

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів
і природокористування України**

Університет Прикладних Наук Вайєнштефан-Тріздорф (Німеччина)

Словацький Агарний Університет в Нітрі (Словаччина)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VII Міжнародної науково-практичної конференції студентів,
аспірантів та молодих учених**

«НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»

9 травня 2024 р.



Київ – 2024

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з науково-педагогічної роботи НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету;

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

ШЛАУДЕРЕР Ральф – відповідальний за міжнародні навчальні проекти та співпрацю Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, доктор наук, професор, співголова оргкомітету;

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

Члени оргкомітету:

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

БУТЕНКО Віра – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор;

ІБАТУЛЛІН Марат – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор;

КАЛІВОШКО Олексій – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор;

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

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

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

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

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

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

ТЮРИНА Альона – доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

ЧОРНЕНЬКА Людмила – доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності НУБіП України, к.е.н., доцент;

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

МІЩЕНКО Іван – доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез.

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №12 від 17 червня 2024 р.).

«НОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 9 травня 2024 р. – К.: НУБіП України, 2024. – 130 с.

У збірнику представлено результати досліджень сучасних проблем вітчизняного аграрного сектору. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків, які цікавляться питаннями трансформації сільського господарства України в умовах воєнного стану та інтеграції до ЄС.

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

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2024
© Автори, 2024

ЗМІСТ

ВОЙНИЦЬКА Н., ГОЛОМША Н. ОПТИМІЗАЦІЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
ГРИГОРЕНКО О., ХАРЧЕНКО Г. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	8
СЕМЕНЮК А., ГОЛОМША Н. СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	10
КАМУНІНА О., FAICHUK O. GREENHOUSE GAS EMISSIONS FROM AGRIFOOD SYSTEMS.....	14
ЗЕЛЕНЮК В., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	17
КОРХ С., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	20
ГОПКА М., КОВТУН О. ПЕРЕРОБКА КУКУРУДЗИ, ЯК ШЛЯХ ДО СТАЛОГО МАЙБУТНЬОГО.....	23
ЖУЛЕНКО К., ГОЛОМША Н. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА.....	25
ПОТАПЕНЯ М., ГОЛОМША Н. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	27
КОЛОМІЄЦЬ О., ФАЙЧУК О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОХОЛДИНГУ «АСТАРТА-КИЇВ».....	30
КЛИМЕНКО М., ДІБРОВА Л. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ХЕДЖУВАННЯ РИЗИКІВ ВИРОБНИКІВ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	34
ГУБАРЄВ І., ДІБРОВА Л. СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ... 	37
YASTREBINSKA M., FAICHUK O. THE ESSENCE OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION OF UKRAINE.....	41
GAO XUYI, RALKO O. INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISE IN TERMS OF INTERNATIONAL ACTIVITY.....	44
BALABAN A., FAICHUK O. EMPLOYMENT TENDENCIES AND GLOBAL TRENDS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE.....	46
ФЕРТЮК В., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	49
ВЕКЛЕНКО О., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	52
НЕКЛЕСА А., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	55
ЗЕЛЮК В., КУЗЬМЕНКО С. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	58
КОЗУБ Є., ПАЩЕНКО О. АНАЛІЗ РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР.....	61
ПАЩЕНКО О., ЖАРИКОВА О. СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	65
ЯКИМЕНКО Ю., ПАЩЕНКО О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	69
СЄРОВА М., ТЮРІНА А. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ.....	72
КОЗАЧУК О., ТЮРІНА А. УПРАВЛІННЯ АГРОБІЗНЕСОМ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	76
ЛУЦИК І., ТЮРІНА А. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ.....	80

ЩУР В., ТЮРИНА А. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	82
XINXIN W., TIURINA A. SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A FRAMEWORK FOR BUILDING AN INTERNATIONAL BUSINESS STRATEGY.....	85
RUI W., TIURINA A. SOME FEATURES OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT.....	87
КОНОТИУК М., МИШЧЕНКО І. MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE.....	89
ГАПІЙЧУК А., МИЩЕНКО І. ОСОБЛИВОСТІ СУТНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	91
DUAN J.Y., MISHCHENKO I. FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE AT EU MARKETS.....	94
VEROZUB V.V., MISHCHENKO I.A. AGRICULTURAL ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY ON THE INTERNATIONAL MARKET.....	95
SHERBINA A., MISHCHENKO I. THE SIGNIFICANCE OF THE GOVERNMENT PORTAL DURING EUROPEAN INTEGRATION.....	97
NAVROCKIJ M., MISHCHENKO I.A. EUROPEAN UNION - TRADE TRENDS IN AGRICULTURE PRODUCTS.....	99
КАЗИМИРОВ А., ТЮРИНА А. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	102
LIU JIZHOU, MISHCHENKO I. THE ROLE OF ENTERPRISES IN IMPLEMENTING THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	105
KOSTIUK Y. THE ROLE OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE MODERN WORLD.....	106
КОЛІСНИК І.О., ДІБРОВА Л.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	109
КОЛОШНЮК Д.В., ДІБРОВА Л.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	112
МОГИЛА Ю.С., ДІБРОВА Л.В. ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	116
ЗАГОРУЛЬКО А.О., КОВТУН О.А. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	121
СКІБЦЬКИЙ О., ТЮРИНА А.А. КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ.....	124
GRYNYUK S.V., FAICHUK O.M. PROSPECTS OF PRODUCTION AND EXPORT OF UKRAINIAN FEED IN THE CONTEXT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION.....	127
ТИМКІВ Б.С., ДІБРОВА Л.В. СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ КУКУРУДЗИ ТА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	130

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

Однією з основних вимог забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку є формування ефективної товарної політики підприємства, зокрема оптимального асортименту, який задовольняв би потреби споживачів, сприяв ефективному використанню ресурсів підприємством та забезпечував отримання бажаного прибутку.

