is more complicated than interventions in more regulated energy markets. Multiple factors have been driving prices higher, from droughts and trade-flow disruptions to fertilizer costs and diseases like bird flu. On top of that, higher energy and labor costs are squeezing food producers and growers. While the intervention so far is small compared with the sheer scale of the energy support, it still signals increasing anxiety. Here are the main food-price targeting measures undertaken by European governments in recent months:

- Tax Cuts - Portugal, where food prices are rising more than 20% year-on-year, will temporarily cut value-added tax to zero on a basket of essential foodstuffs. It's the latest country to take such action after countries including Poland and Spain.
- Price Caps - Food price caps are an aggressive intervention that many governments aren't keen to implement, and there's always a risk they could backfire, if Hungary is any guide. It introduced caps in early 2022, but food-price inflation has since accelerated to almost 50%.
- Retail Pressure - In France, where soaring food costs helped push inflation to a euro-era record in February, President Emmanuel Macron is under additional pressure from mass protests against pension reforms. His government has negotiated a deal with supermarkets that allows them to showcase bargains with an official sticker in the colors of the national flag on cut-price essential items. It estimates that companies will take a margin hit amounting to several hundred million euros over three months.
- Tougher Oversight - With consumers getting squeezed and many businesses enjoying healthy profits, there are accusations that the inflation pain is all falling on shoppers. Supermarket chains in Portugal have been the target of price inspections, and Spain has started monthly meetings with stores, transportation firms and food growers to make sure tax cuts translate to lower prices for consumers. In Sweden, grocers have faced increased scrutiny after data showed that food prices are rising at the fastest pace since the early 1950s. That prompted

calls for price caps, and the three largest food retailers were summoned by the country's finance minister [2].

Despite inflation affecting countries differently across the EU (with the highest rates in the Baltic States), lower-income households in all Member States are the worst hit. According to the European Parliament's autumn 2022 Eurobarometer survey, 'the rising cost of living' is the main concern for European citizens (93%), followed by 'poverty and social exclusion' (82%) [4].

Consumers will continue to feel the pinch. We estimate that households have already lost between 1.1% and 9.2% of purchasing power over the past year, especially in countries most dependent on food imports (especially in Eastern Europe). Nonetheless, not all households are under pressure: Those in the bottom 20% of income distribution have been hit the hardest as they spend a greater share of their disposable income on non-discretionary goods. According to a survey of the 5,000 consumers in 10 countries by the European Institute of Innovation and Technology (EIT), consumers have been cutting costs on non-discretionary expenses when possible, buying from cheaper brands or stores. Over one third of participants reported buying less red meat, fish and poultry to cut costs. However, cost-saving behaviors may not be enough. When consumers pay more for food, they spend less on discretionary items, which could slow the recovery. A further rise in food prices +20% could lead to almost a 1% drop in consumption [1].

While headline inflation will noticeably decelerate over the coming quarters (due to strong disinflationary base effects), we expect food prices to remain high for at least another quarter before a rapid normalization sets in. We expect overall inflation in the Eurozone to average 5.6% in 2023 before receding to 2.6% in 2024, with core inflation remaining rather sticky as wages become the main driver of price pressures. Food inflation will contribute almost one-third to overall inflation this year (up from less than 20% last year) and should average 8.0% before turning deflationary (-3.8%) next year [1].

REFERENCES

1. ALLIANZ SE. 2023. European food inflation – hungry for profits? [online]. [cit. 2023-05-14]. Available at: <https://www.allianz.com/en/economic_research/publications/specials_fmo/europe-food-inflation.html#:~:text=However%2C%20food%2C%20alcohol%20and%20tobacco,slightly%20above%20those%20of%202021>.
2. DE SOUSA, A. – MIGLACCIO, A. 2023. Inflation Crisis Pulls European Countries Into a Food Fight [online]. [cit. 2023-05-14]. Available at: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-04-03/europe-s-inflation-crisis-pulls-governments-into-a-food-fight#xj4y7vzkg>>.
3. EIU. 2023. Rising cost of food defies inflation slowdown [online]. [cit. 2023-05-14]. Available at: <<https://www.eiu.com/n/rising-cost-of-food-defies-inflation-slowdown/>>.
4. EUROPEAN PARLIAMENT. 2023. Question time: Food price inflation in Europe [online]. [cit. 2023-05-14]. Available at: <[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739298/EPRS_ATA\(2023\)739298_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739298/EPRS_ATA(2023)739298_EN.pdf)>.
5. EUROSTAT. 2023. Annual inflation down to 6.9% in the euro area [online]. [cit. 2023-05-14]. Available at: <<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/16324910/2-19042023-AP-EN.pdf/ff3d6b28-9c8f-41cd-714f-d1fd38af0b15#:~:text=The%20euro%20area%20annual%20inflation,%2C%20the%20rate%20was%207.8%25>>.

УДК: 336.754:339.172

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З НЕВИЗНАЧЕНОСТЯМИ ПРИ УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Тягнирядно О.М., аспірант.

Національний університет біоресурсів
та природокористування, м.Київ, Україна.

Волатильність і невизначеність зростають у всіх країнах, галузях та ринках, так само як і в більшості аспектів життя людства. Тому при управлінні ризиками сільськогосподарські виробники мають комплексно аналізувати середовище в якому вони будуть працювати, оскільки неякісний ризик-менеджмент може спровокувати негативні сценарії для товаровиробника. Одна з основних причин появи негативних сценаріїв – це виключення з уваги ризик-менеджера епістемічних невизначеностей. Саме такий тип невизначеності породжує непередбачувані події, або так звані «чорні лебеді».

У світі, що стрімко ускладнюється і прискорюється, важливість прогнозів зростає, а точність — падає. Основним джерелом протиріч та плутанини навколо прогнозів є те, що вони є імовірнісними. Практично це означає, що вони не передбачають переможця або того, хто програв, а повідомляють про ймовірність того чи іншого результату. Що ще більше ускладнює проблему, — ці прогнози повідомляються задовго до події у вигляді точкових оцінок (іноді з помилкою моделі розрахунку). Наприклад ймовірність засухи або опадів в певному регіоні країни.

Моделі, що використовуються для аналізу ризиків, не є копією реального світу. Тобто, ніхто на світі не може визначити задовго до події, наскільки велика помилка моделювання.

Така помилка моделювання стає тому, що прогнози мають два типи невизначеності: алеаторна та епістемічна.

Алеаторна невизначеність пов'язана з фундаментальними властивостями системи, а саме з випадковим характером досліджуваних процесів (наприклад, ймовірністю випадання шістки на гральній кістці).

Епістемічна невизначеність пов'язана з невизначеністю системи - а саме, з відсутністю достатніх знань про процеси та заміну знань деякими неточними моделями.

Наприклад, ми не знаємо:

-чи буде конкретна країна лобіювати своїх сільськогосподарських товаровиробників;

-чи будуть крупні світові гравці порушувати закон або встановлені правила при поширенні своєї продукції;

-чи будуть застосовуватись санкції до конкретного товаровиробника.

Іншими словами - алеаторна невизначеність відноситься до результатів процесу, а епістемічна невизначеність відноситься і до того, в до того в якому середовищі ми працюємо і до набору результатів наших дій в цьому середовищі. [2]

Щоб краще зрозуміти суть епістемічної невизначеності наведемо приклад – політичні вибори в країні. Вибори мають високу епістемічну невизначеність, коли потрібно вгадувати і гру, і її результат.

Вгадати гру часто просто неможливо, — вона відбувається багато в чому під килимом на тлі димової завіси хибних або відволікаючих новин.

Але найгірше, що політичні гравці щосили намагаються зламати гру, якщо не підмінюючи правила, то, як мінімум, трактуючи їх на свою користь. З цією метою гравці ініціюють сторонні дії третіх осіб (які не є учасниками гри), здатні вплинути на перебіг гри. [1]

У результаті епістемічно невизначені події апріорі ігноруються у прогнозах. А без урахування найважливіших невизначеностей отримати достовірну ймовірність результату неможливо.

Список використаних джерел:

- 1.Таліб Насім. Чорний Лебідь. С - 311
- 2.John Rennie. How Complex Wholes Emerge From Simple Parts. Quanta magazine. 2018. URL:<https://www.quantamagazine.org/emergence-how-complex-wholes-emerge-from-simple-parts-20181220>

UKRAINE EXPORT ANALYSIS

Timotej Lencz, student

Ing. Mgr. Lucie Coufalová, Ph.D. et Ph.D

Faculty of economics and administration

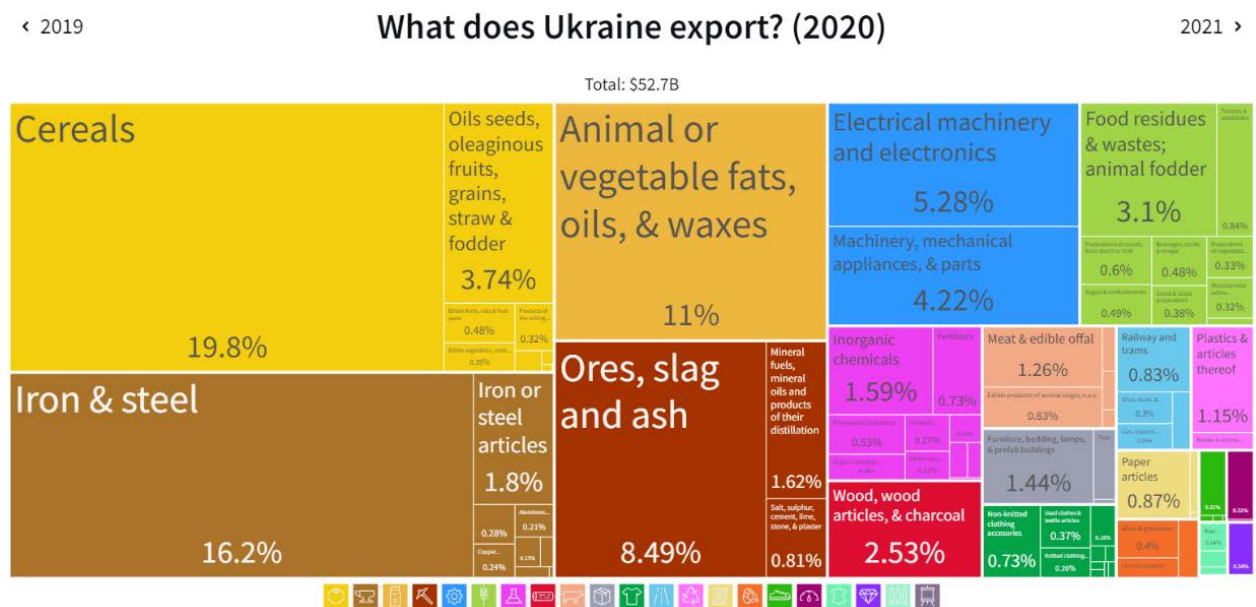
Masaryk university

This paper will be an applied empirical description of Ukrainian foreign trade. It will be an extract from my bachelor thesis that is still being written. Ukraine has the largest area among the countries located entirely in Europe and is an important part of the continent. Since Middle Ages it has been a center of trade connecting Asia and Europe. Nowadays, it is considered to be one of the Europe's biggest natural

resources strongholds, with rich quarries of minerals and oil and natural gas. Additionally, Ukraine has one of the world's largest reservoirs of black soil named Chernozem which provides best conditions for agricultural usage.

I will be using data from year 2020, since the latest complex data published are from 2021 which was severely affected by the covid-19 pandemic.

Ukraine has long had 3 main groups of goods that it exports: Food, Metals and Minerals and Machinery. In 2020, the export statistics were as follows:



Source: OEC, cited: 14.5.2023, available from: https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/ukr/all/show/2020/

1. Food - The OEC source divides the food category into four different sections. These are Vegetable Products, Animal and Vegetable Processed Products, Foodstuffs and Animal Products. In 2020, they accounted for up to 44% of exports. In absolute numbers, it was \$23.6 billion.

- Vegetable Products - This section includes the product that Ukraine exports the most: Cereals. In particular, exports of corn and wheat reached a share of up to 20% of total exports in 2020. This category also includes rapeseed, barley, soybeans and fruits with vegetables.
- Animal and Vegetable fats, oils and waxes - In this section, vegetable oil, specifically sunflower and rapeseed oil, is the most dominant item, with a share of 11% of total exports.

- Foodstuffs - With a minority share, Ukraine exports prepared foodstuffs. This is dominated by various vegetable substitutes and amounted to 6.5 % of all exports in 2020.

- Livestock products - also with a minority share, livestock products are exported. Mainly poultry and by-products.

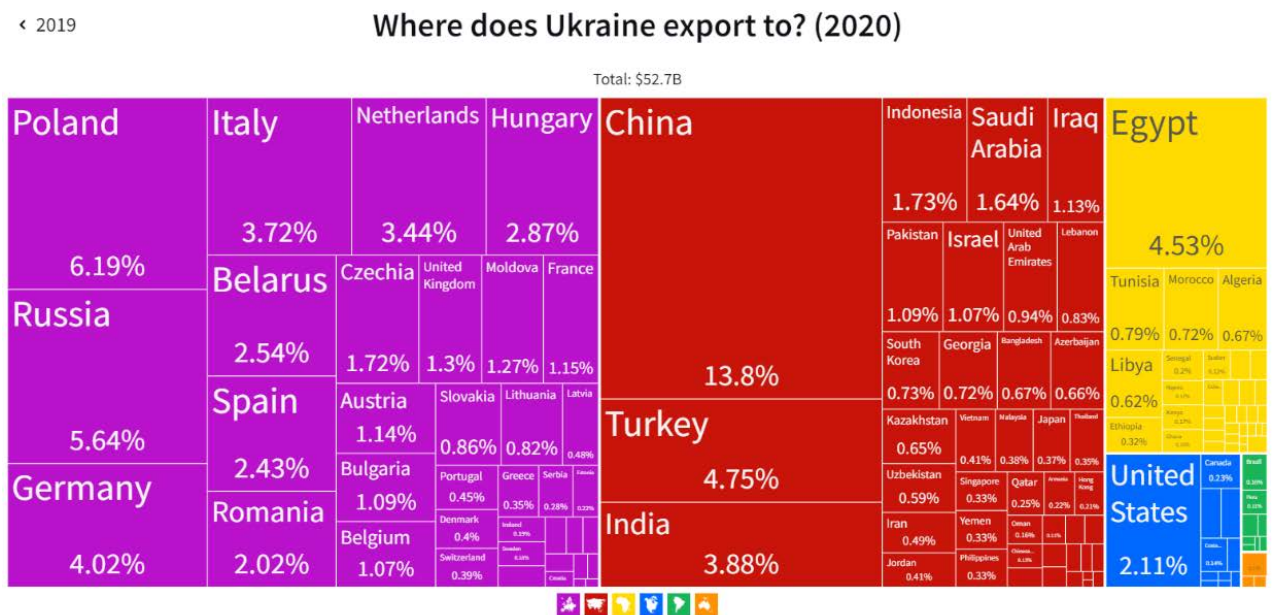
2. Metals and Mineral Products - According to the OEC source, two sections are included here, namely Metals and Mineral Products.

- Metals - various types of processed iron and steel forms are the second largest section of Ukrainian exports accounted for almost 20% of exports.

- Mineral Products – Ores, slag & ash accounts for 8.5% of total exports. Iron ore was exported dominantly, in minority were titanium, coal or crude oil.

3. Machinery - Electrical equipment, appliances and their spare parts account for 10% of total exports.

Main Export partners in 2020 were following:



Source: OEC, cited: 14.5.2023, available from:

https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/ukr/show/all/2020/

Ukraine's largest export partner from Europe was Poland, followed by Russia, Germany, and Italy. Neighboring countries had a relatively low share. From the European countries share of those neighboring Ukraine, except Poland and including the Czech Republic, was just under 25%. Poland included, this figure rises to 37%.

The largest export partner overall and among Asian countries is China. It is followed by Turkey and India. Other countries, including post-Soviet countries that had strong trade links before 1989, account for only fractions of a percent.

The African countries with high imports from Ukraine are all located in the north of the continent.

The last significant partner is the United States, where 2% of total exports from Ukraine went.

In conclusion, Ukrainian exports were mostly headed into EU countries and largest economies in Asia. The main products can be derived from nature of Ukrainian natural resources: high-quality soil and natural resources, namely foodstuffs; iron, steel and minerals; and machinery.

References:

1. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. *Geographical location of Ukraine*. State export support (online). Accessed: 15.5.2023 http://www.ukrexport.gov.ua/eng/about_ukraine/geo/?country=ukr
2. Simoes, A. (n.d.). *The Observatory of Economic Complexity*. OEC (online). Accessed: 15.5.2023 https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/ukr/show/all/2020/
3. Svitalinskyi, M. (2022, November 2). *Minerals of Ukraine*. NRV UA (online). Accessed: 15.5.2023 <https://nrv.org.ua/korysni-kopalyny-ukrayiny/>

UDC: 339.97.56

ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “BILATERAL TRADE”

Kolomiets O.A., *Student*,
Faichuk O.M., *PhD in Economics, Associate Professor*
Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine

Bilateral trade is the exchange of goods between two nations promoting trade and investment. The two countries will reduce or eliminate tariffs, import quotas, export restraints, and other trade barriers to encourage trade and investment. Bilateral

trade agreements can also result in the closing down of smaller companies unable to compete with large multinational corporations [1].

The economic essence of this concept is that bilateral trade is an important source of economic growth for countries engaged in international trade.

Bilateral trade contributes to increased production and growth in the economic indicator of GDP. In addition, it can help provide a wider range of goods and services that are not available on a country's domestic market. Bilateral trade also helps to reduce production costs through specialisation and division of labour between trading countries.

However, bilateral trade can also have negative consequences, such as an imbalance in the trade balance, when one party exports more than it imports, which can lead to economic problems for the other party. In addition, changes in the terms of trade may have a negative impact on some sectors of the country's economy, especially those that are not globally competitive [2].

The essence of bilateral trade is the mutual exchange of goods and services between two countries. This process allows each country to specialise in the production of goods that are more efficient for it and to receive imported goods and services from other countries.