Для споживача оптимальний асортимент – це сукупність товарів, що максимально задовольняють потреби, а для виробника – це набір товарів, реалізація якого, дозволяє підприємству досягнути максимально ефективного функціонування. Оптимальним вважається такий асортимент, який включає стратегічні товарні одиниці, які знаходяться на початкових етапах життєвого циклу і мають перспективу розвитку, тобто будуть забезпечувати прибутки в майбутньому та такі товари, які вже завоювали певну частку ринку, знаходяться на етапі зрілості та є основним джерелом прибутку підприємства сьогодні.

Процес формування та оптимізації асортименту можна розділити на етапи:

- Аналіз ринку та структури попиту, на якому необхідно провести ретельне дослідження динаміки продажів за товарними групами, окремими товарами та стратегічними бізнес-одиницями. Важливо оцінити перспективи зміни попиту та рівень конкуренції на існуючих та потенційних ринкових сегментах, де компанія представлена або планує розширити свою присутність. На основі зібраної інформації розробляються варіанти рішень щодо змін в асортименті, спрямовані на підвищення задоволеності споживачів, зміцнення конкурентних позицій та збільшення частки ринку;

- Фінансовий аналіз пропозицій, на якому здійснюється аналіз фінансових показників за товарними групами, окремими товарами або стратегічними бізнес-

одинацями з метою обґрунтування доцільності змін у структурі асортименту з фінансової точки зору;

- Затвердження остаточного варіанту асортименту, де розробляється остаточний варіант рішення щодо оптимізації товарного асортименту компанії з урахуванням наявних ресурсів і можливостей для його реалізації. [2]

Для аналізу наявного асортименту підприємства та його оптимізації використовується багато різноманітних методик, найпоширенішими з яких є ABC аналіз, матриця BCG та матриця McKinsey. Кожен з цих методів використовує різні критерії для аналізу та відповідає на різні питання щодо оптимізації товарного асортименту. Так, ABC аналіз використовує лише один фактор для аналізу, матриця BCG – два, а матриця McKinsey значно більше.

Різняться ці методи також кількістю груп, на які ділиться товарний асортимент. Так, при використанні ABC аналізу асортимент ділиться на три товарні групи, при використанні матриці BCG – на чотири, а в матриці McKinsey – на дев'ять товарних груп.

Вибір того чи іншого методу аналізу залежить від галузі діяльності підприємства та продукції, яку воно виробляє, на якому ринку та в якому конкурентному середовищі працює, які цілі ставить в своїй товарній політиці. Однак при виборі слід пам'ятати, що жоден з цих методів не охоплює всі фактори, які можуть впливати на асортимент підприємства і не може гарантувати бажаного результату. Кожен з цих методів має як переваги, так і недоліки. (таблиця 1).

Враховуючи особливості вищенаведених методів оптимізації товарного асортименту спеціалісти рекомендують використовувати ABC аналіз щомісяця, матрицю BCG – раз на рік, матрицю McKinsey – раз в два-три роки. [1].

Таким чином, щоб провести комплексний аналіз товарного асортименту підприємства та розробити рекомендації щодо його оптимізації доцільно поєднувати кілька з поданих методів, враховуючи особливості ситуації, в якій перебуває підприємство.

Методи аналізу для оптимізації асортименту продукції підприємства

Метод	Критерії для аналізу	Опис методу	Кількість груп, на які ділиться асортимент	Переваги	Недоліки
ABC аналіз	Обсяг реалізації (прибуток)	Товари поділяються на групи А (20% товарів, що дають 80% результату), В (наступні 30% товарів) та С (решта 50% товарів).	Три	- простота проведення; - наочність результату; - не потребує багато часу; - наявність інформації	- не враховано динаміку попиту; - використовується лише один показник для аналізу
Матриця BCG	Частка ринку, темп зростання ринку	Товари поділяються на "зірки" (висока частка ринку та високі темпи зростання), "дійні корови" (висока частка ринку, низькі темпи зростання), "дикі кішки" (низька частка ринку, високі темпи зростання) та "собаки" (низька частка ринку, низькі темпи зростання).	Чотири	- простота проведення; - наочність результату; - показує фінансові рішення щодо кожного виду продукції	- рекомендації вказують лише загальну стратегічну орієнтацію і вимагають уточнень
Матриця McKinsey	Конкурентоспроможність продукції, привабливість ринку	Схожа на матрицю BCG, але привабливість галузі оцінюється комплексно, а не лише за темпами зростання. Конкурентна позиція оцінюється за допомогою більшої кількості чинників, ніж лише частка ринку.	Дев'ять	- вказує напрям пріоритетного інвестування; - більше факторів для аналізу	- складність збору інформації; - не дає реальних рекомендацій щодо товарної стратегії

Джерело: розроблено авторами.

Список використаних джерел:

1. Колесніков В. П. Формування та оптимізація товарного асортименту підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. 2013. Вип. 23. С. 48-50.
2. Кузьминчук Н. В. Формування асортиментної політики виробничого підприємства. зб. наук. пр. Темат. Вип.: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. Харків : НТУ "ХПІ". 2014. № 66 (1108). С. 76-83.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Григоренко О. аспірант
Харченко Г.А. к.е.н., доцент
кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

У сучасних конкурентних умовах господарювання однією з ключових проблем управління є використання потенціалу працівників, щоб досягнуті ними результати були якомога вищими. Більшість працівників підприємств потребують мотивації, щоб якнайкраще використовувати свій потенціал та досягати цілей. Деякі працівники мотивовані матеріальними благами, тоді як інші вважають визнання та винагороду особистою мотивацією.