Components of bilateral trade:

- Exporting is the process of selling goods and services from one country to another. Exports can be an important source of income for countries, especially for those that are highly competitive in certain sectors.
- Imports are the process of buying goods and services from other countries. Imports allow countries to have access to a variety of goods and services that they cannot produce at home.
- The trade balance is the difference between exports and imports. If exports exceed imports, a country has a trade surplus, which means that it has earned more money than it has spent. If imports exceed exports, the country has a negative trade balance, meaning that it has spent more money than it has earned.

- Investing is the putting of capital into businesses, property and other assets in another country. Investment can help increase production and provide access to new technologies.
- Tariffs and barriers are restrictions that countries can place on the import and export of goods and services. Tariffs can be imposed on imports to make imported goods more expensive, which can help protect local companies from competition from other countries. Barriers can be in the form of various rules, regulations and standards that can be used to restrict imports of goods and services.
- Free trade agreements are treaties that reduce or eliminate tariffs and other barriers to trade between these countries. Free trade agreements can be useful for increasing trade and reducing the cost of importing and exporting goods and services.
- The exchange rate is the price at which one currency can be converted into another. The exchange rate can affect bilateral trade because when one country's exchange rate depreciates, its exports become more attractive to other countries and its imports less attractive to local companies [3].

In summary, bilateral trade results in economic growth, improved living standards and international cooperation. However, aspects of bilateral trade can have both positive and negative consequences, so it is important to carefully analyse the terms of trade and develop strategies that will maximise economic benefits.

References:

1. Bilateral Trade Definition and Pros & Cons of Agreements. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/bilateral-trade.asp> (application date 13.05.2023).
2. What Are Bilateral Trade Agreements? URL: <https://www.thebalancemoney.com/what-are-bilateral-trade-agreements-pros-cons-and-list-3305911> (application date 13.05.2023).
3. Bilateral Trade Balances Under Focus. URL: <https://www.suerf.org/policynotes/6359/bilateral-trade-balances-under-focus> (application date 14.05.2023).

UDC: 339.727.22

**ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “FOREIGN INVESTMENTS”
AND “INTERNATIONAL INVESTMENT ATTRACTIVENESS”**

Yastrebinska M.Y., student,
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate Professor
at the Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Understanding the economic essence of the concepts of foreign investment and international investment attractiveness is important for developing effective strategies for attracting investment into our country's economy. Foreign investment can be defined as the investment of foreign capital in various objects of investment activity in Ukraine with the aim of generating profit or achieving a social effect. Entities that carry out investment activities in Ukraine may be individuals who do not reside permanently in Ukraine, non-resident legal entities, foreign states, international governmental and non-governmental organizations, and others. [3]

Foreign investments may take various forms, such as foreign currency, the currency of Ukraine in case of reinvestment, movable and immovable property, proprietary and corporate rights, securities, monetary claims and rights to claims for fulfillment of contractual obligations guaranteed by banks, intellectual property rights, rights to conduct economic activities for the use of subsoil and natural resources, and other valuables.

International investment attractiveness is the ability of a country or region to attract and retain foreign investment on terms that are favorable to the investor and, at the same time, meet national interests. International investment attractiveness is a complex and multidimensional category that requires a combination of various factors, their interaction, and coherence. The investment attractiveness of a country depends on many factors, including the availability of highly efficient production, the availability of sales markets, the availability of modern infrastructure, a high level of

labor force qualification, the stability of the political situation, the availability of effective legislation, etc.[2]

International investment attractiveness is closely related to the concept of a country's competitiveness in the global market environment. Countries with a high level of international investment attractiveness usually attract more investment and have advantages in competing in international markets.

Foreign investment plays a key role in the development of different countries depending on their economic situation and other factors. Some countries may have high potential investment opportunities, while others are less attractive to investors. Typically, countries with developed economies and stable political and legal systems attract more foreign investment. Therefore, any threats to the political and economic environment of a country may negatively affect its investment attractiveness. It is important to understand that the investment attractiveness of a country is a complex and multifaceted phenomenon.

To determine investment attractiveness, a multidimensional analysis of all areas of a country's activity is usually used. Some of the indicators that can help in this process are the integral indicator of the investment attractiveness index, the investment index, the tax index, the customs index, the level of direct investment and the sustainable development index, among others.[1]

The integral indicator of the Investment Attractiveness Index assesses the overall level of investment attractiveness of a country by summarizing various economic indicators, such as the level of economic development, political stability, tax policy, access to capital, and others. [4]

There is also an investment index, that reflects the level of investment activity in a country and is measured as a share of total global investment and takes into account the number and volume of foreign direct investment in the country. The tax index and the customs index, in turn, make it possible to assess how attractive the country's tax and customs environment is for investors. The Sustainability Index takes into account social, environmental and economic factors that are also important to investors.

The level of direct investment is also a key indicator of a country's investment attractiveness, as it indicates the real interest of foreign companies in the country.

From the above, it follows that the development of effective strategies for attracting foreign investment is an important task for the country's economic growth and stability. It is also necessary to create favorable conditions for production and sales, develop infrastructure and ensure a high level of labor force qualification, taking into account the global competitive situation.

References:

1. Dzenis, V. O. 2017. p. 24. International investment attractiveness of the enterprise // International investment attractiveness of the enterprise. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/5_2017_ukr/6.pdf.
2. Grebenyuk, N. O. 2012. p. 17. Investment attractiveness: the essence and means of improvement. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ipd_2012_13_5
3. Law on Foreign Investments. Official web portal of the Parliament of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2198-12#Text>
4. On Approval of the Methodology for Integral Assessment of Investment Attractiveness of Enterprises and Organizations. Official web portal of the Parliament of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98#Text>.

УДК 339.5.012:633

ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ КУКУРУДЗИ

Наконечний А.М., студент

Голомша Н.Є., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД

*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Розвиток зернового ринку України значною мірою залежить від кон'юнктури та тенденцій світового ринку зерна. Останніми роками наша

країна стала одним із ключових гравців на світовій арені в секторі виробництва зернових культур, зокрема кукурудзи, що зумовило розвиток внутрішнього і глобального ринків даної культури у паралельних напрямках.

За останні п'ять років Україна суттєво збільшила виробництво кукурудзи і увійшла в десятку найбільших виробників даної культури. Так, виробництво кукурудзи в Україні у 2021/2022 МР становило рекордні 42,1 млн. т, що на 74,7 % більше, ніж у 2017/2018 МР. (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво та експорт кукурудзи в Україні

| Показники | Роки | | | | | 2021/22 МР в % до 2017/18 МР |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|
| | МР 2017/18 | МР 2018/19 | МР 2019/20 | МР 2020/21 | МР 2021/22 | |
| Виробництво кукурудзи в Україні, млн. т | 24,1 | 35,8 | 35,9 | 30,3 | 42,1 | 174,7 |
| Експорт кукурудзи з України, млн. т | 18,0 | 30,3 | 28,6 | 23,1 | 23,0 | 127,8 |
| Частка експорту у виробництві, % | 74,7 | 84,6 | 79,7 | 76,2 | 54,6 | - |

Джерело: розраховано автором за даними [1].

Рекордний урожай кукурудзи у 2021/2022 МР (42,1 млн. т) став найбільшим в історії вирощування кукурудзи в Україні. Це стало можливим завдяки сприятливим кліматичним умовам та сильним опадам, які вплинули позитивно на врожай кукурудзи. Зокрема, були зафіксовані значні кількості опадів у Херсонській, Кіровоградській, Дніпропетровській та Запорізькій областях, що позитивно вплинуло на стан посівів. Урожайність кукурудзи зросла на 38% за останній рік при зростанні посівних площ на 1%.

Однак, на відміну від інших країн, більшу частину виробленої кукурудзи Україна експортує. Так, за аналізований період Україна експортувала 75 – 85 % виробленого зерна кукурудзи. Тільки 10% залишається для внутрішнього споживання, але майже всю цю кількість використовують у виробництві кормів.[2].

Винятком став лише 2021/22 МР, в якому Україна експортувала лише 54,6 % виробленої кукурудзи, що пов'язано з повномасштабним вторгненням Російської Федерації в Україну та заблокуванням українських портів.

Україна разом із США, Аргентиною та Бразилією входить до групи найбільших світових експортерів кукурудзи, які забезпечують 85% світового експорту. Вітчизняний експорт кукурудзи за останні п'ять років зріс на 27,8% і склав у 2021/22 МР 23млн. т., що менше, ніж у попередні роки.

Таблиця 2

Позиції України на світовому ринку кукурудзи

| Показники | МР 2017/18 | МР 2018/19 | МР 2019/20 | МР 2020/21 | МР 2021/22 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Виробництво кукурудзи в світі, млн. т | 1 078,6 | 1 123,4 | 1 114,8 | 1160,35 | 1211,42 |
| Виробництво кукурудзи в Україні, млн. т | 24,1 | 35,8 | 35,9 | 30,29 | 42,11 |
| Частка України в світовому виробництві кукурудзи, % | 2,2 | 3,2 | 3,2 | 2,6 | 3,5 |
| Світовий експорт кукурудзи, млн. т | 152,8 | 171,9 | 174,8 | 182,09 | 200,33 |
| Експорт кукурудзи з України, млн. т | 18 | 30,3 | 28,6 | 23,06 | 23 |
| Частка України в світовому експорті кукурудзи, % | 11,8 | 17,6 | 16,4 | 12,7 | 11,5 |

Джерело: розраховано авторами за даними [1].

Бойові дії в країні призвели до припинення експорту кукурудзи, і хоча логістичні процеси були поліпшені, обсяг експорту склав лише 23 млн.т. Українську кукурудзу експортують до багатьох країн, включаючи Іспанію, Китай, Португалію, Нідерланди, Ізраїль, Туреччину, Єгипет та інші [3].

Збільшення виробництва та експорту кукурудзи в Україні сприяло зміцненню позицій нашої країни на світовому ринку даної культури. Так, частка України у світовому виробництві та експорті кукурудзи за останні п'ять років зросла і склала у 2021/22 МР 3,5 % та 11,5 % відповідно. (табл. 2).

За прогнозами експертів виробництво кукурудзи в Україні у 2023 році становитиме лише 26 млн. т, що на 16,1 млн. т, або на 38,26 % менше, ніж у

2022 р. Внутрішнє використання кукурудзи також скоротиться. Експорт кукурудзи досить суттєво зменшиться - до 17 млн. т проти 23 млн. т попереднього маркетингового сезону. Це призведе до зростання кінцевих запасів кукурудзи на рівні 17,8 млн. т, що є найвищим показником за багато років.

Україна є значним світовим експортером кукурудзи, особливо в країни Європейського Союзу, який є основним покупцем української кукурудзи. Близьке розташування України до країн ЄС сприяє логістиці та робить українську кукурудзу більш екологічно прийнятною для них. Китай є найбільш перспективним імпортером української кукурудзи, також значний попит на неї у країнах Близького Сходу. Таким чином, Україна має реальний потенціал зміцнити свої позиції на світовому ринку кукурудзи і зробити вагомий внесок у подолання світової продовольчої кризи.

Список використаних джерел

1. Grain: World Markets and Trade. United States department of Agriculture : веб-сайт. URL: <https://usda.library.cornell.edu/concern/publications/zs25x844t?locale=en> (дата звернення 18.04.2023 р.)
2. Світовий ринок кукурудзи 2021 і українські реалії: від глобального до локального. URL: <https://latifundist.com/analytics/27-svtovij-rinok-kukurudzi-2021--ukransk-real-vd-globalnogo-do-lokalnogo>. (дата звернення 21.03.2023 р.)
3. Експорт кукурудзи у 2021/22 МР. URL: <https://latifundist.com/rating/top-10-krayin-virobnikiv-kukurudzi-2021-22-mr> (дата звернення 21.03.2023 р.)

УДК 338.633.11

МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПШЕНИЦІ

Джима Д.М., студентка
Голомша Н.Є., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Україна завжди була великим постачальником хліба на світові ринки.

Так, на початку ХХ ст. її частка в світовому експорті пшениці становила 20%, а

всіх зернових – 21%. Недарма свого часу вона дістала назву «житниця Європи». Дійсно, зернові культури, зокрема пшениця, завжди були та залишаються основними культурами аграрного експорту України. Сприятливі природно-кліматичні умови, родючі українські чорноземи та економічна доцільність зернового експорту – основні фактори, що формують експортну спрямованість зернової галузі України.



Рис.1. Виробництво та експорт пшениці в Україні

Джерело: розраховано автором за даними [1].

І нині Україна поставляє на експорт пшениці більше, ніж переробляє. Так, за останні чотири роки Україна експортувала 65 - 77 % виробленої пшениці. Винятком став лише 2021/22 МР, в якому Україна експортувала лише 59 % виробленої пшениці, що пов'язано з повномасштабним вторгненням Російської Федерації в Україну та заблокуванням українських портів (Рис. 1).

Таким чином, український ринок пшениці глибоко інтегрований у світовий торговельний простір у цьому сегменті та часткою близько 20 % уже спроможний як впливати на кон'юнктуру світового ринку пшениці, так і знаходитися під її впливом.

Сьогодні Україна впевнено зміцнює свої позиції на світовому ринку пшениці. (Табл. 1)

Таблиця 1

Позиції України на світовому ринку пшениці

| Показники | Маркетингові роки | | | |
|---|-------------------|---------|---------|---------|
| | 2018/19 | 2019/20 | 2020/21 | 2021/22 |
| Виробництво пшениці в світі, млн. т | 761,3 | 764,1 | 776,3 | 778,3 |
| Виробництво пшениці в Україні, млн. т | 27,9 | 25,9 | 24,9 | 32,2 |
| Частка України в світовому виробництві пшениці, % | 3,7 | 3,4 | 3,2 | 4,1 |
| Світовий експорт пшениці, млн. т | 197,8 | 196,2 | 203,3 | 202,8 |
| Експорт пшениці з України, млн. т | 20,3 | 19,9 | 16,8 | 19,0 |
| Частка України в світовому експорті пшениці, % | 10,3 | 10,1 | 8,3 | 9,4 |

Джерело: розраховано автором за даними [2].

Так, за останні чотири роки частка України в світовому виробництві пшениці зростає і склала у 2021/22 МР 4,1 %. Частка України в світовому експорті у 2021/22 МР зменшилась і склала 9,4 %, що пов'язано з логістичними проблемами експорту аграрної продукції з України в умовах війни з Росією.

Незважаючи на складнощі, Україна залишається важливим гравцем на світовому ринку пшениці.

За прогнозами експертів виробництво пшениці в Україні на кінець 2029 року сягне 34 млн т або 4,1% світового виробництва. Незважаючи на те, що посівні площі під пшеницею, очікувано, залишаться майже незмінними, нарощування виробництва буде досягнуто за рахунок збільшення продуктивності на 20%. Також очікується, що Україна і надалі буде збільшувати експорт пшениці, і на кінець 2029 року буде становити близько 25 млн. т.

Завдяки збільшенню врожайності Україна продовжить зміцнювати свої позиції як один зі світових лідерів-експортерів, і на кінець 2029 року частка України на світовому ринку становитиме близько 12%. Таким чином, в кінці 2029 року Україна буде обіймати 6-е місце з виробництва пшениці і розділить з Канадою 4-е місце за обсягом її експорту [3].

Сьогодні перед Україною стоїть завдання щодо закріплення наявних і розвитку нових конкурентних переваг, виходячи із чинних тенденцій та очікуваних змін на світовому ринку, включаючи прогнозування поведінки головних конкурентів. Українським експортерам доцільно використовувати активну маркетингову стратегію лідера, спрямовану на збільшення частки ринку, освоєння нових ринків та посилення своєї конкурентної позиції [3].

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm (дата звернення 20.04.2023).
2. Grain: World Markets and Trade. United States department of Agriculture : веб-сайт. URL: <https://usda.library.cornell.edu/concern/publications/zs25x844t?locale=en> (дата звернення 22.04.2023 р.)
3. Україна увійде до топ-5 світових експортерів зерна – прогноз. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/31/663556/> (дата звернення 12.05.2023 р.)
4. Голомша Н.Є., Сава А.П., Волошин Р.В., Голомша О.Я. Конкурентоспроможність України на ринку пшениці: оцінка та стратегія поведінки АгроЕліта. 2022. № 1-2. URL: <https://agroelita.info/konkurentospromozhnist-ukrainy-na-rynku-pshenytsi-otsinka-ta-stratehiia-povedinky/> (дата звернення 10.05.2023 р.)

УДК 65.012.34

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛОГІСТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ДО КРАЇН ЄС В УМОВАХ ВІЙНИ З РОСІЙСЬКОЮ ФЕДЕРАЦІЄЮ

Жук А. Ю. студентка
Діброва Л.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

Від самого початку повномасштабного вторгнення російської федерації український зерновий експорт практично зупинився, елеватори не мали кому

відвантажувати зерно, відповідно, не було змоги відправляти з портів судна. З перших днів постала нагальна проблема швидкого пошуку альтернативних шлях транспортування зернових та олійних культур, так як переважна кількість експорту здійснювалась саме морським шляхом.

Слід зазначити, що Україна є одним зі світових лідерів з експорту зерна. Але через російську агресію основний логістичний шлях для цього товару — Чорне море — було заблоковано. Це позбавило змоги українських виробників експортувати свій врожай, адже близько 90% українського експорту зернових та олійних культур здійснювалось саме морським шляхом. Ця проблема стала не тільки локальною, але й глобальною адже це спричинило неможливість доставити українське зерно, що в результаті може посилити продовольчу кризу в десятках країн, зокрема в Африці та Азії. Відповідно перед українськими виробниками постав виклик переорієнтації логістичних шляхів та пошуку альтернативних способів транспортування продукції [1].

Незважаючи на те, що морський транспорт не повністю втрачено та Ізмаїльський, Усть-Дунайський і Ренійський усе ж мали змогу приймати, завантажувати й відправляти судна. Але їх частка в загальному експорті завжди була незначною й коливалася в межах 5–10% загального обсягу перевалювання. Попри всі докладені зусилля для збільшення відвантажень, зокрема агропродукції, суттєво наростити їх обсяг так і не вдалося. Річ у тім, що через обмежені глибини акваторій і причалів цих портів вони мають змогу обробляти тільки маломірні судна й баржі.

Найоптимальнішим варіантом експорту зерна з дунайського регіону міг стати його транзит до румунського чорноморського порту Констанца з подальшим перевантаженням. Однак суттєвою перешкодою нарощуванню таких транзитних перевезень стала мала пропускна здатність Сулинського каналу, що поєднує Дунай із Чорним морем, — в окремі дні в ньому утворювалися корки з десятків, а то й понад ста суден. Крім того, сам порт Констанци виявився неспроможним обробляти будь-які значні обсяги українського збіжжя через відсутність вільних потужностей, особливо в пікові

місяці зернового сезону, коли Румунія сама активно відвантажує своє зерно на експорт [1].

Завдання відновлення зернового експорту з України змушує політиків розглядати різні варіанти, починаючи від військово-морського супроводу до переміщення зерна сушею до Балтійського моря. Фахівці говорять, що вони вивчають карти в пошуках рішень, як-от зміна напрямку потоків автомобільного транспорту та відновлення залізничного сполучення з румунським портом Галац на Дунаї. Завдання ускладнюється браком водіїв фур і різною шириною залізничної колії в Україні та країнах ЄС. Через останній чинник і перевантаженість митної інфраструктури вагони можуть простоювати на кордоні до 30 днів, чекаючи на свою чергу задля перевантаження зерна.

Завдяки роботі «зернового коридору» з 1 серпня 2022 року по 20 листопада 2022 року ним вдалося відправити 483 судна, які вивезли 11,6 млн тонн українського продовольства до країн Азії, Європи та Африки. Наразі українська сторона веде активну роботу, щоб до «зернової ініціативи» було долучено Миколаївський порт, через який до війни йшла понад третина загального обсягу вітчизняного зернового експорту [1].

У підсумку ж, за інформацією Мінагрополітики, станом на середину листопада 2022 року від початку війни український кордон перетнуло 29,1 млн тонн зернових, зернобобових, олійних культур і продуктів їх переробки. За 2,5 місяця осені до інших країн поїхало 16,6 млн тонн агропродукції, з них — 2,8 млн за перші 15 днів листопада. Це на 800 тис. тонн менше, ніж за першу половину жовтня.

Альтернативою морському транспорту частково стали залізничні та автомобільні перевезення, які до війни слугували переважно тільки засобом доставки зерна в порти. Однак невеликі обсяги українського збіжжя все ж доставлялися за кордон як залізницею, так і автошляхами. Але повністю знайти альтернативу морському транспорту поки не можливо. Річ у тім, що українські колії ширші за європейські, тому доставка залізницею видається проблематичною. Якщо говорити про автомобільний транспорт, то він є

рентабельним лише для перевезень на короткі відстані, лише до 200 км. В іншому випадку він досить затратний, враховуючи факт подорожчання палива, що значно збільшує витрати на логістику [2].

Так чи інакше, саме автомобільний і залізничний транспорт у перші місяці війни став рушійною силою експорту українського зерна, дозволивши частково розвантажувати вітчизняні елеватори. В умовах російської морської блокади України та загрози припинення експорту українського зерна до традиційних ринків збуту, зокрема країн Африки, ЄС скасував усі тарифи і квоти на ввезення українського зерна, щоб воно могло йти транзитом через Європу в інші регіони світу. Головним наземним перевалочним хабом для транзиту українського зерна у треті країни виступила Польща (щомісячно кордон Польщі перетинають від 500-700 тис. т різних сільськогосподарських продуктів з України, зокрема до 200 тис. т зернових) [3].

Але слід зазначити, що це спричинило великі черги на залізничних станціях країн імпортерів через недостатню пропускну спроможність, що в результаті призвело до того, що виконавчий орган ЄС, Європейська комісія, з 2 травня заборонила постачання пшениці, кукурудзи, ріпаку та насіння соняшнику з України до п'яти країн – Болгарії, Угорщини, Польщі, Румунії та Словаччини. Обмежувальні заходи діятимуть до 5 червня. Транзит української сільгосппродукції через ці країни залишається дозволеним, вона може продаватися на інших європейських ринках вільно [5].

У короткостроковій перспективі, вже запроваджені обмеження щодо перевезення українського зерна ускладнюють логістичні процеси, а отже створюють незручності для українських фермерів. Це ще раз доводить необхідність реформації експортної логістичної системи України. Адже український аграрний експорт не повинен залежати від домовленостей з державою-терористом про надання для нього тимчасових і сумнівно безпечних коридорів. Україна має достатній потенціал для того, щоб налагодити нові шляхи сполучення та створити нові логістичні маршрути для повернення довоєнних обсягів збуту своєї сільськогосподарської продукції й отримання за

це відповідних прибутків, які так потрібні для відновлення української економіки, що постраждала внаслідок агресії РФ [4].

Список використаних джерел

1. Експортна логістика у воєнний час. URL: <https://agrotimes.ua/article/eksportna-logistyka-u-voennyj-chas/>
2. Як війна в Україні змінює світову логістику. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/24/688538/>
3. Що стоїть за заборною на імпорту українського зерна. URL: <https://cpd.gov.ua/articles/shho-stoyit-za-zaboronoyu-na-import-ukrayinskogo-zerna/>
4. Майбутнє українського експорту – в нових підходах до формування інфраструктури спільної з ЄС. URL: <https://europewb.org.ua/majbutnye-ukrayinskogo-eksportu-v-novyh-pidhodah-do-formuvannya-infrastruktury-spilnoyi-z-yes/>
5. Тимчасова заборона ЄС на експорт з України чотирьох видів агропродукції набрала чинності. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-zaborona-eksportu-agroprodukciji-es/32389624.html>

UDC: 338.432(477)

ECONOMIC ESSENCE OF THE DEFINITION “COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE”

Balaban A.R, student
Faichuk O.M., Ph.D., Associate Professor of the
Department of Administrative Management and FEA,
*National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv*

Relevance: nowadays challenges encourage us to search for new ways to deal with economical and agricultural problems. One of the ways to make a shift from gross industrial farming to more efficient one is CSA.

CSA (community-supported agriculture) is the term which was launched in the 1980s in the north-eastern United States under the influence of European biodynamic agrarian ideas. CSA means community-based organization of farmers and consumers. The consumer households live independently, but agree to provide direct, upfront

support for the local growers who produce their food. The growers agree to do their best to provide a sufficient quantity and quality of food to meet the needs and expectations of the consumers. In this way the farms and families form a network of mutual support[1]. Now it has become a strategy for revitalizing the local economy and preservation of lands.

The goal of my survey is to understand the economic content of CSA and opportunities it provides to the economy of Ukraine; observe the way Europe integrated CSA to its economy and how we can use their knowledge to our country. I want to obtain answers on questions, like ‘how will CSA implementation influence economy and agricultural sector of Ukraine?’ and ‘how can CSA assist Ukraine in process of European integration?’

The mechanism of CSA is simple: people support farmers before the growing season and help with costs of farm operation by buying “shares” from the farmer, usually paid monthly. After a while, everyone gets the same quantity of seasonal agricultural goods in return, according to his “share”. By sharing costs of the farming season, including land rent, seeds, tools it becomes more reliable and successful for farmers to do his job. The significant emphasis given to food security, the coronavirus epidemic, and the impact of the trend "for everything natural" together contribute to this direction's ongoing progress. The first known CSA in Europe was founded in 1978 Switzerland and now it is acquired to 22 European countries with almost half a million (474,455) eaters, who subscribed for CSA “shares”[1].

Community-supported agriculture is a system, which connects producers and consumers directly, without intermediaries, which gives a lot of benefits to consumers and additional support to farmers. Choosing CSA, the resident becomes not only the end user but co-producer of food, developer of farms and new attitude for eating habits. In the case of Ukraine, eating habits play an important role in consumption aspects, as 40,1% of their income is spent on food[2] and a great deal of food goes to rubbish. Many goods are spoiled in the retail sector, catering establishments and food chains, which leads to losses. By using the CSA system, ukrainians could save a lot of income and redistribute in other economic sectors.

Adopted by different cultural groups, CSA shapes to fit in situational aspects and integrates into the agricultural economy sector. Farmers and members' intimate relationships are fostering the development of socially built marketplaces (nested markets) that are centred on the ideals of quality food, locality and respect for the environment. The system has been mostly implemented by countries in the EU to increase food systems sustainability, enhance farmers' purchasing power and income. Successful development is also promoted by proximity of markets, transport infrastructure, constant growth of global demand for alternative energy, and also the presence of relatively cheap labour resources. By becoming a subscriber of the community, you consciously choose the source, amount of harvest and methods of growing your food, which strengthen and secure local distribution market, make the demand on agricultural means of production more consistent and stable. The system is oriented on local customers and does not usually require complicated infrastructure (railway, roads, ports), products can be distributed depending on agreement of the client and producer. From “shares” growers receive payment early in the season, which helps with the farm's cash flow and saves time on marketing of food early before their 16-hour days in the field begin[3]. Furthermore, farmers share the risk of unsuccessful growing seasons. Support of farmers is a crucial and vulnerable matter, which influences development of the agricultural sector. In the process of implementation of community supported agriculture, we must keep abreast of some factors, inherent for Ukraine[5]: a rule of payment required before the start of the season (this factor is particularly critical for low-income households); material motivation of small farmers remains a primary factor to start SCA; public demand for the formation of the SCA in Ukraine has not been developed yet;

There should be implemented regulations in the entitlements of Ukraine, support development of small and medium agricultural enterprises and use of foreign experience in building CSA and innovative agricultural markets. By developing CSA we can both satisfy demand for organic production and supply stimulation for small farm households, which cannot compete on the big Market. The significant potential of the agro-industrial complex is also associated with the combination of agricultural

producers of Ukraine and the EU in production chains and distribution channels. This will increase the productivity of the agro-industrial complex through the transfer of advanced technologies and practices to the EU, increase the scale of activities in the production and processing of agricultural products, improve conditions for access to world markets [5]

References:

1. Overview of Community Supported Agriculture in Europe | FAO. (n.d.). <https://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/416085/>
2. Кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями: архів 2021. Ukrstat(n.d.). https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm
3. Community Supported Agriculture - LocalHarvest. (n.d.). <https://www.localharvest.org/csa/>
4. Денисенко, М., & Новіков, Д. (2019). Сучасний стан та перспективи розвитку сільського господарства України. *Агросвіт*, 12, 19–21. <https://doi.org/10.32702/2306>
5. Яровий В.Д., Фраєр О.В. (2019). Світовий досвід і перспективи запровадження солідарного сільського господарства в Україні. *Український соціум*, No 4 (71), 94-95. <https://doi.org/10.15407/socium2019.04.084>

УДК 332..339.7

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬСТВОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Сутулець О.Ю., студентка
Голомша Н.Є., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ,*

Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ПВЗВТ), яка є частиною Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС) та набула чинності 1 січня 2016 року, скасувала більшість ввізних мит, що полегшило українським фірмам і споживачам обмін товарами та супутніми послугами з фірмами та споживачами ЄС. ПВЗВТ позитивно вплинула на

динаміку двосторонньої торгівлі товарами з ЄС, зокрема агропродовольчою продукцією.

Таблиця 1

Аналіз зовнішньої торгівлі України агропродовольством з країнами
Європейського Союзу (млрд. дол. США)

| Показники | Роки | | | | | 2022 р. в % до 2018 р. |
|------------------------------------|------|-------|------|-------|------|------------------------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Експорт агропродовольчої продукції | 6,13 | 7,31 | 6,51 | 7,67 | 13,1 | 192,4 |
| Імпорт агропродовольчої продукції | 2,42 | 2,84 | 3,28 | 3,76 | 3,4 | 140,5 |
| Зовнішньоторговельне сальдо | 3,88 | 4,47 | 3,23 | 3,91 | 9,7 | 250,0 |
| Зовнішньоторговельний оборот | 8,55 | 10,15 | 9,79 | 11,43 | 16,5 | 193,0 |

Джерело: розроблено автором за даними [1].

У 2022 році взаємна торгівля сільськогосподарською продукцією між Україною і Європейським Союзом зросла до 16,5 млрд дол. США; це найвищий показник за часів дії угоди про асоціацію, який на 39% перевищив попередній рекорд 2021 року (11,43 млрд дол. США) (табл.1).

Агропродовольчий експорт з України до країн Європейського Союзу з 2018 по 2022 рік обсяг збільшився майже в два рази та склав у 2022 р. 13,1 млрд. дол. США. Імпорт агропродовольства з країн Європейського Союзу до України зріс на 40,5 % і склав у 2022 р. 3,4 млрд. дол. США. Сальдо зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією між Україною та ЄС завжди було позитивним, а за останні п'ять років збільшилося в 2,5 рази, що свідчить про позитивний розвиток та зміцнення економічних зв'язків між Україною та ЄС у сфері агропродовольчого сектора.

Головними європейськими партнерами для України у 2022 році були: Польща, Румунія, Іспанія, Нідерланди, Італія, Німеччина та Угорщина. На ці

країни припадають 77% сумарного українського торговельного обороту агропродовольством з Європейським Союзом (рис. 1).

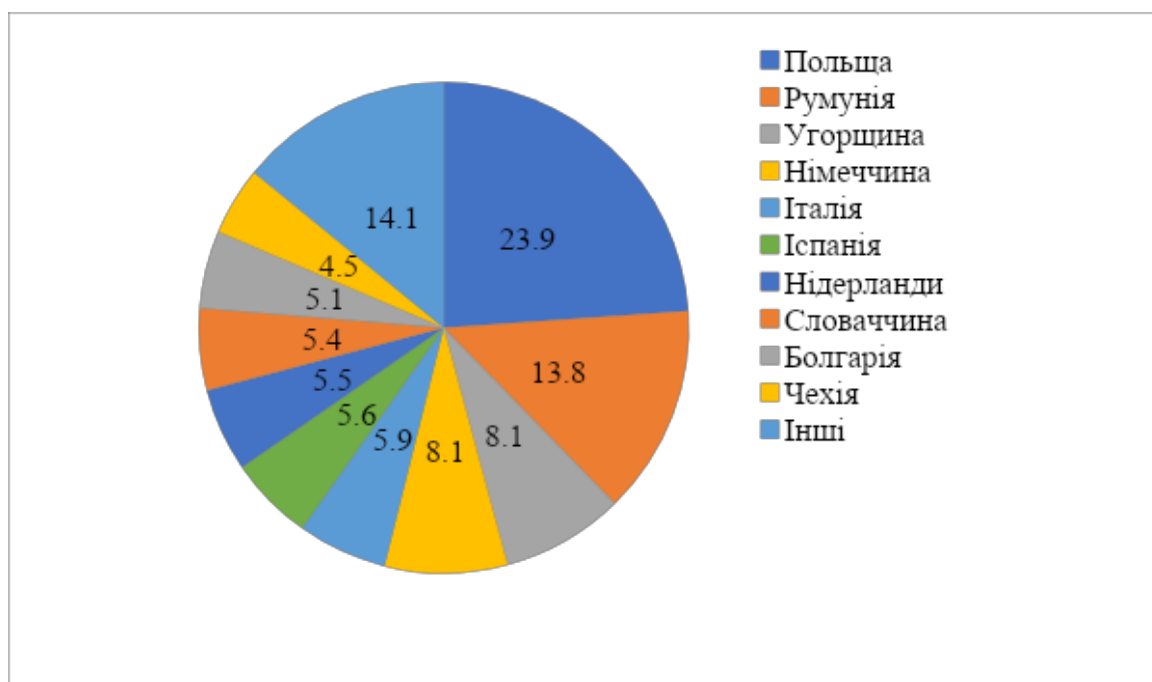


Рис.1. Географічна структура експорту агропродукції в країни Європейського Союзу у 2022 р., %

Джерело: розроблено автором за даними [1].

Товарна структура українського агропродовольчого експорту в країни ЄС в останні роки залишається стабільною: зернові культури, жири та олії рослинного та тваринного походження, насіння плоди олійних культур. Ці види агропродовольства у 2022 р. становили 85 % загальних обсягів експорту до країн Європейського Союзу. (рис. 2). Імпорт сільськогосподарської продукції до України з ЄС не має такої ж сталої структури, як експорт. При цьому вирізняються кілька груп товарів. Так, найбільше торік Україна імпортувала з ЄС напоїв, переважно алкогольних - на 308 млн дол. Також в Україну було імпортовано залишків та відходів, продуктів для годівлі тварин на 291 млн дол. США. Імпорт різних харчових продуктів, екстрактів і концентратів становив 290 млн дол. США. Минулого року у вартісній структурі вітчизняного імпорту агропродукції до України вперше значні обсяги припали на овочі. Їх було закуплено на 183 млн дол. США.

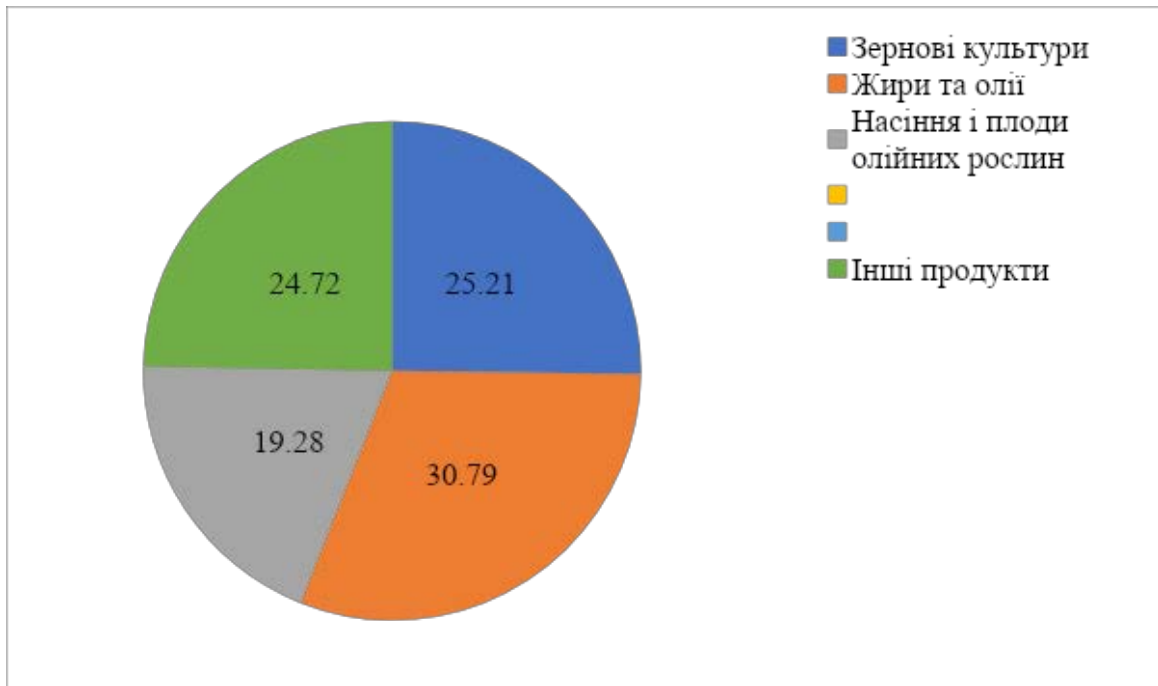


Рис. 2. Товарна структура агропродовольчого експорту з України до країн Європейського Союзу у 2022 р., %

Джерело: розроблено автором за даними [1].