Відмітимо, що рівень мотивації на робочому місці безпосередньо впливає на продуктивність працівників. Працівники, які вмотивовані та захоплені своєю роботою, виконують свої обов'язки якнайкраще, і в результаті продуктивність підвищується. Невмотивовані працівники, швидше за все, витратять недостатньо зусиль або взагалі не витратять їх на виконання своїх обов'язків, уникатимуть роботи якомога більше, залишать організацію, якщо буде така можливість, і виконуватимуть роботу низької якості. З іншого боку, працівники, які відчують мотивацію до роботи, ймовірно, будуть наполегливими, творчими та продуктивними, виконуючи високоякісну роботу, за яку вони охоче беруться.

Зауважимо, що у сучасних наукових джерелах є чимало визначень поняття «мотивація», що розкривають її сутність по різному. У загальному розумінні мотивація – це сукупність внутрішніх сил, що спонукають людину до виконання певних дій; в управлінні – це система, що характеризує сукупність взаємопов'язаних заходів, що стимулюють окремого працівника або трудовий колектив щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей підприємства [1; 2].

Мотивація праці відображає комплекс матеріальних і нематеріальних стимулів, що має на меті забезпечити якісну та продуктивну працю, а також спосіб привернути

в підприємство найбільш талановитих фахівців та утримати їх. Існують різні чинники ефективної мотивації персоналу, які визначають, що є найбільш значущим для людини. Як правило, це не один фактор, а сукупність, і разом вони складають карту або набір мотиваційних чинників персоналу.

Відмітимо, система мотивації персоналу, звичайно ж, не може бути єдиною для всіх підприємств і посад в межах цього підприємства. Ефективна система мотивації неодмінно повинна враховувати стратегічні цілі організації, її плани розвитку, модель корпоративної культури, а так особливості посади. Тільки в цьому випадку вона стане тим самим інструментом, який дозволить менеджменту організації отримати бажаний результат [2; 3].

Від ефективності формування та реалізації мотивації персоналу залежить якість та ефективність роботи, соціально-психологічний клімат колективу. Варто зазначити, що система мотивації є визначальною підсистемою системи управління персоналом в цілому. Від якості реалізації системи залежить належна поведінка працівників. В процесі формування системи управління персоналом кожна організація самостійно вибирає такі методи, що мотивують весь колектив до досягнення стратегічних цілей [4].

Відмітимо, що мотивація є результатом взаємодії як свідомих, так і несвідомих чинників, таких як інтенсивність певної потреби, цінність стимулу чи винагороди та очікування індивіда. Ці чинники є причинами, які змушують поводитися певним чином. В сучасних організаціях заохочення працівників мають різні форми. Стимули мотивують працівників, оскільки вони пропонують працівникам більше, ніж звичайна зарплата. Деякі працівники мотивуються через почуття виконаного обов'язку та досягнень особистих і професійних цілей.

Стимули та винагороди мало впливають на працівників, які відчують мотивацію лише тоді, коли вони впевнені у своїх силах і особисто ідентифікують свою роль в організації. Ці люди працюють продуктивно заради особистого виклику, який створює їхня робота. Є кілька способів, якими роботодавці можуть мотивувати працівників і підвищити продуктивність працівників. Оскільки різні фактори по-різному впливають на працівників, роботодавці можуть використовувати стратегії

мотивації, які охоплюють кілька методів. Наприклад, щоб вплинути на працівників та досягти довгострокових виробничих цілей, роботодавець може запровадити програму, яка заохочує дружню конкуренцію між працівниками за досягнення показників виробництва. Після завершення програми роботодавці можуть публічно відзначити найкращих виконавців за добре виконану роботу.

Отже, як висновок зауважимо, що мотивація праці відображає комплекс матеріальних і нематеріальних стимулів, що має на меті забезпечити якісну та продуктивну працю, а також спосіб привернути в підприємство найбільш талановитих фахівців та утримати їх. Існують різні чинники ефективної мотивації персоналу, які визначають, що є найбільш значущим для людини.

Список використаних джерел:

1. Лисак В. Ю., Ткачук В. В. Мотивація праці управлінського та виробничого персоналу: теоретичні аспекти. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 13(2). С. 108–111.
2. Меленчук І., Яремко І. Підвищення мотивації персоналу як чинника ефективності діяльності організації. *Grail of Science*. 2022. № 17, С. 94–98. DOI:<https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.07.2022.013>.
3. Сікун О. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства. *Молодий вчений*, 2019. № 1 (65), С. 506-510.
4. Харченко Г.А., Боровий Ю.М. Особливості соціально-психологічних методів в управлінні підприємством. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. (Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства). 2013. № 53. С. 178–181.

УДК 331.101

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

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

Одним з основних принципів ефективної системи управління підприємством є мотивація персоналу, яка включає політику, процеси та процедури винагороди працівників.