Загалом згадані групи продуктів зайняли близько 57% у вартісних обсягах імпорту продовольства з Євросоюзу. [2].

За будь-яких обставин відсутність мит на продукцію з нашої країни, відпрацьовані логістичні маршрути та безальтернативність ЄС для автомобільних й залізничних перевезень сприятимуть посиленню економічної інтеграції між Україною та Європейським Союзом.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm (Дата звернення 04.05.2023).
2. Торгівля агропродукцією між Україною та ЄС торік зросла на 3,9 % - ІАЕ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3680203-torgivla-agroprodukcieu-miz-ukrainou-ta-es-torik-zrosla-na-39-iae.html> (Дата звернення: 04.05.2023)

UDC: 338.439.5(477)

GLOBAL CHALLENGES OF THE AGRI-FOOD SECTOR

Kostiuk Y, PhD Student,
University of Pavia, Italy

Globalization establishes new rules of the game on the world stage in conditions where international competition enters a qualitatively new phase. The expansion of transnational companies and the market power capacity of each state's economy determine the outcome of this confrontation. Under the conditions of the global world order, business support and the incubation of its competitive advantages become not just a new policy of the state, but a struggle for its survival. That is why it is necessary for every country to become a locomotive of innovative economic development.

An important role in this competition belongs to the agricultural market as a powerful catalyst for the level of independence of the state in terms of its food security, which is characterized by guaranteed access of all social groups of the population to vital food products at any time and in quantities determined by medical consumption norms.

The process of globalization, with significant advantages in the effective management of world food security, does not solve the problem of today's international trends, when, against the background of the growth of areas under the cultivation of crops for the production of biofuels, the low level of investment in the world food market, there is a rapid increase in food consumption in some regions and an increasing share expenditure on food for the population in the poorest countries of the world.

Ensuring global food security is carried out by several dozens of international organizations that solve not only the mentioned problems, but also the task of increasing production efficiency, ensuring the export-import balance, and organizing food aid for the low-income population.

Systematic crises in food security contributed to the modernization and improvement of global cooperation in this sector and acted as regulators of world processes in the food market.

Food security in the global political landscape is characterized by various motives for its support. For poor countries, food security is a tool for fighting hunger, population protests and issues of maintaining power and stability in the regions, localization and reducing the level of crime, increasing the investment and tourist attractiveness of the state. For developed countries with a surplus of food, it is a mechanism for ensuring stable incomes of commodity producers in rural areas, guarantees the quality of life and its duration for the population, and ensures the growth of the value of human capital for the development of their economy.

Nowadays, proper nutrition is the main factor in human health and as a consequence of the duration and quality of life, which is the basis of the attractiveness of life in the country, and as a consequence of migration to it of highly qualified personnel from other regions. High living standards ensure low social tension, reduction of crime and other antisocial manifestations.

That is why, in the formation of new agricultural policy priorities, special attention is paid to the demand for food products throughout the civilized world. In many cases, it can be satisfied with the local food industry without outside intervention, but under such conditions, the market is not always able to guarantee stability in times of crisis, affordable and stable food prices, sufficient variety of products and the ability of poor people to buy food for themselves.

Actual risks in ensuring food security are a sharp increase in prices and the impact of changes in climatic conditions on the agricultural sector.

In today's conditions, these changes have a negative impact on both the volume of agricultural products and their prices. Therefore, one of the main tasks should be the need to create a mechanism for regulating market fluctuations, so-called safety nets and providing access to the use of their potential in order to solve tasks related to modern demands and challenges of globalization.

Another serious risk that countries may face in the coming years is the possible increase in geopolitical tensions. In particular, the Russian war in Ukraine and the increase in violence and instability in Syria, which contributes to the aggravation of the crisis associated with the arrival of refugees to the countries of the European Union. This may lead to the restoration of border control within the EU, which will also have a negative impact on the region's economy.

The next risk factor will be climate change, which has a direct impact on the development of the agricultural sector and rural areas.

The impact of climate change can manifest itself in various forms - an increase in the number of extreme weather events and natural disasters, in particular, floods and landslides, changes in the availability of water resources, degradation of natural resources, loss of biodiversity. The level of impact of climate change on agricultural production and the incomes of rural residents in the countries of the region will largely be determined by the level of resistance of food and agricultural systems to external influences. Deterioration of agricultural productivity, together with the strengthening of protectionist state policies aimed at increasing world supplies, undermines food security, especially in poor regions.

The globalization of the modern world system exacerbates the processes of competition in the world food market and requires all state institutions to introduce new forms of management capable of adequately responding to new global threats, including hunger and global population migration.

In today's conditions, global agro-food systems are reaching a fundamentally new level of technological development, which is based on the application of "smart" solutions: robotics, "precision" agriculture, the Internet of Things, biotechnology, alternative technologies, which require global transformation of the agricultural sector and anticipatory formation of professional competencies of specialists in.

References:

1. Howard, P. H. Concentration and Power in the Food System: Who Controls What We Eat? (Bloomsbury, 2016).
2. Weber, H., Wiek, A. & Lang, D. J. Sustainability entrepreneurship to address large distances in international food supply. *Bus. Strategy Dev.* 3, 318–331 (2020).

3. Taherzadeh, O., Bithell, M. & Richards, K. Water, energy and land insecurity in global supply chains. *Glob. Environ. Change* 67, 102158 (2021).

УДК 658.7.656.2

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

КИРИЛЮК І.А. студент
Міщенко І.А. к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ*

Маркетинг і логістика – це самостійні, взаємопов'язані галузі знань та практичної діяльності. Основним об'єктом розгляду в маркетингу є потреби споживача. Логіка маркетингу полягає в тому, потрібно вивчити ринкову ситуацію і сформувати комплекс взаємопов'язаних рекомендації щодо ціни, продукту, збуту і просування продукту на ринок. У логістиці основним об'єктом вивчення є потоки - інформаційні, матеріальні, фінансові та ін. Логіка логістики полягає в тому, що потрібно так організувати матеріальні та інші потоки, щоб необхідний товар для споживача, а саме потрібної якості та кількості, був доставлений з мінімальними витратами, в призначений час.

Логістика, з однієї сторони, впливає на прийняття маркетингових рішень, а з іншої - на реалізацію вже прийнятих маркетингових рішень.

Завдання маркетингу полягає в тому, щоб покращувати якість сприйняття товару і намагатися при цьому максимально знизити сукупні витрати, які включають в себе витрати на експлуатацію і вартість придбання. Метою стратегії маркетингу та логістики стає пошук максимального поліпшення цього співвідношення в порівнянні з конкурентами.

Взаємодія маркетингу та логістики стає можливою завдяки тому, що зв'язки між цими напрямки діяльності підприємства часто настільки сильно

переплетені, що іноді буває важко розділити сфери інтересів цих ключових функцій [1].

Галузі взаємодії маркетингу і логістики:

- ціна;

- створення системи розподілу;

- формування термінально-складської системи;

- маркетинг взаємодіє з логістикою в області політики обслуговування клієнтів, де логістика забезпечує гнучкий рівень обслуговування клієнтів, встановлення стандартів обслуговування з урахуванням логістичних витрат [2].

Логістичну місію часто трактують, як правило «7 R». У цьому правилі відображені суттєві риси логістичної місії організації бізнесу, ключовими з яких є якість продукції, час і витрати.

Зв'язок логістики з маркетингом можна представити у вигляді схеми взаємодії маркетингового та логістичного міксів з орієнтацією на задоволення потреб споживачів (рис.1).

Поки маркетологи генерують нові ідеї, вивчають ринок, шукають обхідні шляхи, виявляють приховані бажання своїх клієнтів, щоб створити товар, логісти обмірковують зворотний бік цього процесу, а саме цей товар доставити до споживача, створити інфраструктуру, яка забезпечує рух товару, а також управління ними і товарними запасами. При цьому потрібно враховувати інтереси як компанії-виробника, так і самого клієнта. Важливими пунктами «Правила 7R» є: «потрібна якість», «потрібний час», «потрібна кількість», «потрібне місце». В даному випадку маркетинг відповідає за вигадку і втілення того, що потрібного для якості товару, в той час як логістика несе відповідальність за збереження цього самого товару при його транспортуванні до пункту призначення. Також, при цьому необхідно враховувати часовий фактор, тобто своєчасна доставка товару в визначене місце.

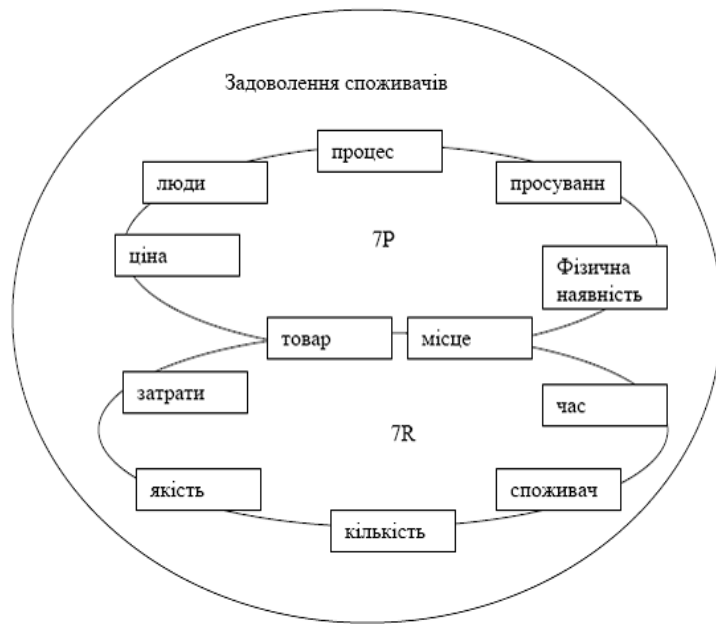


Рис. 1. Взаємозв'язок маркетингового і логістичного комплексів

Отже підсумовуючи вищесказане можна стверджувати, що маркетингова логістика - це діяльність з управління інформаційними та матеріальними потоками при їхньому переміщенні від виробників до споживачів, орієнтована на запити споживачів.

Головною метою маркетингової логістики є задоволення вимог і запитів покупців та одержання внаслідок цього прибутку.

Функції маркетингової логістики:

1) обробка замовлень - споживачі можуть робити замовлення різними способами: за телефоном, поштою, через торговельних агентів, за допомогою комп'ютерного, електронного обміну даними або іншими методами прямого маркетингу; підприємствам доцільно використовувати комп'ютеризовані системи обробки замовлень, що дозволяють знизити витрати, підвищити ефективність діяльності і рівень обслуговування споживачів;

2) складування - для швидкого виконання замовлень підприємство повинне мати в наявності достатній запас товарів; збереження товарів необхідно, тому що цикли виробництва і споживання

найчастіше не збігаються; частину товарних запасів підприємство може зберігати власними силами, якщо воно має склади, або поблизу підприємства, а іншу частину - на складах, розташованих у різних місцях на орендованих площах, на складах загального користування або використовувати обидві можливості одночасно; для переміщення товарів (а не для збереження) підприємства можуть також використовувати розподільні центри - це великі автоматизовані склади, призначені для приймання товарів від різних підприємств і постачальників, приймання замовлень, ефективної їхньої обробки і швидкого постачання товарів замовникам; останнім часом дедалі більшого розвитку набувають нові одноповерхові автоматизовані склади, що мають поліпшену систему навантаження-розвантаження, яка ґрунтується на комп'ютерному управлінні;

3) управління товарними запасами - основним завданням щодо рівня товарних запасів є забезпечення їхньої оптимальної величини; в останні роки багато підприємств використовують систему постачань "точно в термін" - система, за якої запасів товарів вистачає всього на кілька днів, поповнюються вони в міру необхідності, вимагає обґрунтованого прогнозування, а також швидкого і гнучкого виконання замовлень і здійснення постачань у потрібний термін; існує три стратегії управління товарними запасами:

- фіксоване замовлення;

- фіксований;

- "один на один" - до кожного виробу прикріплюється ярлик, що складається з двох частин; у момент продажу одна половинка відривається і відправляється на склад, інша залишається в продавця, а склад, одержавши документ, поповнює замовлення в якнайшвидший термін.

4) транспортування - рішення щодо транспортування товарів впливають на витрати розподілу, рівень цін на товари, своєчасність їхньої доставки і стан товарів у момент їхніх постачань, а в кінцевому рахунку, усе це

впливає на задоволеність покупців; маркетологи повинні прийняти рішення щодо виду транспорту: залізничний, повітряний, автомобільний, водний, трубопровідний, при цьому необхідно враховувати такі фактори: швидкість, частота, надійність, пропускна здатність, доступність і ціна.

Маркетинг і логістика є рівноправними частинами одного цілого - системи реалізації продукції підприємства. При оптимальному одночасному використанні маркетингу та логістики підвищується не тільки ефективність збуту, але і всього підприємства. Проте все ж первинним вважається маркетинг, оскільки саме він дає інформацію про стан ринку та кількості необхідної продукції в тому чи іншому сегменті, а вже за допомогою логістики здійснюється безпосередньо сам механізм фізичного переміщення продукції [3].

Література

1. Черноусов, Е. В. Анализ рынка логистических провайдеров – зарубежный опыт / Е. В. Черноусов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. - № 6. – С. 13-17.
2. Логістика. Навчальний посібник / [Трийд О. М., Лазаренкова Г. М., Мішина С. В., Борисенко І. І.]. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
3. Кузьміна В.В., Соліяк М.І. Інтеграційні процеси маркетингу та логістики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2013/Economics/6_125130.doc.htm

УДК 004:338.432

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бугрій Є.Аю, магістр,

Тюріна А.А., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
НУБіП України, м Київ, Україна

В сучасному світі аграрні підприємства стикаються зі складними викликами, пов'язаними зі зростаючою потребою у продукції, підвищеними вимогами до ефективності та сталості виробництва, а також необхідністю

оптимізації процесів управління. Саме тому сучасні технології та системи автоматизації стають невід'ємною складовою успішного функціонування аграрних підприємств. Розглянемо основні вигоди щодо застосування сучасних технологій та систем автоматизації управління аграрними підприємствами:

1. Підвищення ефективності виробництва. Застосування сучасних технологій та систем автоматизації дозволяє значно підвищити ефективність виробничих процесів на аграрних підприємствах. Наприклад, використання автоматизованих систем моніторингу та контролю допомагає вчасно виявляти проблеми, знижувати втрати та оптимізувати використання ресурсів.

2. Оптимізація управління ресурсами. Аграрні підприємства залежать від ефективного використання ресурсів, таких як земля, вода, добрива та інші матеріали. Використання сучасних технологій дозволяє здійснювати точне планування та контроль за використанням ресурсів, що допомагає уникнути перевитрат та забезпечити оптимальне використання доступних ресурсів.

3. Покращення управління фінансами. Ефективне управління фінансами є критичним аспектом успішної діяльності аграрних підприємств. Сучасні технології та системи автоматизації надають інструменти для точного обліку та аналізу фінансових показників, планування бюджету, контролю витрат, управління ризиками та прогнозування прибутків. Це дозволяє керівникам аграрних підприємств приймати обґрунтовані рішення з метою підвищення ефективності використання фінансових ресурсів та забезпечення стійкого фінансового стану підприємства.

4. Удосконалення процесів управління. Сучасні технології та системи автоматизації надають інструменти для оптимізації та автоматизації процесів управління на аграрних підприємствах. Це включає системи управління виробництвом, управління запасами, логістики, моніторингу та аналізу даних, електронних систем комунікацій та звітності. Автоматизація цих процесів сприяє підвищенню продуктивності праці, скороченню часу на виконання завдань, зниженню помилок та полегшенню прийняття рішень.

5. Покращення якості продукції та контролю якості. Сучасні технології дозволяють здійснювати ефективний контроль якості на різних етапах виробництва аграрних продуктів. Це включає використання сучасних методів сортування, ідентифікації та маркування продукції, систем автоматичного контролю параметрів якості.

6. Підвищення безпеки та забезпечення дотримання стандартів. Сучасні технології та системи автоматизації допомагають аграрним підприємствам забезпечувати безпеку продукції та дотримання стандартів якості, харчової безпеки та екологічних вимог. Наприклад, впровадження систем трекінгу та технологій блокчейн дозволяє відстежувати походження продукту, контролювати умови зберігання та транспортування, а також забезпечувати прозорість та відкритість у ланцюжку постачання.

7. Покращення аналітики та прийняття рішень. Системи автоматизації надають багатофункціональні інструменти для збору, обробки та аналізу даних, що допомагають управлінцям аграрних підприємств отримувати точну та звичайну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень. Це включає аналіз ринку, прогнозування попиту, визначення оптимальних стратегій виробництва та маркетингу, а також планування інвестицій та ресурсного забезпечення.

8. Залучення молодого покоління. Впровадження сучасних технологій та систем автоматизації привертає увагу молодого покоління до аграрної галузі. Це стимулює інновації, розвиток талановитих фахівців та сприяє створенню молодіжних стартапів в сфері сільського господарства.

Узагальнюючи, варто відмітити, що сучасні технології та системи автоматизації управління аграрними підприємствами дозволяють підвищити ефективність виробництва, оптимізувати управління ресурсами, покращити управління фінансами, удосконалити процеси управління, підвищити якість продукції та контроль якості, забезпечити безпеку та дотримання стандартів, покращити аналітику та прийняття рішень, а також залучити молоде покоління до аграрної галузі.