При формуванні системи мотивації персоналу необхідно підвищити зацікавленість персоналу в особистих результатах, узгодити з персоналом досягнення

цілей підприємства через підвищення індивідуальних здібностей кожного працівника, надати можливості для зростання професіоналізму та результативності працівника. [1]

Система мотивації персоналу включає:

- ефективну співпрацю керівників з підлеглими, участь персоналу у вирішенні проблем підприємства;
- організацію праці, а саме зручне робоче місце, безпеку при виконанні службових обов'язків, гнучкість графіків роботи;
- корпоративну культуру компанії, узгодження інтересів компанії та працівників;
- соціальний захист працівників (медичне страхування тощо);
- кадрову політику (підвищення рівня кваліфікації тощо);
- інформаційну систему – надання працівникам інформації про загальний стан компанії на ринку.[3]

Ефективна система мотивації має ґрунтуватися на комплексному підході, який поєднує в собі різні види мотивації персоналу, як фінансові, так і нематеріальні стимули. (Рис. 1). Її мета - підвищити продуктивність праці та операційну ефективність підприємства.

Саме такий підхід використовує ТОВ «Кернел». Базове стимулювання працівників компанії полягає в комплексному підході, який охоплює як матеріальні, так і нематеріальні стимули, а саме:

- заробітна плата, премії, доплати та компенсації залежно від умов праці, а також фіксовані виплати при виході на пенсію та фінансова підтримка у разі виникнення складних особистих обставин у працівника. При оптимізації персоналу, що призводить до скорочення чисельності працівників, фонд оплати праці відповідно не зменшується, а розподіляється між рештою колективу;
- медичне обслуговування, включаючи добровільне медичне страхування для штатних працівників, страхування життя для працівників, які покривають витрати на страхування, та страхування від нещасних випадків на виробництві;

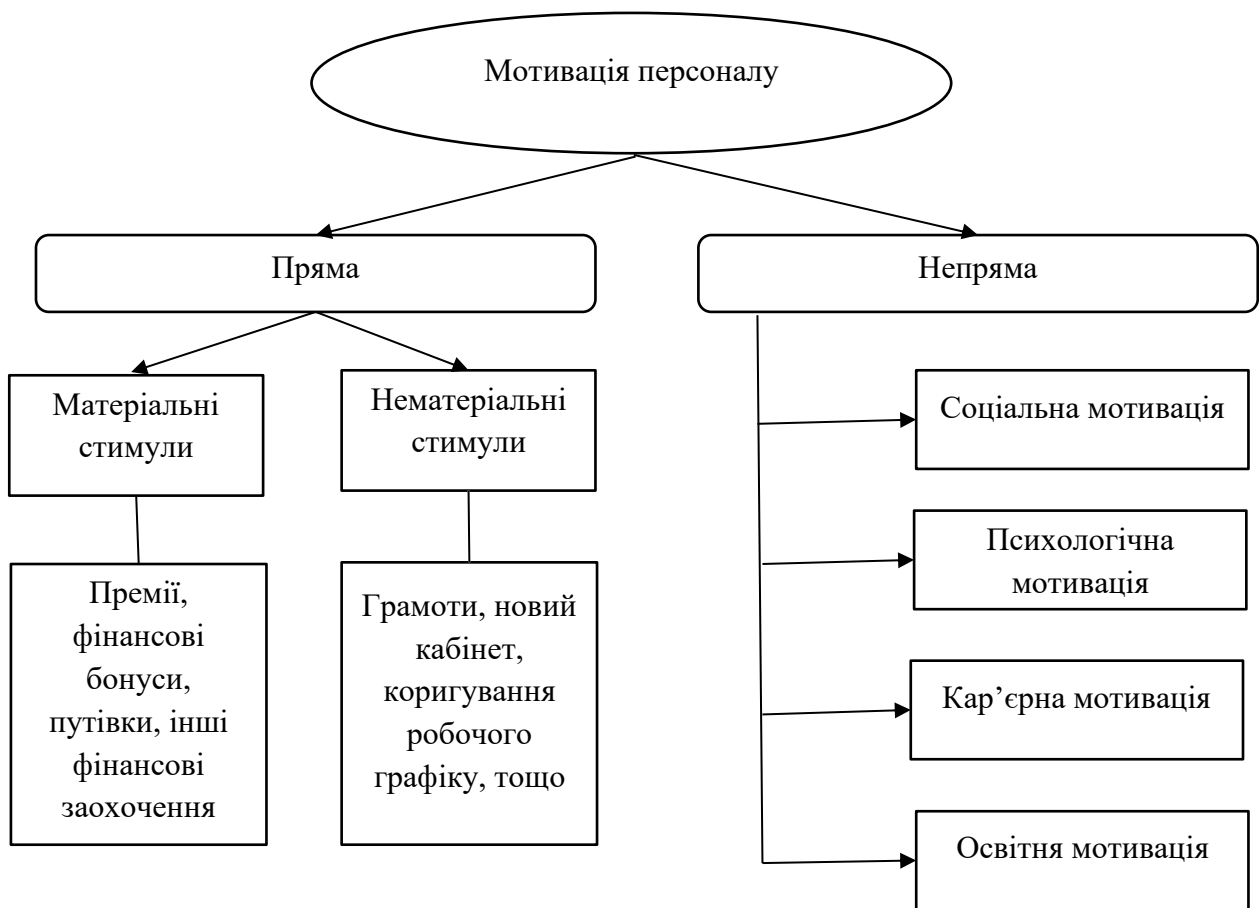


Рис. 1. Види мотивації персоналу

- медичне обслуговування, включаючи добровільне медичне страхування для штатних працівників, страхування життя для працівників, які покривають витрати на страхування, та страхування від нещасних випадків на виробництві;

- винагороди за вдосконалення виробництва. Так, у 2023 році ТОВ Кернел запустила новий проект для мотивації співробітників під назвою «Синергія змін», який спрямований на максимізацію операційної ефективності в усіх сегментах бізнесу шляхом надання співробітникам можливості реалізовувати свої ідеї та отримувати винагороду, якщо їхні пропозиції сприяють збільшенню обсягу прибутку підприємства;

- інші пільги включають спонсорство освітніх та спортивних заходів, забезпечення харчуванням на робочому місці, безкоштовний проїзд на роботу тощо [2, с. 63].

Підтримка співробітників у воєнний час, безпека та їх добробут є найвищим пріоритетом в умовах військових дій в Україні, спричинених російським вторгненням. У 2023 році ТОВ «Кернел» продовжує надавати широку підтримку своїм співробітникам, особливо тим, хто захищає країну або є внутрішньо переміщеними особами. Протягом 2023 року до лав Збройних сил України було мобілізовано 779 співробітників компанії, тоді як 124 співробітники були демобілізовані. Оскільки контекст воєнного часу тісно переплітається з повсякденним життям компанії, у 2023 році компанія розпочала програму адаптації ветеранів, основна увага якої зосереджена на працівниках компанії, які демобілізувалися та повертаються до цивільного життя. Програма має на меті допомогти ветеранам у самореалізації та плавній інтеграції в бізнес-процеси. Вона складається з трьох ключових компонентів, а саме:

- фізичне відновлення, включаючи компенсацію витрат на лікування та протезування;
- психологічне відновлення, що передбачає індивідуальну роботу з професійними психологами;
- інтеграція на робочому місці, що також передбачає спеціальні тренінги з комунікативних навичок та етики для інших співробітників.

Останнє може також включати переобладнання робочого місця або обладнання для пристосування до людини з протезом. Після повернення на роботу ветерани також можуть змінити свою попередню професійну кваліфікацію за спеціальної підтримки HR-відділу. Програма адаптації ветеранів Кернел була відзначена рейтингом Forbes Top-25 рейтингу Forbes в Україні [2].

Список використаних джерел

1. Кустріч Л.О. Інноваційні методи управління персоналом на підприємствах. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2022. Вип. 100 (2). С. 250–262.
2. Kernel Holding S.A. Річний звіт за рік, що закінчився 30 червня 2023 року URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2024/02/FY2023_Kernel_Annual_Report.pdf#page=56 (дата звернення: 28.04.2024).
3. Ягодзінський С.М., Козинець А.О. Стратегія удосконалення системи управління персоналом підприємства. Підприємництво і торгівля. 2023. №36. С. 44-50.

GREENHOUSE GAS EMISSIONS FROM AGRIFOOD SYSTEMS

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

According to the FAOSTAT Analytical Brief 50 (2022) global anthropogenic GHG emissions in 2020 were 52 Gt CO₂ eq, a 4% decrease from 2019's 54 Gt CO₂ eq, which is consistent with the well-documented decline in economic activity brought on by the COVID-19 pandemic. Still, they represented a 34% increase over 2000. Simultaneously, 2020 emissions from agrifood systems were 16 Gt CO₂ eq, which is a 3% decrease from 2019 but a 9% increase from 2000. As a result of agrifood systems' emissions growing much more slowly than those of the rest of the economy, which is dominated by the combustion of fossil fuels for energy use, the share of agrifood systems in total emissions in 2020 (31 percent) confirmed the steady downward trend from the levels of 2000 (38 percent). Actually, since 2000, emissions other than food have increased by about 50% (Figure 1). [1]

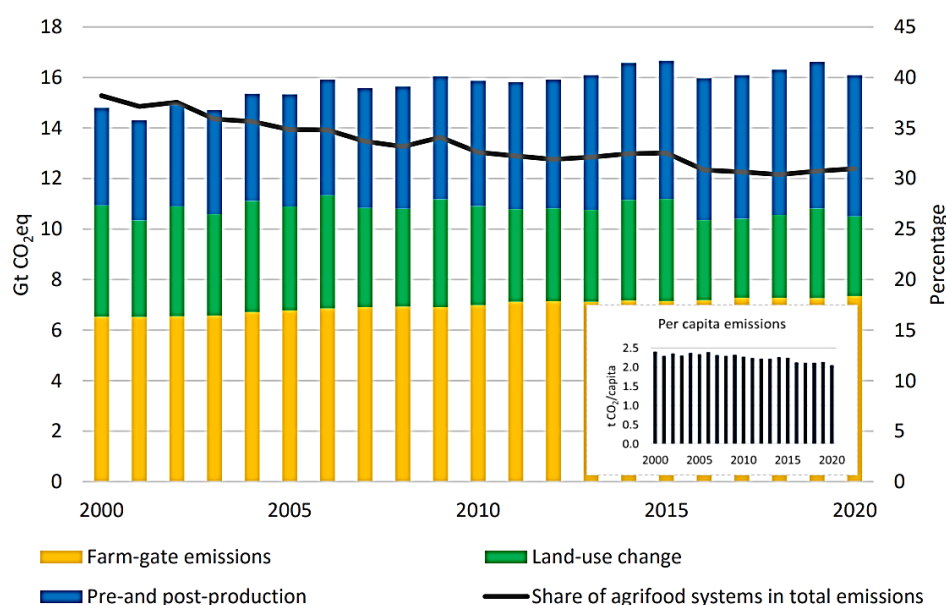


Fig. 1 Global agrifood systems emissions by component and indicator

Source: (FAOSTAT Analytical Brief 50 FAOSTAT Emissions Background, 2022) [1].