Враховуючи стрімкий розвиток технологій, аграрні підприємства повинні вивчати та впроваджувати нові рішення, які відповідають їхнім потребам. Важливо визнати, що впровадження сучасних технологій та систем автоматизації є довгостроковим процесом, який вимагає планування, інвестицій та навчання персоналу. Однак, зростання продуктивності, покращення якості та ефективність управління стануть вагомими перевагами, які допоможуть аграрним підприємствам протистояти сучасним викликам та забезпечити стале й успішне функціонування.

Список використаних джерел

1. Підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції суб'єкта малого підприємництва. / Рябикіна Н.І, Рябикіна К.Г // *УДК 005.336.1:631.152* - 2021. - С. 1-2.
2. Впровадження сучасних методів управління витратами задля забезпечення конкурентних переваг [Електронний ресурс] / Н.С. Артамонова, Н.М. Доба // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* – 2013. – № 3 (8). – С. 16-21. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>
3. Інновації в логістиці: перспективи використання технології блокчейн у ланцюгах поставок. / Кудирко О. В. // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 15* – 2017. – С.159 - Режим доступу до журн.: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_1_2017ua/36.pdf

УДК 35.08:316.41

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES OF AGRO-FOOD SECTOR

Bohdaniuk O., student
Faichuk O.M. As. Professor of
Administrative management and
foreign economic activity
National University of Life
And Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

Today, the enterprise is one of the main branches of the country's economy, a base for meeting the needs of the state. But with the development of market relations, a problem arises in maintaining stability and business development for every

enterprise. That is why it is important to develop a system for managing the company's competitiveness through constant monitoring of the market situation, the main indicators of competitors' activities, improvement of production, sales and management processes.

It is important to carry out such management at the enterprise that would adapt to unforeseen situations in the future. Entering the market with a competitive product is only the initial stage in the company's work on the market, and then painstaking and systematic work on managing the company's competitiveness is required. Management of the competitiveness of the enterprise is a set of measures aimed at systematic improvement of the product, constant search for new sales channels, new groups of buyers, improvement of service, advertising [1, p. 62].

Management of the competitiveness of the enterprise is a partial function of general management, which is aimed at the formation and implementation of competitive advantages and ensuring the viability of the enterprise. Competitiveness is an open system that has input and output, can be both controlled and uncontrolled

During the process of forming the company's competitiveness policy, it is necessary to focus on the following conditions:

- scientific and technical level and level of use of innovations;
- competitiveness of products according to the principle of "price-quality" and the degree of satisfaction of consumers' needs;
- efficiency of resource use;
- level of financial stability.

To ensure consistent and balanced development of the enterprise at the emerging stages of the process of managing the competitiveness of the enterprise:

1) implementation of management functions: process planning; technology implementation management; product improvement;

2) formation of management methods or methods of influence of the management system on subordinates through the use of a set of material and moral incentives;

3) formalization of management methods, which involves their transformation into specific orders, instructions and orders;

4) ensuring managerial influence on the basis of leadership [2, p. 71].

The basis of building a system of enterprise competitiveness is an integrated approach to the main functions of management - analysis, planning, organization, motivation, control, regulation [3].

The main functions of enterprise competitiveness management include:

- analysis of indicators characterizing product competitiveness, potential and market activity of the enterprise;
- planning - strategy development with the aim of improving the competitive position of the enterprise on the market;
- organization of measures to implement the developed competitive strategy;
- motivation of the company's personnel with the help of material and moral stimulation of employees to achieve competitive advantages;
- control over the implementation of the developed competitive strategy of the enterprise, regulation of activity in the sense that through it coordination of actions of various divisions of enterprises and coordination of various areas of activity to ensure high efficiency of competitive advantages [3].

The enterprise competitiveness management system is a multi-component and multi-functional system, which consists of a complex of interconnected blocks that feel the influence of external and internal factors and create a certain integrity. As can be seen from fig. 1. the structure of the management system is formed by eight complex blocks, which reflect certain actions, specific measures in their relationship, the implementation of which will contribute to the effective implementation of management decisions in a certain area.

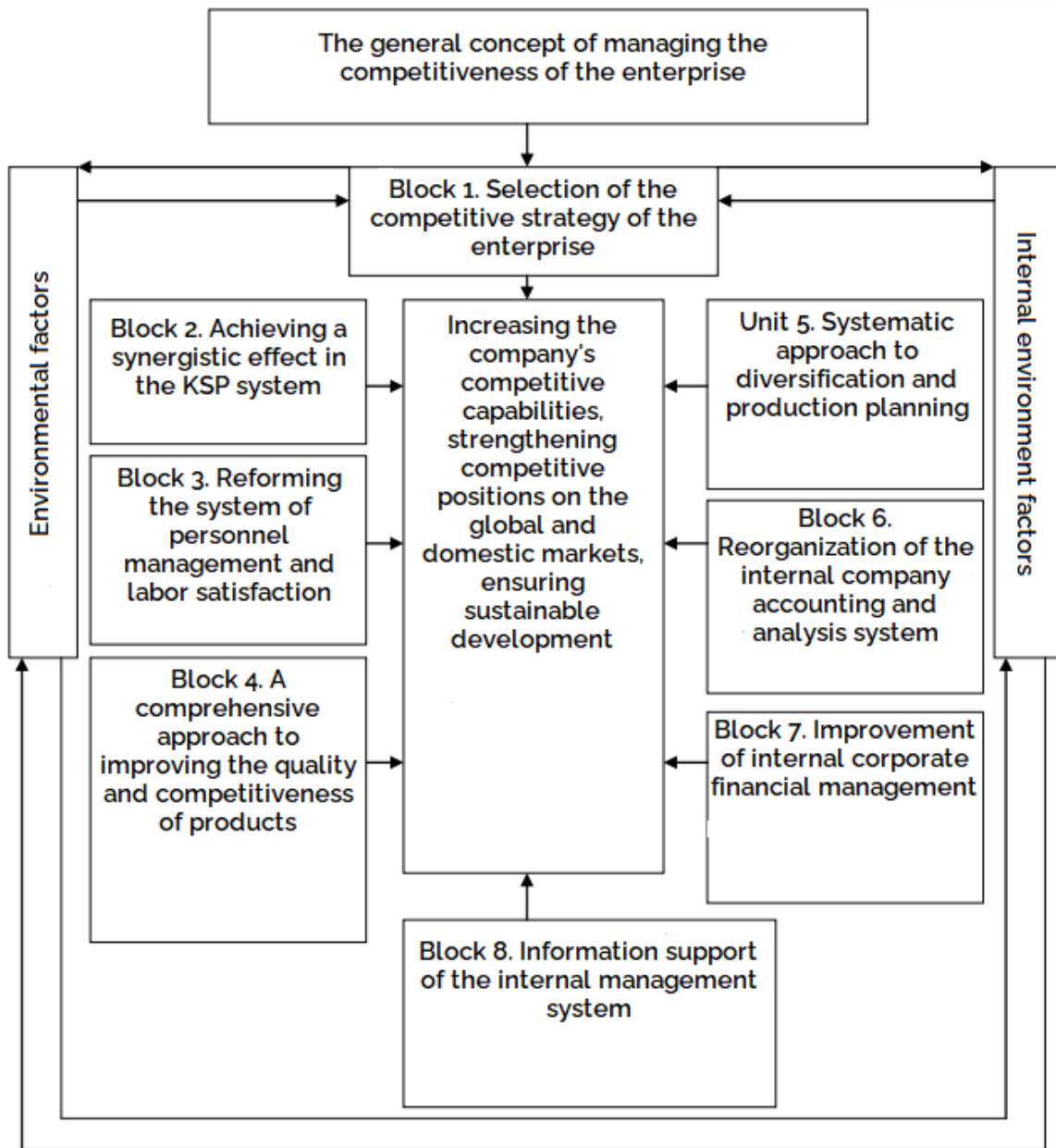


Fig.1 Areas of Increasing the company`s competitive capabilities [created by author]

All blocks of the system are united by a basic principle that provides a solution to the problem of increasing the competitiveness of the enterprise, increases its position on the market, ensures sustainable development due to the creation and maintenance of competitive advantages. In turn, each of the blocks can also be considered as a system, which also includes system-forming components.

References

1. Кириченко Л. (2009) Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. Кириченко. // Вісник КНТЕУ. . – №1. – С. 62
2. Хринюк О. С. (2013) Управління конкурентоспроможністю підприємства / О. С. Хринюк, Ю. О. Хваль. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – №1(21). – С. 71.
3. Коновал В. В. (2011) Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / В. В. Коновал. // Економіка. Управління. Інновації. - № 2

УДК 658.7.656.2

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

Кирилюк І. А. , студентка
Міщенко І.А. к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності
НУБіП України, м. Київ

Маркетинг і логістика – це самостійні, взаємопов'язані галузі знань та практичної діяльності. Основним об'єктом розгляду в маркетингу є потреби споживача. Логіка маркетингу полягає в тому, потрібно вивчити ринкову ситуацію і сформуванати комплекс взаємопов'язаних рекомендації щодо ціни, продукту, збуту і просування продукту на ринок. У логістиці основним об'єктом вивчення є потоки - інформаційні, матеріальні, фінансові та ін. Логіка логістики полягає в тому , що потрібно так організувати матеріальні та інші потоки, щоб необхідний товар для споживача, а саме потрібної якості та кількості, був доставлений з мінімальними витратами, в призначений час.

Логістика, з однієї сторони, впливає на прийняття маркетингових рішень, а з іншої - на реалізацію вже прийнятих маркетингових рішень.

Завдання маркетингу полягає в тому, щоб покращувати якість сприйняття товару і намагатися при цьому максимально знизити сукупні витрати, які

включають в себе витрати на експлуатацію і вартість придбання. Метою стратегії маркетингу та логістики стає пошук максимального поліпшення цього співвідношення в порівнянні з конкурентами.

Взаємодія маркетингу та логістики стає можливою завдяки тому, що зв'язки між цими напрямки діяльності підприємства часто настільки сильно переплетені, що іноді буває важко розділити сфери інтересів цих ключових функцій [1].

Галузі взаємодії маркетингу і логістики:

- ціна;
- створення системи розподілу;
- формування термінально-складської системи;
- маркетинг взаємодіє з логістикою в області політики обслуговування клієнтів, де логістика забезпечує гнучкий рівень обслуговування клієнтів, встановлення стандартів обслуговування з урахуванням логістичних витрат [2].

Логістичну місію часто трактують, як правило «7 R». У цьому правилі відображені суттєві риси логістичної місії організації бізнесу, ключовими з яких є якість продукції, час і витрати.

Зв'язок логістики з маркетингом можна представити у вигляді схеми взаємодії маркетингового та логістичного міксів з орієнтацією на задоволення потреб споживачів (рис.1).

Поки маркетологи генерують нові ідеї, вивчають ринок, шукають обхідні шляхи, виявляють приховані бажання своїх клієнтів, щоб створити товар, логісти обмірковують зворотний бік цього процесу, а саме цей товар доставити до споживача, створити інфраструктуру, яка забезпечує рух товару, а також управління ними і товарними запасами. При цьому потрібно враховувати інтереси як компанії-виробника, так і самого клієнта.



Рис. 1. Взаємозв'язок маркетингового і логістичного комплексів

Важливими пунктами «Правила 7R» є: «потрібна якість», «потрібний час», «потрібна кількість», «потрібне місце». В даному випадку маркетинг відповідає за вигадку і втілення того, що потрібного для якості товару, в той час як логістика несе відповідальність за збереження цього самого товару при його транспортуванні до пункту призначення. Також, при цьому необхідно враховувати часовий фактор, тобто своєчасна доставка товару в визначене місце.

Отже підсумовуючи вищесказане можна стверджувати, що маркетингова логістика - це діяльність з управління інформаційними та матеріальними потоками при їхньому переміщенні від виробників до споживачів, орієнтована на запити споживачів.

Маркетинг і логістика є рівноправними частинами одного цілого - системи реалізації продукції підприємства. При оптимальному одночасному використанні маркетингу та логістики підвищується не тільки ефективність збуту, але і всього підприємства. Проте все ж первинним вважається маркетинг, оскільки саме він дає інформацію про стан ринку та кількості необхідної продукції в тому чи іншому сегменті, а вже за допомогою логістики

здійснюється безпосередньо сам механізм фізичного переміщення продукції [3].

Список використаних джерел:

1. Черноусов, Е. В. Анализ рынка логистических провайдеров– зарубежный опыт / Е. В. Черноусов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. - № 6. – С. 13-17.
2. Логістика. Навчальний посібник / [Тридід О. М., Лазаренкова Г. М., Мішина С. В., Борисенко І. І.]. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
3. Кузьміна В.В., Соліляк М.І. Інтеграційні процеси маркетингу та логістики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2013/Economics/6_125130.doc.htm

УДК 338.432:502:061.1

**ТРАНСФОРМАЦІЙНІ КРОКИ УКРАЇНСЬКОГО АГРОБІЗНЕСУ В
УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО КУРСУ**

*Оліфіренко Б.Ю., студент
Тюріна А.А., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
НУБіП України, м Київ, Україна*

Сучасні процеси міжнародного розвитку націлені на створення сприятливих умов для майбутніх поколінь, таких, що дозволять стійко реагувати на майбутні можливі виклики пов'язані з багатьма факторами впливу. Дорожньою картою заходів, які перетворять Євросоюз на ефективну, стійку та конкурентоспроможну економіку, визначають засоби перетворення Європи на перший у світі кліматично нейтральний континент до 2050 року, стимулюючи розвиток економіки, покращення здоров'я та якості життя населення, а також трансформують кліматичні та екологічні виклики на можливості у всіх сферах та політиках ЄС, гарантуючи справедливий та інклюзивний характер зеленого переходу європейський зелений курс [1].

Ключовим завданням Уряду України у рамках європейського зеленого курсу є збалансування бачення різних міністерств і відомств, з урахуванням думки бізнесу, та вироблення спільної позиції щодо визначення рівня кліматичних амбіцій та кроків всередині країни, які будуть відповідати заявленим цілям. Отже, європейський зелений курс ставить перед Україною

принаймні дві глобальні цілі:

1. Забезпечити координацію зусиль з ЄС і сусідніми країнами у процесі вітчизняного «зеленого» переходу задля мінімізації економічних і фінансових втрат.

2. Трансформувати безпекову політику, виходячи із переоцінки можливих ризиків і загроз, в першу чергу від росії. [2]

Проте це було до повномасштабного вторгнення агресора на територію України, яке точно залишить свій відбиток на рівні і швидкості подальших трансформаційних процесів України на обраному шляху. Пропонуємо розглянути 3 реалізованих кроки уряду, на які встиг відреагувати аграрний сектор України в рамках Європейського зеленого курсу.

По-перше, зміни у сільськогосподарській сфері та перехід до стійкої харчової системи ЄС підвищили вимоги до сільськогосподарської і харчової продукції – це стало додатковим торговельним бар'єром та негативно вплинуло на український експорт, який посилила і пандемія Covid-19, що ширилась світом, та обмеження пов'язані з цим. З іншого боку, популяризація органічної продукції у ЄС створила і нові можливості на ринку для виробників. За цей період, українські сільськогосподарські виробники значно покращили показники органічності та відповідності сертифікатам якості своєї продукції.

По-друге, у квітні 2021 року ГО «Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля», за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження», в межах грантового компоненту проєкту EU4USociety було розроблено аналітичний документ, що містить результати та висновки картування стратегічних цілей України та ЄС у контексті європейського зеленого курсу, рекомендації для бізнесу в межах проєкту «Європейський зелений курс: можливості та загрози для України». Де визначено, що найбільший потенціал для залучення України до європейського зеленого курсу у сфері сільського господарства спостерігається за напрямками органічного виробництва, застосування стандартів ЄС для безпечного і сталого виробництва продуктів харчування та цифровізації сільського господарства.

За даними аналітиків [3, С. 28-32] зроблено наступні висновки: показники питомого використання пестицидів та міндобрив у сільському господарстві свідчать про кращу ситуацію в Україні, а показники щодо частки сільськогосподарських земель під органічним виробництвом та доступом сільського населення до широкосмугового Інтернету про спільність векторів руху України та ЄС. Проте амбітність України щодо частки земель під органічним виробництвом є дуже низькою, і, навіть за найоптимістичніших сценаріїв, вона не зможе наздогнати цілі ЄС.

По-третє, у рамках стратегії європейського зеленого курсу «З лану до столу» при проведенні проєкту «INSURE – запровадження природоорієнтованих рішень в Порядок денний реформ в Україні» були визначені природоорієнтовані рішення для сільського господарства, а саме [4]:

- управління водними ресурсами - відновлення/збереження торфовищ, заплав річок, багаторічної рослинності для очищення поверхневого стоку та ґрунтових вод;
- збереження та відновлення ґрунтів - мінімальний обробіток ґрунту, покривні культури, меліоративні лісові насадження, ділянки природної рослинності як «банки» ґрунтової мікрофлори/фауни;
- зменшення викидів вуглецю та парникових газів - агролісівництво, пасовищне господарство, управління водосховищами, органічне добриво;
- практики для зв'язування вуглецю - повернення елементів природи та біорізноманіття у сільськогосподарські ландшафти та відповідне їх використання.

Отже, можемо зробити висновок, що за 2 повних роки на трансформаційному шляху до європейського зеленого курсу Україна зробила перші впевнені та вагомі кроки, що в подальшому позитивно вплинуть на повний та своєчасний перехід національної економіки до європейського зеленого курсу, а також пришвидшать процес вступу України до ЄС, через забезпечення стандартів виробництва та збереження енергоефективності

діяльності відповідно до міжнародних вимог.