An additional segmentation by subcomponent aids in elucidating the relative significance of particular procedures throughout global supply, consumption, and production chains. The two main sources of emissions from the global agrifood systems in 2020 were CH₄ from intestinal fermentation of ruminant cattle (2.8 Gt CO₂ eq) and CO₂ emissions from deforestation (2.9 Gt CO₂eq), which combined accounted for almost 40% of the total. Other significant global contributors included CO₂ emissions from home use, which came in at roughly 1.3 Gt CO₂eq, and CH₄ emissions from the disposal of food waste and livestock manure. Each of these elements can be seen in Figure 2. (FAOSTAT Analytical Brief 50, 2022) [1]

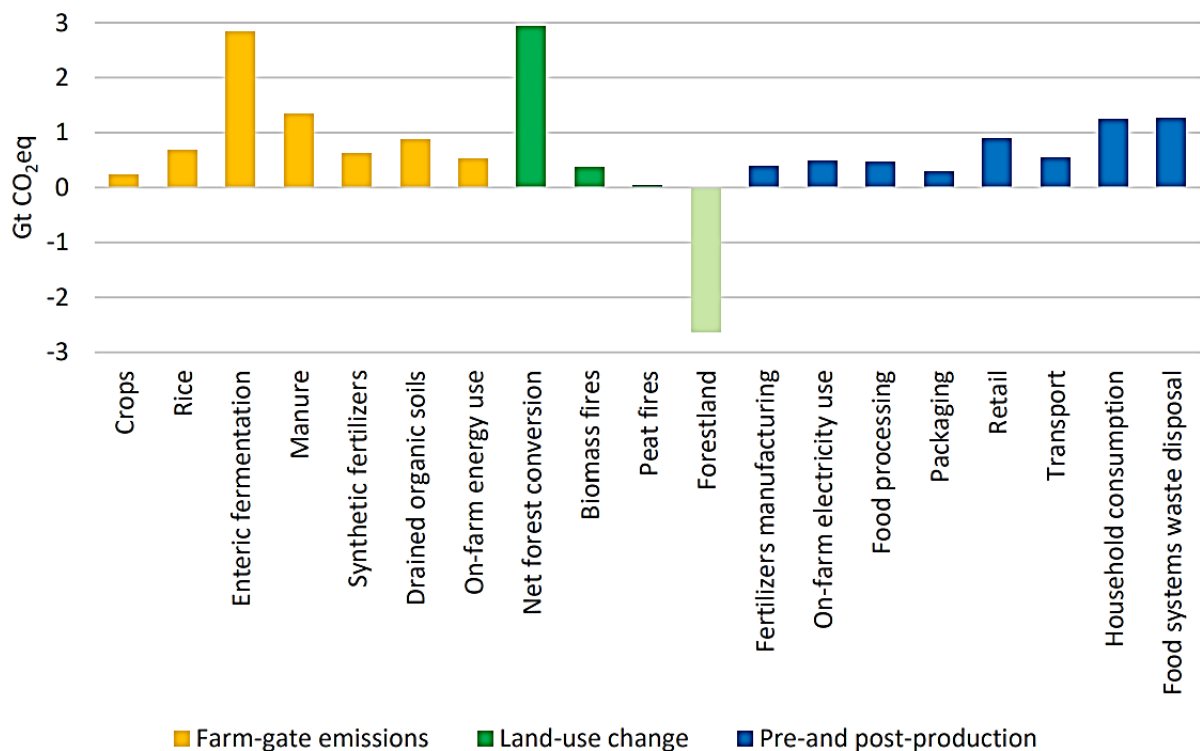


Fig. 2 Detailed composition of agrifood systems emissions in 2020

Source: (FAOSTAT Analytical Brief 50 FAOSTAT Emissions Background, 2022) [1]

Based on the Jensen and Scalamandrè (2023) work the production and distribution of agriculturally derived food and non-food items are included in agri-food systems. In contrast to other industries, this one has not seen a notable decline in greenhouse gas (GHG) emissions in the last several years. There can be readily available solutions for some of the

sector's emissions, even when others are difficult to reduce. The agrifood system's GHG emissions may also be decreased by a few EU instruments and policies [2].

According to calculations by the European Topic Centre on Climate Change Mitigation, policies and measures currently in place are expected to prompt only a 1.5 % reduction in the agricultural sector's emissions between now and 2040. (Jensen , Scalamandrè 2023) [2].

The research by European Commission (2023) released today offers preliminary information on potential pricing and carbon farming strategies that might be implemented in the agri-food value chain to help the agricultural and LULUCF sectors further reduce greenhouse gas emissions and help the EU reach its long-term objective of net-zero GHG emissions by 2050. The study will contribute to the policy discussion that will ensue once the European Commission publishes its communication on an EU climate objective for 2040 in the first quarter of 2024, together with additional inputs examining a variety of policies. Based on a thorough impact assessment, that communication will set the stage for a legislative proposal to change the European Climate Law in order to create an EU 2040 climate target. In order to meet the 2040 deadline, any further sectoral legislation would come at a later date, and be subject to the usual preparatory and legislative processes. [3]

References:

1. Greenhouse Gas Emissions from Agrifood Systems Global, Regional and Country trends, 2000-2020 Greenhouse Gas Emissions from Agrifood Systems Global, Regional and Country trends, 2000-2020 FAOSTAT Analytical Brief 50 FAOSTAT Emissions Background, 2022. Online. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Available from: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/121cc613-3d0f-431c-b083-cc2031dd8826/content>
2. Jensen , Liselotte and Scalamandrè, Chiara, 2023. AT a GLANCE Towards Climate Neutrality Farm Gate Pre-and post-production Land Use Change Online. Available from: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739327/EPRS_ATA\(2023\)739327_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2023/739327/EPRS_ATA(2023)739327_EN.pdf)
3. Directorate-general for climate action, 2023. Looking at How to Mitigate Emissions from Agriculture. climate.ec.europa.eu. Online. 13 November 2023. Available from: https://climate.ec.europa.eu/news-your-voice/news/looking-how-mitigate-emissions-agriculture-2023-11-13_en

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зелюк В.О., студентка,
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Забезпечення підприємств ефективними механізмами ведення зовнішньоекономічної діяльності є одним з ключових аспектів конкурентоспроможності. Приведення цих важелів у дію вимагає значних організаційних інвестицій та часу для створення ефективної системи організації, управління та контролю. Це означає розробку стратегії зовнішньоекономічної діяльності, аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність компаній, оцінку ризиків, розробку низки планів, дій, моніторинг і контроль, збір інформації та перевірку відповідності останнім вимогам і тенденціям.

Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства полягає в сукупності зовнішньоекономічних операцій, що відбуваються в сфері господарської діяльності, які здійснює підприємство з метою одержання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на зовнішній ринок, а під управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства слід розуміти комплексну оцінку та моделювання внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства в ув'язці з налагодженою взаємодією всіх його підрозділів задля досягнення прибутку в його зовнішній діяльності.

В свою чергу, сукупність прийомів управління, які сприяють забезпеченню високої ефективності діяльності підприємства становлять метод управління. Від правильно обраного методу управління, спрямованого на досягнення мети підприємства у найкоротші строки за умов раціонального використання всіх видів ресурсів залежить чітка організація процесу управління в цілому та зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

За своїм змістом методи управління ЗЕД ідентифікуються з основними функціями управління: плануванням, мотивацією, контролем, організацією, регулюванням. Відповідно до них вони діляться на економічні, адміністративні, соціальні, психологічні, технологічні та правові. Основними з них є адміністративні та економічні методи управління ЗЕД. Вони діють узгоджено за допомогою певних інструментів (рис. 1.1.)



Рис. 1.1. Основні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Джерело: сформовано на основі даних джерела [3]

Ефективність – це показник, що демонструє співвідношення між витраченими на реалізацію деякого процесу ресурсами (фінансові, часові, трудові тощо) та

кінцевим необхідним результатом обраного процесу. Тобто фактично, ефективність відображає необхідну кількість ресурсів для отримання запланованого результату. Чим менше ресурсів використовується для реалізації процесу – тим вища його ефективність і навпаки [2].

Основними завданнями, пов'язаними з управлінням ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства, зазвичай виступають:

- покращення та вдосконалення зовнішньоекономічних показників діяльності підприємства;
- оптимізація наявних у підприємства ресурсів та раціоналізація їх використання;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку тощо.

Російське військове вторгнення призвело до низки тимчасових змін у законодавстві, що регулює зовнішньоекономічну діяльність. Зокрема, було запроваджено нові правові норми щодо регулювання валютного, податкового та митного законодавства. На жаль, це законодавство не є стабільним, і нові зміни необхідно відстежувати майже щодня [6].

Таким чином, управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це процес організації, реалізації, регулювання та контролю за зовнішньоекономічними процесами на підприємстві з метою досягнення поставлених перед ним цілей [4]. Варто зазначити, що задачі підвищення ефективності управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства неможливо розглядати ізольовано, у відриві від управління господарською діяльністю в цілому. Також потрібно відмітити, що підприємство повинно враховувати внутрішні чинники впливу на ефективність господарської діяльності, а завдання держави як зовнішнього чинника – забезпечити досконалою законодавчою базою.

Список використаних джерел:

1. Матвєєва Н. М., Базецька Г. І. Впровадження моделі оцінки управління зовнішньоекономічною діяльністю компанії як метод підвищення ефективності її функціонування. Національна академія статистики обліку і аудиту. 2021. С. 54.

2. Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. Бізнес Інформ. 2021. №2. С. 43-46.
3. Покровська В. В. Зовнішньоекономічна діяльність : 2-е вид., Пер. і дод. М.: Юрайт. 2019. С. 23-29.
4. Райзберг Б.А., Лазовский Л.Ш., Стародубцева Є.Б. Сучасний економічний словник. ИНФРА. 2020. 496 с.
5. Бірбіренко С. С., Жаданова Ю. О. Сучасна практика оцінювання економічної стійкості підприємства: переваги та недоліки. 2021. С. 87-94.
6. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в період запровадження воєнного стану URL. <https://yur-gazeta.com/publications/practice/zovnishnoekonomichna-diyalnist/regulyuvannya-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-v-period-zaprovadzhennya-voennogo-stanu.html> (дата звернення 28.04.2024)

УДК 332.025.12

УПРАВЛІННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Корх С.С., студентка,
Кузьменко С.В., доцент кафедри адміністративного
менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності
*Національний університет біоресурсів і природокористування
України, м. Київ, Україна*

Незалежно від політичної ситуації в країні, економічних зв'язків і правового середовища, зовнішньоекономічна діяльність завжди відігравала важливу роль у розвитку України. В умовах ринкової економіки необхідно підвищувати ефективність підприємств, особливо за рахунок розвитку експортних операцій. Успіх в цій області безпосередньо впливає на фінансове становище компанії і конкурентоспроможність її продукції на ринку[1].