Список використаних джерел

1. Європейський зелений курс. Представництво України при ЄС. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobotnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda>.
2. Європейський зелений курс та потенційні наслідки його впровадження сусідніми державами для України. Рада зовнішньої політики «Українська призма». URL: http://prismua.org/green_deal_1/.
3. Картування стратегічних цілей України та ЄС у контексті Європейського зеленого курсу: вектори розвитку та флагаманські ініціативи. Аналітичний документ. URL: <https://www.rac.org.ua/uploads/content/615/files/mappingeuropean-green-deal2021ua.pdf>.
4. Український зелений шлях від ферми до виделки: час найбільших можливостей. Інформаційний центр «Зелене дос'є». URL: <https://www.dossier.org.ua/news/f2f-road-map-and-project-results/>

УДК: 339.7:685.5

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Векленко О.Ю., студент
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного
менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ

Нині визначальною ознакою функціонування сучасного світового господарства є інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин, одним із елементів якої є зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Ефективне ведення міжнародної діяльності підприємствами передбачає її чітку організацію, одним із головних елементів якої є визначення стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства, оскільки це є запорукою ефективності виходу підприємства на зовнішній ринок.

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства є складною та клопіткою роботою, що вимагає детального опрацювання таких питань як кон'юнктура ринку, потенційні покупці та продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод тощо.

Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства є одним з елементів загальної стратегії підприємства і є планом розвитку підприємства стосовно його діяльності пов'язаної з виходом на міжнародний ринок з метою завоювання бажаної частки ринку та розширення своїх позицій. З іншого боку стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства є комплексом управлінських рішень, які звужують загальну множину можливих зовнішньоекономічних дій до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових завдань сформульованих у загальній стратегії підприємства [2, с. 12].

Таким чином стратегія зовнішньоекономічної діяльності невід'ємно входить до групи функціональних стратегій, що підтверджується дослідженнями Ковтун Е. О. [5]. Саме тому, більшість дослідників зовнішньоекономічну стратегію розглядають як функціональну стратегію, яка за ієрархією тісно пов'язана із конкурентною, ресурсною, товарною та іншими стратегіями підприємства.

Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства має власні риси – загальні та специфічні (характерні). Відмітимо, що загальні риси є характерними не лише для зовнішньоекономічної стратегії, а й іншим видам стратегій. До таких відносять: комплексність, врахування обмеженого розмаїття ситуацій та факторів, взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерархічністю стратегій. Специфічні риси стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності притаманні лише даному виду стратегії і до них відносять: пріоритетність зовнішньоекономічної діяльності підприємства, спрямованість на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, комплекс управлінських рішень щодо вибору найоптимальніших напрямів міжнародної діяльності та набір конкретних довгострокових методів та заходів щодо завоювання зовнішнього ринку в межах загальної стратегії розвитку підприємства [1].

Формування розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що в свою чергу формують експортний потенціал підприємства, що є основою для

формування стратегії. До внутрішніх чинників відносять: інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, організацію управління підприємством, планування експортного виробництва, облік та аналіз експортних поставок тощо [3]. До зовнішніх чинників формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності відносять: економічні, демографічні, політико-правові, науково-технічні, природні.

Нині у сучасних умовах глобалізації міжнародних економічних відносин перед вітчизняними підприємствами постало питання щодо консолідації в світовий економічний простір. Для досягнення даної мети потрібна насамперед ефективна стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яка повинна формуватися та розроблятися лише у поєднанні із загальним стратегічним планом функціонування підприємства. Саме тому розробка конкретного плану заходів дозволить вітчизняним підприємствам визначитися з головними видами кроків щодо виходу на зовнішні ринки та закріпити власні позиції як конкурентоспроможних господарюючих суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Бабій В. В. Формування та застосування стратегії зовнішньоекономічної діяльності в механізмі стратегічного управління машинобудівним підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №4. С. 33-35.
2. Гевко О. Б., Шведа Н. М. Стратегічне управління: навчальний посібник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. 152 с.
3. Діброва Л. В., Кузьменко С. В. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Компринт», 2022. 525 с.
4. Іващенко Г. А. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Електронне фахове видання «Ефективна економіка». 2021. №5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=5&y=2021> (дата звернення 11.05.2023 р.).
5. Ковтун Е. О., Поліщук І. В., Турець Ю. М. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6 (1). С. 172-174.
6. Молокова А. В., Ширяєва Н. В. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2018. Ч. III. С. 209-210.

КОН'ЮНКТУРА РИНКУ РОСЛИННИХ ОЛІЙ

Некlesa А.О., студент
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного
менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Київ, Україна,

Успішне функціонування аграрного сектору в цілому та окремих його галузей значною мірою залежить від рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, зокрема олійних культур. Традиційно олійні культури в Україні вважаються однією із важливих експортних груп сільськогосподарської продукції та є стратегічно важливими продуктами, що забезпечують економічну та продовольчу безпеку країни. Вони є джерелом одержання цінної продукції продовольчого і технічного призначення [1, с. 24].

Продукція олійних культур для сільськогосподарських підприємств є одним з основних джерел формування доходності, що дозволяє забезпечити їх ефективну діяльність. Виробництво олійних культур відіграє важливу роль у забезпеченні населення цінними продуктами харчування, галузі тваринництва – поживним кормом, переробної промисловості – сировиною. В умовах ринкової економіки для суб'єктів господарювання олійні культури виступають надійним джерелом грошових надходжень, їх насіння і продукти переробки конкурентоспроможні і користуються попитом на внутрішньому і світовому ринках. Україна – світовий лідер з переробки соняшнику і виробництва олії, а вітчизняна олійно-жирова галузь демонструє позитивну динаміку виробництва і розвитку навіть в кризовий період [2, 4].

Олійні культури є важливою складовою економіки багатьох країн світу. Позитивна динаміка їхнього виробництва спостерігається впродовж останніх 50 років, а нарощування обсягів світового виробництва зросло майже в 16 разів – з 37 млн тонн до 597,41 млн тонн. У світі найбільше виробляють пальмової олії – 36%, на другому місці соєва 28%, третє місце ріпакова олія – 13%. Найбільше в

світі експортують пальмової олії – 61% від загального експорту, на другому місці відповідно соєва – 13%. Замикає трійку соняшникова олія з показником 12% [3].

Найбільшими світовими виробниками соняшникової олії у 2022 році були РФ, Україна, ЄС, Аргентина. Ціна соняшникової олії на світовому ринку за січень-квітень 2023 року дещо знизилась і станом на 19 квітня 2023 року становила 1029 дол. США за 1 тону.

В Україні лідером серед експорту у 2022 році є саме кукурудза. Експорт української кукурудзи склав 25 млн. т, що становить в грошовому еквіваленті 5,9 млрд. доларів США. Соняшникова олія зайняла другу сходинку в структурі експорту, що принесло державі 5,5 млрд. доларів США [5].

Проте незважаючи на повномасштабне російське вторгнення наша країна є найбільшим світовим експортером саме соняшникової олії. Однак вперше за багато років саме в 2022-му Україна стала найбільшим експортером насіння соняшнику. Таким чином зменшення рівня цін на соняшникову олію на світовому ринку а також зменшення обсягів переробки насіння соняшнику через військові дії та енергетичну кризу стримують подальше різке зростання рівня цін на олійні.

У 2022 році вартість експорту українського насіння та плодів олійних культур становила 3,8 млрд. дол. США, що на 54% більше порівняно з 2021 роком. Доходи від реалізації української соняшникової олії у 2022 році сягнули 5,5 млрд. дол. США, що на 14% нижче в порівнянні з минулим сезоном. Також у 2022 р. відбулися зміни щодо рейтингу основних покупців української соняшникової олії. Вперше рейтинг очолила Польща, частка якої в споживанні олії становила 13%. Друге місце зайняла Індію (13,0%). Значна частка експортних поставок олії соняшникової відправлялась до Туреччини (11,2%). Решта країн-імпортерів української олії значно менше імпортували порівняно із вказаними країнами.

Список використаних джерел:

1. Варченко О. М. Організаційно-економічні засади формування експортного потенціалу олійних культур в Україні. Економічний дискурс. 2018. № 4. С. 23-31.
2. Горбаченко С. А. Карпов В. А., Шевченко-Перепьолкіна. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. 395 с.
3. Котелевець Д. О. Аналіз споживання ринку олієжирової продукції як елемент оцінки конкурентоспроможності переробних підприємств АПК. Інвестиції: практика та досвід. 2017. №12. С. 85-90.
4. Кузьменко С. В., Буряк Р. І. Дослідження кон'юнктури ринків агропродовольчої продукції: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 685 с.
5. Рудік Н. М. Особливості формування та перспективи розвитку ринку олійно-жирової продукції. Агросвіт. 2019. №24. С. 59-65.

УДК: 658:005.342

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Пятковський Д.І., студент
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ

Інноваційний розвиток економіки є головним стратегічним орієнтиром економічної політики держави. Збільшення ефективності діяльності інноваційних підприємств потребує суттєвих змін та пошуку нових, радикально відмінних від діючих організаційних структур управління [4, с. 460].

Аналіз світового досвіду свідчить про необхідність застосування інновацій як безальтернативної, невід'ємної та важливої складової загальнодержавної політики будь-якої країни. Сучасна ситуація на внутрішньому й зовнішньому ринках України характеризується суттєвим загостренням конкурентної боротьби у сфері інноваційної діяльності, за цих умов інновації стають обов'язковим елементом діяльності суб'єкта господарювання та їх основною рушійною силою й передумовою розвитку.

Також слід зазначити, що актуальність інноваційної моделі розвитку підприємств зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на розвиток світової економіки. Тому підприємствам України, котрі хочуть стабільно працювати у новій економіці та отримувати прибуток слід розуміти, що інноваційний шлях – це їх шлях до успіху [1, 3].

Інноваційна діяльність підприємства є способом підвищення його конкурентоспроможності, при високих темпах розвитку, високому рівні прибутковості. Але для цього інновації треба активно й ефективно використовувати, створювати сприятливе середовище для їх впровадження. Інноваційна діяльність підприємств орієнтує їх на запити споживачів, при гнучкому реагуванні на них, при своєчасних змінах товарів в асортименті, для досягнення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі [2].

Отже, інноваційний розвиток економіки є головним стратегічним орієнтиром економічної політики держави. Збільшення ефективності діяльності інноваційних підприємств потребує суттєвих змін та пошуку нових, радикально відмінних від діючих організаційних структур управління. Тому проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні багато в чому визначені відсутністю належної системи управління, інноваційна діяльність високотехнологічного виробництва являє собою багатофакторний процес спрямований на формування, поширення і застосування інновацій. Без ефективної системи управління інноваційною діяльністю в компанії складно організувати інноваційне виробництво [6, 7].

Для підвищення ефективності інноваційної діяльності доцільно розробити концептуальну модель системи управління підприємства з урахуванням її особливостей, що дозволяє підвищити ефективність господарської діяльності. Проведені дослідження специфіки інновацій в аграрній сфері дозволили виявити особливості, які потрібно враховувати при формуванні системи управління інноваційною діяльністю підприємства. Для досягнення поставлених стратегічних цілей потрібна розробка ефективної системи управління інноваційною діяльністю підприємства, з урахуванням

галузевої специфіки, яка буде відповідати поставленим завданням і цільовим орієнтирам стратегії інноваційного розвитку. Практична реалізація заявлених стратегічних прогнозних показників в умовах нестабільності міжнародних фінансових ринків супроводжується впливом ризику, що призведе до зниження ефективності інноваційної діяльності.

Список літератури

7. Гук О. В., Шендерівська Л. П., Мохонько Г. А. Інвестування інноваційної діяльності: начальний посібник для здобувачів ступеня магістра за спеціальністю 073 Менеджмент. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2022. 186 с.

8. Гуткевич С. О., Смик Р. Ю., Занозовська О. Г. Пріоритети інвестиційної діяльності в сучасних умовах: монографія. Харків: Діса плюс, 2019. 172 с.

9. Боковець В. В. Удосконалення управління інноваційними процесами на сучасних підприємствах. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Випуск 24. Частина 1. С. 88-92.

10. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Бізнес Інформ. 2017. № 11. С. 459-464.

11. Єпіфанова І. Ю. Власний капітал у системі фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств. Проблеми економіки. 2016. № 3. С. 239-244.

12. Краус Н. М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.

13. Шендерівська Л. П., Кваско А. В. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємств. Економічний простір. 2021. № 166. С. 74-80.

УДК: 631.1.4

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ярошевич В.Ю., студент
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент,
кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, Україна, Київ

Нині загострення конкурентної боротьби на товарних ринках та зміни у структурі попиту обумовлюють перехід підприємств до більш продуманої політики ведення бізнесу, що передбачає впровадження у їх діяльність стратегічного планування в усіх сферах господарювання. Зазначимо, експортна діяльність потребує ретельного та виваженого стратегічного планування, що пов'язано зі складністю та комплексністю її в умовах глобалізації. Саме експортна стратегія відіграє вирішальне значення у підвищенні результативності зовнішньоекономічної діяльності та є одним з основних факторів, що сприяють освоєнню зовнішніх ринків та подальшої виробничої діяльності за кордоном.

Проблема розробки експортних стратегій є відносно новою як для вітчизняного бізнесу, так і для економічної науки. На українських підприємствах досі не сформовано традиції стратегічного планування експортної діяльності, що пояснюється необхідністю глибинної трансформації культури господарювання протягом тривалого часу. Отже, експортна стратегія підприємства є складною економічною категорією, єдиного тлумачення сутності якої на сьогодні не існує.

Б. Олін визначає експортну стратегію як основоположну програму дій, у якій визначаються пріоритетні напрями діяльності підприємства на зовнішньому ринку з врахуванням наявних у нього ресурсів та вимог зарубіжного ринку [3, с. 76].

Орел В. М. у своїй роботі стратегію експорту підприємства визначив як комплекс дій, спрямований на поглиблення та розширення експортної

діяльності з метою більш повного задоволення економічних та соціальних потреб даного бізнесу поряд з додержанням загальнодержавних інтересів [4, с. 43].

На думку Бугас Н. М. та Пилиренко Ю. А. експортна стратегія – процес розгляду альтернативних варіантів у сфері експорту, що належать до довгострокових цілей, та їх обґрунтування для прийняття рішень [1, с. 17]. Вищезазначене певною мірою підходить для визначення стратегічного планування, однак наголошує на доцільності безперервності даного процесу, що є його безперечною перевагою.

Визначення експортної стратегії як управлінського процесу зі створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства у сфері експорту та його потенційними можливостями знаходимо також у роботі Хомич О. В. та Манаєнко І. М. [7, с. 135].

В табл. 1 наведена класифікація підходів до визначення сутності експортної стратегії.

Таблиця 1

Класифікація підходів до визначення сутності експортної стратегії

| Підхід | Сутність експортної стратегії | Переваги | Недоліки |
|------------------|--|---|---|
| Системний підхід | Експортна стратегія підприємства формується з урахуванням можливостей всіх підрозділів підприємства з метою розширення діяльності у географічному та функціональному вимірах | Дозволяє врахувати всі сильні сторони підприємства та розробляється з урахуванням реально існуючого потенціалу підприємства | Спостерігається певне розсіювання цілей, адже відсутня ієрархічність у постановці завдань |
| Цільовий підхід | Комплекс заходів у межах стратегії експорту визначається кінцевою метою | Усі елементи стратегії певною мірою підпорядковуються досягненню кінцевої мети | Формування стратегії відбувається без врахування можливостей підприємства |

| | | | |
|------------------|---|---|--|
| Процесний підхід | Експортна стратегія розглядається як сукупність дій, спрямованих на зміцнення позиції на зовнішній ринках | Передбачається етапність розробки та реалізації експортної стратегії, що дає можливість її оперативного корегування | Експортна стратегія фактично не пов'язана з реальними показниками підприємства та корегується лише у процесі її реалізації |
|------------------|---|---|--|

Джерело: сформовано за даними [1, 4, 7]

Таким чином, експортну стратегію можна визначити як сукупність дій аграрних підприємств, спрямовану на реалізацію їх експортного потенціалу, що визначається ресурсними можливостями та формується під впливом умов міжнародної торгівлі.

Необхідність врахування значної кількості прихованих бар'єрів є, на нашу думку, визначальною особливістю формування експортної стратегії підприємств агропромислового комплексу. Перед прийняттям рішення щодо виходу на зовнішній ринок, необхідно ретельно проаналізувати рівень його захищеності не лише на предмет тарифних обмежень, а й з метою оцінки вірогідності застосування нетарифних методів безпосередньо у процесі здійснення експортної операції.

Список використаних джерел:

1. Бугас Н. В., Пилипенко Ю. А. Експортний потенціал у системі зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. 2015. № 6 (93). С. 14-21.
2. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В. Стратегічні інструменти державної підтримки розвитку експортного потенціалу України. Вісник економіки транспорту та промисловості. 2017. №58 С. 31-37.
3. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Притула Н. В. Міжнародна торгівля: навч. посібник Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
4. Орел В. М., Макода С. Л., Хань Сіньмень Організаційно-економічний механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. № 2. С. 40-47.

5. Пирог О. В., Зацепило А. І. Оцінка експортного потенціалу регіонів України. Економічний простір. 2019. № 24. С. 144-152.
6. Скриньковський Р. М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно-інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 186-193.
7. Хомич О. В., Манаєнко І. М. Розвиток експортного потенціалу підприємства на європейському ринку FMCG в умовах ризиків. Проблеми економіки. 2020. № 3 (45). С. 133-138.

УДК 378.14(430)

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

*Вей Лі Цюнь, аспірант
Файчук О.М., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Зелений туризм відрізняється від традиційних видів туризму. Будучи новою формою туризму, він не тільки має функції огляду визначних пам'яток, відпочинку та відновлення сил, але також має численні функції, такі як наукові дослідження, дослідження та науково-популярна освіта, що робить невід'ємні функції туризму більш ясними та його роль постійно вдосконалюється. Для туристів це не тільки насолода та розвага, але й посилює освітній характер, а також збільшує можливість для туристів наблизитися до природи та поглиблює розуміння життя людьми [1].

З появою зеленого маркетингу та зеленого споживання зелений туризм буде розвиватися далі. Хвиля зеленого життя стає соціальною гарячою точкою в країнах або регіонах з високими міжнародними стандартами охорони навколишнього середовища.

Насправді все більше і більше людей звертають увагу на зелений туризм у всьому світі. У Сполученому Королівстві більшість сімей організують відпустку щороку, тому подорожі на далекі відстані щороку спричиняють

велику кількість викидів вуглекислого газу. З цієї причини все більше туристичних агентств і волонтерських організацій виступають за «зелені подорожі», один з яких є найпопулярнішим. Ідея полягає в тому, щоб компенсувати вплив подорожі на навколишнє середовище, попросивши мандрівників, яким доводиться літати, якщо вони не можуть цього уникнути, пожертвувати на посадку дерев. Хтось запропонував туристам з Великобританії в Ісландію посадити одне дерево, а туристам з Еквадору – три дерева, щоб досягти мети захисту навколишнього середовища [2].

У Німеччині перше, що робить більшість сімей під час подорожі, це підготувати велику дорожню сумку, яка містить палички для їжі, ложки, зубні щітки, зубну пасту тощо. Будь-які одноразові предмети повсякденного використання гості повинні принести з собою. У мальовничій місцевості немає туристичних сувенірів із диких тварин, а в ресторанах не можна їсти дичину, оскільки вбивство та поїдання диких тварин є порушенням закону.

В Японії більшість туристичних агентств створюють спеціальні групи для одноденних турів з метою захисту екологічного середовища. Милуючись красивими пейзажами озер і гір, туристи збирають сміття в саду, щоб підтримувати сад у порядку. Туристам достатньо зібрати сміття в мальовничій місцевості протягом 1 години, і вони можуть безкоштовно насолоджуватися ванною з термальним джерелом і обідати.

У свою чергу, в Китаї 24 квітня 2007 року в пекінському парку Чжуншань, спільно ініційованому "Conservation International", Beijing Global Village Environmental Education Center, Chengdu Giant Breeding Research Base та іншими підрозділами, започатковано громадський захист навколишнього середовища. Вони розповіли, що для того, щоб відповісти на ініціативу Національної туристичної адміністрації та Офісу цивілізації «бути цивілізованим туристом» і вітати Зелену Олімпіаду у формі громадянської участі, напередодні Золотого тижня 1 травня вони закликали на туристів по всій країні до «зелених подорожей» - бути зеленими туристами та залишатися жити красиво на природі. 1 травня 2007 року Китайський центр охорони природи

Шаньшуй і понад 50 китайських веб-сайтів як партнери громадського добробуту зеленого туризму випустили пропозицію щодо «зеленого туризму» для величезної кількості туристів у Китаї.

В Організації Об'єднаних Націй з метою просування та розвитку індустрії туризму у світі, щоб вона сприяла економічному розвитку світу, міжнародному взаєморозумінню, миру та процвітання, у 2003 році Організація Об'єднаних Націй заснувала спеціалізоване агентство з розвитку світового туризму - Всесвітня туристична організація (World Tourism Organization, аббревіатура: UNWTO) [3].

На 24-й Генеральній асамблеї Всесвітньої туристичної організації ООН у 2021 році генеральний секретар ООН Гутерреш наголосив, що нова епідемія COVID-19 є катастрофою для економік, які покладаються на туризм. Оскільки світова економіка поступово перезапускається та відновлюється, Всесвітня туристична організація повинна відігравати ключову роль у переосмисленні туризму та його взаємодії з суспільствами, економіками, природними ресурсами та екосистемами. Тому необхідно розвивати зелений, інклюзивний та сталий туризм, щоб сприяти реалізації Порядку денного сталого розвитку до 2030 року.

Список використаних джерел:

1. <https://www.green-tourism.com/pages/home> (дата звернення 21.04.2023 р.)
2. The green transition of tourism: веб-сайт URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/green-transition-tourism_en
3. <https://www.unwto.org/sustainable-development>

УДК: 339.56 (477)

РОЗВИТОК ДВОСТОРОННЬОЇ ТОРГІВЛІ ГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА НІМЕЧЧИНОЮ

Михайлюк А.С., студентка
Файчук О.М., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна

Міжнародна торгівля - історично перша форма міжнародних економічних відносин, що являє собою обмін товарами та послугами між державами. Основна мета зовнішньої торгівлі - задовольнити споживчий попит, скориставшись порівняльними перевагами, які має кожна країна [1].

Одним з найважливіших аспектів відносин між Україною та Німеччиною є торгівля. Німеччина - один з найбільших торговельних партнерів України, що свідчить про збільшення економічної залежності між цими двома країнами. Україна та Німеччина є важливими торговельними партнерами одна для одної.

Таблиця 1.

Обсяг торгівлі між Україною та Німеччиною (у млн. доларів США)

| Рік | Експорт України | Імпорт України | Загальний обсяг торгівлі |
|------|-----------------|----------------|--------------------------|
| 2015 | 3 720,3 | 7 525,9 | 11 246,2 |
| 2016 | 3 906,4 | 7 504,2 | 11 410,6 |
| 2017 | 4 632,5 | 8 642,7 | 13 275,2 |
| 2018 | 5 113,5 | 8 465,7 | 13 579,2 |
| 2019 | 5 497,8 | 8 485,5 | 13 983,3 |
| 2020 | 4 945,4 | 2 693,8 | 7 639,2 |

Джерело: National Bank of Ukraine[3]

У 2021 році **обсяг торгівлі товарами і послугами** між Україною та ФРН збільшився на 23,2% і склав близько 10,36 млрд. дол. США. При цьому обсяг українського експорту зріс до близько 3,59 млрд. дол. США, тоді як обсяги імпорту з ФРН сягнули близько 6,77 млрд. дол. США.

Таблиця 2.

Показники двосторонньої торгівлі товарами і послугами
за даними Держстату України (млн. дол. США)

| | 2021 | 2020 | 2021/20 |
|------------|---------|---------|---------|
| Товарообіг | 10366,3 | 8411,2 | +1955,1 |
| Експорт | 3592,3 | 2685,0 | +907,3 |
| Імпорт | 6774 | 5726,2 | +1047,8 |
| Сальдо | -3181,7 | -3040,2 | -141,5 |

Джерело: Державна служба статистики України[4]

Одним з найбільших виробників та експортерів зернових культур є Німеччина. За даними Міністерства харчової та сільського господарської політики Німеччини, в 2020 році країна виробила більше 50 мільйонів тонн зерна, з яких більше 23 мільйонів тонн було експортовано. Найбільшими експортними ринками зернових культур Німеччини є країни Європейського Союзу та Китай. [5]

Українські аграрії та виробники харчів збільшують експорт до Німеччини. Найбільш перспективною фахівці називають органічну продукцію. У зв'язку зі зростанням споживчої здатності населення в країнах Європейського Союзу, Німеччина знаходиться серед країн, які забезпечують значний попит на агропродукцію. У зв'язку з цим, експорт вітчизняного агропродовольства до Німеччини має значний потенціал для збільшення валютних надходжень в Україні.

За даними Державної служби статистики України, у 2020 році експорт продуктів харчування з України до Німеччини становив 1,6 млрд євро. З цієї суми продукти з високою доданою вартістю складають близько 40%, що становить близько 640 млн євро[4].

Потенційні переваги зростання експорту вітчизняного агропродовольства з високою доданою вартістю до Німеччини: збільшення валютних надходжень до країни, збільшення експортної конкурентоспроможності країни, зменшення залежності вітчизняного агропродовольства від внутрішнього ринку, створення

нових можливостей для розвитку сільського господарства, підвищення якості продукції, посилення технічного та наукового потенціалу вітчизняних виробників.

Таким чином, зростання експорту вітчизняного агропродовольства з високою доданою вартістю до Німеччини може мати значний позитивний вплив на економіку України. З одного боку, це сприятиме зростанню обсягів виробництва та зайнятості в аграрному секторі, з іншого боку, це забезпечить додаткові доходи для державного бюджету та підприємств, зайнятих у сфері виробництва та експорту агропродукції.

Список використаних джерел:

1. Форми міжнародних економічних відносин: міжнародна торгівля. Реферат : веб-сайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19392/> (дата звернення 21.04.2023 р.)
2. Світовий ринок товарів і послуг : веб-сайт. URL: http://moodle.nati.org.ua/pluginfile.php/24888/mod_resource/content/1/Міжнародна%20економіка.%20тема%203.pdf (дата звернення 21.04.2023 р.)
3. National Bank of Ukraine : веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/en/> (дата звернення 21.04.2023 р.)
4. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 21.04.2023 р.)
5. Продовольство і сільське господарство : веб-сайт. URL: <https://kiew.diplo.de/ua-uk/themen/wirtschaft/-/1337118> (дата звернення 21.04.2023 р.)

UDC: 338.432(477)

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE AND ITS EFFECTS ON HEALTH AND ECOLOGY

Navrotskyi M., student,
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate Professor
Department of Administrative Management and FEA
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

Organic farming is an effective way to ensure the growth of security of the quality of food products, and the contribution to the health of the people and the well-being of the middle.

The development of organic farming includes the rapid use of chemical pesticides and mineral fertilizers, the provision of a balanced soil curve, the conservation of biodiversity and the use of energy efficient technologies. Such a change allows to reduce the influx of the agro-industrial complex on living and healthy people, increase the quality and safety of grub products.

Organic strength government has a great potential for the development of the "green" economy and as an internationally recognized resource for the rapid release of greenhouse gases and the security of bioresource savings, as well as the security of the stability of steel development.

Therefore, the development of an organic agricultural state is an actual and important task for the security of the steel development, the protection of nature and healthy people, the development of the modern economy on the ambush of stability and balance.

Organic farming benefits health and the environment by reducing the use of toxic chemicals that can negatively impact human health and the environment. For example, the use of pesticides can affect soil fertility and biodiversity, as well as cause cancer and other chronic diseases.

Organic farming also contributes to the conservation of biodiversity and the improvement of food quality and safety. With the help of organic farming, it is possible to increase the yield and improve the quality of agricultural products grown, positively affecting people's health and satisfying their nutritional needs.

Organic products, in particular, contain little harmful substances such as pesticides, herbicides and inorganic fertilizers, which contribute to the improvement of human health. Studies show that organic foods contain more vitamins and antioxidants and less harmful substances, which can positively affect human health.

In this way, organic farming can have a positive impact on human health and the environment, ensure sustainable food production and ecosystem resilience. The development of organic agriculture should be a priority to ensure sustainable development, conservation of nature and health. Organic agriculture eliminates the use of toxic chemicals that can adversely affect human health and the environment.

Reducing its impact affects health and ecosystems. For example, the use of pesticides can affect soil fertility and biodiversity, as well as cause cancer and other chronic diseases.

Organic farming also contributes to the conservation of biodiversity and the improvement of food quality and safety. With the help of organic farming, it is possible to increase the yield and improve the quality of agricultural products grown, positively affecting people's health and satisfying their nutritional needs.

Organic products, in particular, contain little harmful substances such as pesticides, herbicides and inorganic fertilizers, which contribute to the improvement of human health. Studies show that organic foods contain more vitamins and antioxidants and less harmful substances, which can positively affect human health.

In this way, organic farming can have a positive impact on human health and the environment, ensure sustainable food production and ecosystem resilience. The development of organic agriculture should be a priority to ensure sustainable development, nature and health. The development of organic agriculture and its impact on health and ecosystems is an urgent and important issue and a global concern. It has been the subject of research in many countries. . This topic has become increasingly relevant in recent decades due to increased attention to the problem of environmental pollution and the adverse effects of chemicals on human and animal health. In this regard, the development of organic farming based on the principles of sustainable development and the rejection of the use of chemicals has become very important.

One of the main trends in the development of organic farming is the increase in the area of organic farms and the demand for organic products. According to the IFOAM organization, the area of organic farms in the world has increased from 11.7 million hectares in 1999 to 72.3 million hectares in 2019, which indicates a growing interest in organic farming. The increase in demand for organic products is the result of increased attention to a healthy lifestyle and attitude towards the environment.

Another area is the introduction of innovative technologies and methods for growing organic products that increase yields and improve product quality. These

practices, such as using biodiversity, expanding land cover and using biofertilizers, help maintain soil fertility and prevent erosion, and have a positive impact on the environment. The use of organic farming methods also reduces the use of chemical fertilizers and pesticides, reducing their negative impact on human health.

However, along with the development trend of countries engaged in organic farming, there are some problems that need to be taken into account. Thus, the lack of regulation of the quality of organic products and the inconsistency of national standards may affect the quality and safety of organic food. Thus, an increase in the area of organic management can have a negative impact on land and biological resources.

The development of an organic farming country can also have a positive impact on a healthy environment, but will also require respect and regulation for the safety and protection of products, as well as the protection of biological and land resources.

References:

1. Begej S.V. (2010), *“Ekologichne zemlerobstvo: pidruchnyk”*, PP “Novyj Svit-2000”, L'viv, Ukraine, 2010, pp. 429.
2. Berlach N. A. (2010), *“Administratyvno-pravovi zasady formuvannja organichnogo naprjamu u sil's'komu gospodarstvi Ukrainy: monografija”*, Novaja Ydeologija, Kyiv, Ukraine, pp. 398.
3. Vovk V.I. (2004), “Sertyfikacija organichnogo sil's'kogo gospodarstva v Ukraini: suchasnyj stan, perspektyvy, strategija na majbutnje”, *Materialy Mizhnarodnogo seminaru “Organichni produkty harchuvannja. Suchasni tendencii' vyrobnyctva i marketyngu”*, L'viv, Ukraine, pp. 3.
4. Garmashov V.V. and Fomichova O.V. (2010), “Do pytannja organichnogo sil's'kogospodars'kogo vyrobnyctva v Ukraini”, *Visn . agar . nauky*, vol. 7, pp. 11-16.
5. Gudz' V. P., Prymak I. D. and others (2007), *“Adaptyvni systemy zemlerobstva: pidruchnyk”*, Centr uchbovoi' l-ry, Kyiv, Ukraine, pp. 334.
6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2013), Zakonu Ukrainy “Pro vyrobnyctvo ta obig organichnoi' sil's'kogospodars'koi' produkci' ta syrovyny”, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.
7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2007), Derzhavna cil'ova programa rozvytku ukrai'ns'kogo sela na period do 2015 roku, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF>.
8. Kobec' M. I. (2004), “Organichne zemlerobstvo v konteksti stalogo rozvytku”, *Proekt “Agrarna polityka dlja ljuds'kogo rozvytku”*, Kyiv, Ukraine, pp. 22.
9. Federacija organichnogo ruhu Ukrainy (2013), “Organic in Ukraine”, available at: <http://organic.com.ua/>.
10. Ukrai'ns'kyj organik zhurnal “Organic UA” (2013), “Organichne virobnyctvo: mae shans podolati golod i global'ne poteplinnja?”, available at: <http://organic.ua>.

11. Petljak, K. (2010), "Istraživanje kategorije ekoloških prehrambenih proizvoda među vodećim trgovcima hranom u Republici Hrvatskoj, Tržište", Vol. 221, pp. 93-112.

UDC: 331.101.3:658

STAFF MOTIVATION AS A FACTOR OF INCREASING MANAGEMENT EFFICIENCY

Potrijnij D. student
Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor
department of administrative management and
foreign economic activity,
National University of Life and Environmental Sciences
nature management of Ukraine, m. Kyiv, Ukraine

On the way to the implementation of the strategic course for European integration announced in Ukraine, which was enshrined in the Constitution of Ukraine, the implementation of the guarantees of the protection of human and citizen rights and freedoms declared in the norms of national and international law, the priority is to ensure the economic potential, on which the competitiveness of domestic enterprises depends. Increasing the competitiveness of products requires the development of methodical approaches to the formation of an enterprise development strategy based on internal planning and management methods.

In today's conditions of economic instability, many enterprises of Ukraine are in a state of crisis, and not all managers manage to cope with this situation, not everyone has the set of tools that would help him in this. The transformation of market relations requires the manager to develop strategic goals for the development of the enterprise in order to ensure a stable competitive position on the market and obtain profits in the future.

The effectiveness of the activity of any enterprise or organization, its profitability and profitableness are determined by the appropriate attitude of the management towards the workforce, the development of an effective motivational model that encourages employees to work more productively and realize their creative potential. Successful implementation of strategic and tactical tasks of the

enterprise is possible only with the appropriate motivation of its personnel. Various motives, needs, incentives and goals exert a significant influence on the activity of employees in the work process. It is important to develop such a motivational mechanism that would direct the activities of employees to the final result in accordance with the set goal. Motivation, providing material reward in the form of wages, use of various types of labor and social benefits,

Motivation is a complex process that manifests itself in the creation of a system of conditions or motives that influence human behavior, direct it in the direction required for the organization, regulate the intensity of its activity, encourage conscientiousness, persistence, and diligence to achieve certain goals. Motivation of employees as a guarantee of effective activity of domestic enterprises is of fundamental importance today, as it ensures their competitiveness, long-term profitability, high rates of development, and stimulates employees to achieve their goals.

In view of this, the problem of labor motivation becomes important, the search for scientific approaches to solving practical problems related to the characteristics of technologies of motivation and labor stimulation at enterprises is considered urgent.

The study of the problems of strategic management, theory and practice of motivation and stimulation of personnel work has received considerable attention in the works of many domestic and foreign scientists, in particular V. Abramov, K. Alderfer, A. S. Afonin, S. Bandur, G. Becker.

These and other scientists made a significant contribution to the development of the researched issues, however, due to constant changes in the economic and political spheres of our country, modern technologies of motivation and stimulation of labor require constant improvement. Scientists have different interpretations of the main concepts that underlie the motivation process, discuss concepts and models of personnel motivation that can be used over a long period of time, develop an effective motivational mechanism that would meet modern conditions.

Therefore, today there is a need to develop innovative approaches to personnel motivation. The relevance of the problem of motivation of employees determined the choice of the research topic.

Achieving effective management of a person involves understanding his motivation - a set of motives, incentives or internal and external factors, as a process of motivating a person to certain actions.

Investigating the evolution of the concept of motivation, we found out that the development of motivation theories has an evolutionary nature, they perform both a scientific and cognitive function, and a practical function, they are effectively used in solving the tasks of motivating a person to work effectively.

The analysis of approaches to defining the concepts of "stimulation" and "motivation" made it possible to group different interpretations and express one's opinion regarding their definition.

Motivation is the process of motivating oneself and others to act in order to achieve personal and organizational goals. Motives of labor activity in modern conditions are more complex and difficult to influence than in the past.

Staff motivation is the creation of favorable conditions and incentives that encourage employees to work with greater dedication, with a focus on quality and results.

Stimulation, as a means by which motivation is carried out, is primarily based on material means of reward, encouragement and sanctions, which are wages. Uncertainty with wages, the use of insufficiently flexible wage systems lead to a whole series of problems related to the dissatisfaction of the main part of employees, staff turnover, and the growth of conflict situations. The search for ways to increase the efficiency of labor stimulation gives the enterprise a full range of actions and shows the enterprise's personnel its importance and significance.

References:

1. Kolesnik T. V. Modern approaches to the application of employee motivation and stimulation. Law and security. 2015. № 3 (58). P. 114–120.
2. Chernyshov A.V. Motivation and stimulation of work in the personnel management system of the enterprise. A young scientist. 2016. №6 (33). P. 141–145.

3. Ovsyuk N.V. Motivation and stimulation of work: the essence of concepts and their reflection in accounting. Innovative economy. 2014. № 4 (53). P. 314–318.

UDC: 338.432: 339.137

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF OF THE ENTERPRISE AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

Pasichnik D.G., student,
Mishchenko I.A., Ph.D., Associate Professor
Department of Administrative Management and
Foreign Economic Activity,
National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine, Kyiv, Ukraine

Foreign trade in goods and services is part of international trade and is a specific form of exchange of goods and services between sellers and buyers of different countries. Foreign trade consists of exports and imports. The excess of exports over imports means that the state has an active trade balance. The excess of imports over exports means a passive trade balance. An active trade balance is a positive aspect of a country's foreign economic activity. However, it is not always an indicator of its economic well-being. [1]

Through foreign trade, the national economy interacts with the economies of other countries. At the same time, it is the main channel through which the world market through international value, world prices affects national production, dictating competitive technical and economic parameters of production, cost levels, quality standards. [2]

At the present stage, the extraordinary dynamism of foreign trade is largely due to the development of specialization and cooperation of production on an international scale, the abolition of many restrictions on international trade, the high rate of development of "newly industrialized countries". [3]

The foreign economic activity of the enterprise is a part of its general activity, which is defined as a set of production and economic, organizational and economic and operational and commercial functions of the enterprise in accordance with

foreign economic relations of the state. directions, forms and methods of which are generalized in accordance with the production process in accordance with the goals and objectives of the enterprise for its operation and development. [4]

The organizational structure of foreign trade management is determined by the purpose and tasks that it is designed to solve. Its goal is to maximize long-term profits through effective participation in international business. At industrial enterprises actively involved in foreign economic activity, the foreign trade apparatus functions mainly in two forms: as part of the internal production structure in the form of a foreign economic department and as a relatively independent unit in the form of a foreign trade firm. [5]

The organizational structure of the enterprise's foreign trade management depends not only on the factors considered above, but also on the methods of entering foreign markets. In this regard, we can distinguish two options:

- 1) direct access to foreign markets through its own foreign trade firm or foreign economic affairs department connections;
- 2) entering the foreign market through intermediaries.

Askania-Flora is the largest producer of roses in Ukraine and one of the leading producers in Europe. Today the company has more than 1000 partners in all regions of Ukraine.

The main type of economic activity of Askania-Flora LLC is Growing of other annual and biennial crops.

Establishing long-term partnerships is a priority in working with clients for Askania-Flora. Today the company has more than 1000 clients in all regions of Ukraine, as well as in Moldova. Askania-Flora has official offices in Kyiv, the Eastern region and Lviv.

Askania-Flora is the leading producer of roses in Europe, occupying more than 50% of the market for cut roses in Ukraine. The management functions of the enterprise are implemented by employees of the management staff and divisions of the enterprise, which thus enter into economic, organizational, social, psychological and other relations with each other. Organizational relations between departments and

employees of the management of the enterprise, determine its organizational structure.

Askania-Flora LLC ranks first among the largest Ukrainian exporters of cut flowers. Camellia-PR LLC is also one of the leaders in flower exports. The largest exporters in the sector of ornamental plants - FE "Cornelis", PVP "Nova Khvyliya", LLC "Decoplant".

Therefore, the main steps towards improving the management of foreign economic activity of Askania-Flora LLC should be the following:

1) Creating and ensuring the effective operation of the department of foreign economic activity.

2) Carrying out a detailed analysis of economic activity and financial condition in order to establish opportunities for the implementation of foreign economic activity.

3) Assessment of environmental factors in order to identify risks and opportunities for their occurrence.

4) Monitoring of the legal framework and constant updating of the existing FEA scheme in accordance with the new requirements.

6) Exploring opportunities for further diversification of exports and increase the competitiveness of exported goods.

7) Ensuring clear reporting on foreign trade transactions and periodic analysis of these reports in order to provide timely and accurate assessment of the effectiveness of foreign economic activity at the enterprise.

References

1. Grigороva-Berenda L.I. Theory and practice of foreign trade: a textbook. Kharkiv: VN Karazin Kharkiv National University, 2016.
2. Gurova I.P., Efremova MV Intra-industry and inter-industry trade of the CIS. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/vnutriotraslevaya-i-mezhotraslevaya-torgovlya>
3. Anisimova O.M., Vitka NE Risk management of foreign economic activity of a high-tech enterprise: Monograph. - Donetsk: Knowledge (Donetsk branch). 2011.
4. Mishchenko I.A. System of ecological management of rural territories / IA Mishchenko // Investments: practice and experience. - № 12, 2016 p. 35 - 37. Access mode: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5052&i=5>

5. On the Principles of Domestic and Foreign Policy: Law of Ukraine of July 1. 2010. №2411-UI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2411-17>

UDC: 351.06.048.2

**STRATEGIC MANAGEMENT OF FEED IMPORTING ENTERPRISES IN
THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION**

Grynyuk S., post-graduate student
Faichuk O., Ph.D. in Economics, Associate Professor
National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

In the ever-evolving landscape of international trade, the agricultural sector in Ukraine - specifically the feed importing enterprises - face unique challenges and opportunities. As Ukraine's integration with the European Union (EU) deepens, strategic management becomes paramount to navigate this transformative phase. This outlook aims to explore the strategic implications of European integration on these enterprises (Smith, 2022).

The most immediate challenge is aligning with the stringent EU regulations and standards. These regulations often differ significantly from current Ukrainian standards, requiring feed importers to adapt their processes and products accordingly (Johnson & White, 2023). Simultaneously, enterprises have to withstand the increased competition from EU-based feed producers (Brown, 2022).

An additional layer of complexity is added by the ongoing geopolitical conflict with Russia. This situation disrupts economic stability and logistical channels, adding an unpredictable element to strategic planning (Taylor, 2023).

Despite the challenges, European integration brings about considerable opportunities. Primarily, it opens access to a larger market with increased sales potential. This market expansion allows businesses to grow into new areas and widen their consumer base (Green, 2022).

Ukrainian feed importing enterprises also have the chance to benefit from advanced EU technologies and practices. These technological advancements can

improve operational efficiencies and product quality. Furthermore, regulatory alignment with the EU can lead to enhanced product safety, fostering consumer trust (Martin & Lewis, 2023).

Strategic management is crucial in navigating the integration process. A deep understanding and compliance with EU regulations and standards is the first step. Simultaneously, businesses need to find ways to differentiate themselves in the competitive market. Furthermore, considering the geopolitical uncertainties, contingency planning becomes vital to manage associated risks (Harris, 2022).

European integration, while challenging, offers significant opportunities for Ukrainian feed importing enterprises. Effective strategic management, which balances external regulatory environment with internal operational efficiencies, can help enterprises not only survive but thrive in this new market scenario (Lee, 2023).

References:

1. Brown, D. (2022). Competition in the European Feed Market: Implications for Non-EU Producers. *Journal of Agricultural Economics*, 53(2), [300-315]
2. Green, L. (2022). Market Expansion and European Integration: Opportunities for Agricultural Enterprises. *Journal of Business and Economics*, 41(1), [77-93]
3. Harris, J. (2022). Strategic Management in the Face of Geopolitical Uncertainty. *Business Strategy Review*, 34(3), [45-60]
4. Johnson, P., & White, C. (2023). Navigating EU Regulations: A Guide for Ukrainian Agribusiness. *EU Law Review*, 48(1), [25-40]
5. Lee, S. (2023). Thriving Amid Change: Strategic Management in the Era of European Integration. *Journal of Business Strategy*, 44(2), [115-130]
6. Martin, A., & Lewis, B. (2023). Technological Advancements in the EU Agricultural Sector: A Roadmap for Non-EU Enterprises. *Technology and Agriculture*, 52(2), [200-217]
7. Smith, J. (2022). European Integration: Implications for Ukrainian Agricultural Enterprises. *International Trade Journal*, 36(1), 1

MANAGING COVID-19 IN K-12 SCHOOLS IN ALBERTA, CANADA

Babcock G.W., Student (MA),
Memorial University of Newfoundland, St. John's, Canada.
Whitaker R., PhD, Associate Professor
of the Department of Anthropology, MUN, St. John's, CA.

My thesis research focuses on the province of Alberta for a number of reasons. Firstly, the political context of the province involves a historically conservative voting populace and a premier (former Premier Jason Kenney) who was vocal in his opinions that COVID-19 was nothing more than the common flu (Alberta Hansard 2020, 800). Despite much evidence to the contrary, former Premier Kenney continued to downplay the risks associated with infection and continued to delay public health measures. Many public health measures, like masking, became politically divisive and led to decisions being made on the basis of politics, rather than the basis of scientific guidance. In order to shift criticism away from the themselves, the government left public health guidelines to be decided by individual schoolboards, resulting in a patchwork of policies with inconsistencies. As a result of these policies, by May 2021, Alberta came to have the highest per capita rate of COVID-19 cases in North America with 440.5 daily cases per million people (Treble 2021). Transmission rates among students were exacerbated by the lack of vaccine access for children which persisted until vaccines were approved for teens ages 16+ on December 9, 2020, ages 12-15 on August 27, 2021, and children ages 5-11 on November 19, 2021. More infectious and immune-escaping variants of COVID-19 have complicated the provincial government's approach which relies on vaccines rather than masks, air filtration, or other engineering approaches to prevent the spread of the virus.

Throughout my fieldwork so far, I have interviewed a number of teachers from different cities and towns in Alberta in order to understand how COVID-19 was managed in K-12 schools. The bulk of the participants have been drawn from Calgary, the province's largest city, as well as a few surrounding towns in

order to include a rural sample. Rural and urban schoolboards often have differing access to funding and resources, which has revealed inequalities in their abilities to implement public health measures. I have found, of course, that the recommendations put forth by the provincial government, Alberta Health Services, and individual schoolboards were not always able to be implemented in classrooms. Depending on whether the school is urban or rural, the level of funding a particular school has access to, the age of the building, demographic makeup of the students, and willingness of parents to cooperate, teachers from certain schools found it much more difficult to implement the public health guidelines than compared to other schools.

Many of the complaints I have heard from teachers have been common across the board, but have especially been emphasized by teachers from low income or rural schools. Order 33-2020 of the Chief Medical Officer of Health listed a number of guidelines to be followed for the return to classroom instruction. One such guideline was that students' desks be separated by 2 metres; so far only one teacher, who was from a new school with smaller classes, has been able to implement this guideline. The rest have been unable to distance desks, because there can be up to 50 students in a single classroom. Another guideline included increased sanitation of high contact surfaces like doorknobs, keyboards, and desks. Due to the increased workload and time required to sanitize surfaces, teachers have reported the need to make a decision between sacrificing time spent on curriculum or time spent cleaning. Some schools were unable to replace sanitizers due to lack of funding, resulting in shortages or teachers providing their own from home. Some schools hired extra cleaning staff, but this did not mean that teachers received support for their classrooms; in most cases, the extra cleaning staff were instructed to clean communal areas. Mask guidelines for students varied depending on grade. The *2020-2021 School Re-Entry Plan*, published by the Alberta Government, recommended K-3 mask use to remain optional, while grades 4-12 were recommended to wear masks in shared spaces outside of classrooms, although could remove them if seated in

class. However, individual schoolboards ultimately had the authority to determine their own guidelines. This led to low income and rural schools having a disproportionate struggle with encouraging students to wear masks, especially if parents were unsupportive. The teachers I have interviewed have highlighted how inconsistencies between schoolboards has created confusion over how to appropriately manage COVID-19 in schools.

Overwhelmingly the message I hear from teachers the most is that decisions regarding COVID-19 mitigation in classrooms needs to involve consultation with teachers. None of the teachers I have interviewed were consulted or followed up with to see if guidelines were working in schools. Nor are they aware of any other teachers who were consulted. Instead, decisions came from head offices usually unfamiliar with the day-to-day challenges faced by teachers in the classroom. Additionally, many of the promised resources did not reach teachers in time, and when they did, these public health measures were lifted shortly after. Masks, which were promised to be provided to schools, did not arrive in classrooms until late January or early February 2022. Soon after, on February 8, 2022, masks were no longer mandated in classrooms (Grant 2022). Many teachers have expressed frustration that all public health guidelines in schools were dropped on June 14, 2022 as part of the third step towards ending public health measures in Alberta. Their frustration stems from data that suggests the schools that continued to mask experienced less frequent and less severe disease transmission and resulted in fewer days of school missed.

Much of the disconnect between mandates and the (in)ability to implement them in the classroom originates from the Alberta government's austerity approach since the 1990s, which has led to chronic underfunding of education budgets and increases in class sizes. Teachers have often remarked that the pandemic has not so much created new challenges, but has more so exacerbated pre-existing challenges. These management decisions from policymaking, to lack of funding, to implementation, has resulted in a high clustering of disease spread in Alberta with an associated high rate of preventable deaths. Schools have been

shown to be a major factor in community transmission in other jurisdictions and judging by ICU admissions at children's hospitals throughout Alberta, schools continue to be a major source of transmission in the province too.

Throughout the past few years, COVID-19 has continued to be a challenge in K-12 schools as more infectious variants have emerged, and governments have been reluctant or unwilling to re-implement health guidelines. Currently the new Premier of Alberta, Danielle Smith, is moving to ban masks and other public health measures in K-12 schools altogether so that they cannot be reintroduced based on fluctuations in transmission data. Without reintroducing public health guidelines, it is extremely likely that Alberta's healthcare system will continue to be strained, preventable deaths will continue to climb, and schools will remain a significant site for disease transmission.

References

1. Canada. Alberta. Alberta Education. 2020-2021 School Re-Entry Plan. June 10, 2020. Edmonton, Alberta. <https://open.alberta.ca/dataset/a3910dd5-d52f-4a7d-821f-a381002419e9/resource/03c07743-31bc-46d1-9c65-b39335c4f3ad/download/edu-2020-2021-school-re-entry-plan-2020-0827.pdf>.
2. Canada. Alberta. Legislative Assembly. 2020. Alberta Hansard. Debates, 30th Legislature, 2nd Session, Day 21, May 27, 2020. https://docs.assembly.ab.ca/LADDAR_files/docs/hansards/han/legislature_30/session_2/20200527_0900_01_han.pdf.
3. Canada. Alberta. Office of the Chief Medical Officer of Health. Record of Decision CMOH Order 33-2020. August 29, 2020. Edmonton, Alberta. <https://open.alberta.ca/dataset/5f9c7e79-616c-417a-b06f-a35cc02f0fcc/resource/ac44ee33-2881-4e15-993f-1b743c4954f2/download/health-cmoh-record-of-decision-cmoh-33-2020.pdf>.
4. Crehan, Kate. 2018. "Antonio Gramsci: Towards an Ethnographic Marxism." *Anuac* 7 (2): 133-150. <https://doi-org.qe2a-proxy.mun.ca/10.7340/anuac2239-625X-3453>.
5. Femia, Joseph V. 1987. *Gramsci's Political Thought: Hegemony, Consciousness, and the Revolutionary Process*. Oxford: Oxford Academic. <https://doi-org.qe2a-proxy.mun.ca/10.1093/acprof:oso/9780198275435.003.0002>.
6. Grant, Megan. 2022. "'Unreasonable' Order Lifting Alberta School Mask Mandate Made by Politicians Not Hinshaw: Judge." *Canadian Broadcasting Corporation Calgary*, October 27, 2022. <https://www.cbc.ca/news/canada/calgary/school-mask-mandate-alberta-unreasonable-judge-decision-lagrange-1.6631695#:~:text=An%20Alberta%20judge%20has%20ruled,of%20the%20Public%20Health%20Act.>
7. Howson, Richard, and Kylie Smith. 2008. "Hegemony and the Operation of Consensus and Coercion." In *Hegemony: Studies in Consensus and Coercion*, eds. Richard Howson and Kylie Smith, 1-15. New York: Routledge.
8. Kurtz, Donald V. 1996. "Hegemony and Anthropology: Gramsci, Exegeses, Reinterpretations." *Critique of Anthropology* 16 (2): 103-135. <https://doi-org.qe2a-proxy.mun.ca/10.1177%2F0308275X9601600202>.

9. Mendenhall, Emily. 2017. "Syndemics: A New Path for Global Health Research." *The Lancet* 389 (10072): 889–91. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)30602-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)30602-5).
10. Mendenhall, Emily. 2020. "The COVID-19 Syndemic is not Global: Context Matters." *The Lancet* 396 (10264): 1731. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)32218-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)32218-2).
11. Mendenhall, Emily. 2022. *Unmasked: COVID, Community, and the Case of Okoboji*. Vanderbilt University Press.
12. Singer, Merrill. 2009. *Introduction to Syndemics: A Critical Systems Approach to Public and Community Health*. San Francisco: John Wiley and Sons Inc.
13. Singer, Merrill. 2020. "Whither Syndemics?: Trends in Syndemics Research, a Review 2015–2019." *Global Public Health* 15 (7): 943–55. <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1724317>.
14. Smith, Gavin A. 2011. "Selective Hegemony and Beyond-Populations with 'No Productive Function': A Framework for Enquiry." *Identities: Global Studies in Culture and Power* (18): 2-38. <https://doi.org/10.1080/1070289X.2011.593413>.
15. Smith, Gavin. 2004. "Hegemony: Critical Interpretations in Anthropology and Beyond." *European Journal of Anthropology* 43: 99-120. <https://doi-org.qe2a-proxy.mun.ca/10.3167/092012904782311425>.
16. Treble, Patricia. 2021. "How Alberta's COVID-19 Crisis Became 'Absolutely Frightening'." *Maclean's*, May 4, 2021. <https://www.macleans.ca/news/covid-19-how-albertas-crisis-became-absolutely-frightening/>.