Україна перебуває у складній ситуації не лише через військові події, а й через постпандемічну нестабільність. Наслідками цих двох факторів на економіку країни є [3]:

- процес руйнування цілих сфер виробничо-господарської діяльності, безпрецедентне уповільнення ділової активності, неможливість соціально-економічного розвитку, складність відновлення прибутковості суб'єктів господарювання в новій ситуації;

- значний відтік людського капіталу, зниження продуктивності та якості праці з очевидних причин (зокрема, погіршення умов професійної діяльності, серйозна невизначеність та відсутність суттєвих перспектив розвитку працівників, неможливість навчання та підвищення кваліфікації персоналу через складність стану фінансового, фізичного, ресурсного та матеріального забезпечення роботодавців).

Сучасна ситуація в Україні вимагає нових стратегій та механізмів для підтримки та розвитку зовнішньої торгівлі. Необхідно забезпечити баланс між стимулюванням експорту та обмеженням його в умовах воєнного конфлікту та післяпандемічної нестабільності. Такий баланс важливий для раціоналізації доходів і витрат країни під час війни.

Зовнішньоекономічна діяльність, як процес міжнародної взаємодії та переплетення національних економічних систем, є визначальним фактором ефективного розвитку країн світу. Саме тому Україна, як держава з потужним потенціалом та амбітними планами розвитку національної економічної системи, повинна приділяти значну увагу процесу регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах війни з метою відновлення своєї економіки, міжнародної ділової активності та досягнення високої конкурентоспроможності на світовому ринку [4].

Незважаючи на складні умови, Україна повинна зосередитися на підвищенні якості продукції та послуг, а також на їх інноваційності. Це допоможе зміцнити довіру споживачів на європейських ринках та відкрити нові можливості для експорту. Для досягнення успіху в цій сфері необхідно постійно вдосконалювати механізми регулювання зовнішньої торгівлі в умовах кризи та на етапі післявоєнної відбудови. Важливо розвивати інноваційні стратегії та ефективні інструменти, що допоможуть українським підприємствам виходити на нові ринки та зміцнювати своє місце на світовій арені.

Всі учасники зовнішньоекономічної діяльності повинні розуміти важливість високої якості експортних товарів та послуг, їх інноваційності та технологічності для того, щоб конкурувати з провідними виробниками на світовому ринку. Наразі саме якість продукції є причиною того, що споживачі на європейському ринку не мають достатньої довіри до українських виробників. Проте важливо не втратити підтримку

потенційних споживачів, адже саме зараз, після воєнних подій, Україна має можливість змінити своє майбутнє та змінити напрямок на нові ринки.

Поточний стан зовнішньоекономічної діяльності в Україні є критичним, але є перспективи для розвитку. Зокрема, вітчизняні суб'єкти господарювання мають бути готовими до виходу на нові ринки, але умовою успіху є розвиток торгівлі інноваційно-орієнтованою продукцією високої якості та технічними товарами і послугами, які відповідають вимогам передових європейських ринків. Саме тому важливо продовжувати дослідження та розробку практичних механізмів удосконалення практики регулювання зовнішньої торгівлі у воєнний час та на етапі післявоєнної відбудови економіки.

Успішне управління ЗЕД в умовах економічної нестабільності потребує гнучкого підходу, інноваційних рішень та активної державної підтримки. Українські підприємства, які зможуть адаптуватися до нових умов та використовувати можливості, що відкриваються, зможуть не лише вижити, але й стати лідерами на світовому ринку.

Список літератури

1. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Тернопіль, 2017.137 с.
2. Іщук С. О., Полякова Ю. В., Процевят О. С. Структура та динаміка українського товарного експорту: регіональний вимір. *Регіональна економіка*. 2021. № 1. С. 20–28.
3. Довбня С. Б. Методологія формування дворівневої системи управлінської діагностики підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2015. №1(49). URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/1/EV20151_118-123.pdf.
4. Doing Business. Economy profile of Ukraine. URL: https://www.doingbusiness.org/en/data/exploreeconomies/ukraine#DB_tax

Гопка М.Д., аспірант,
Ковтун О.А., к.е.н., доцент,
в.о. завідувача кафедри адміністративного
менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
м. Київ, Україна*

Розвиток переробної галузі та отримання продуктів з доданою вартістю є стратегією, спрямованою на стимулювання інновацій, підвищення конкурентоспроможності та збільшення виручки. У зв'язку з дорогою та обмеженою логістикою, маючи велику сировинну базу, розвиток переробної галузі стає стратегічно важливим кроком України для оптимізації використання ресурсів та максимізації економічного потенціалу сільського господарства. Кукурудза має цінний склад сполук, які дозволяють використовувати її в глибокій переробці. Дана стратегічна сировина може бути використана для виробництва різноманітних продуктів, включаючи крохмаль, олію, борошно, етанол, біогаз, амінокислоти, корм для тварин та багато іншого (рис.1).

З 2021-2023 рік кукурудза займає майже 20% від всіх сільськогосподарських площ (4,1 млн га), а частка виробництва від зернових культур займає майже 50% і це гарний показник того, що українським виробникам зручно вирощувати дану культуру, із-за: родючих ґрунтів, сприятливого погодного клімату, а також покращення підходів до виробництва, що збільшує врожайність [1].

У 2023 році об'єми експортного постачання кукурудзи збільшилися на +5%, порівняно з 2022 роком та становить 26,22 млн тонн, завдяки європейським шляхам солідарності та портам південних країн. Виручка скоротилась на -16,8% до 4,93 млрд дол. Причиною цьому стала низька внутрішня ціна, яка була під тиском світової, а також дорога логістика, якщо порівнювати з довоєнною [2]. За даними УКАБ з початком повномасштабного вторгнення (2022 р.) кукурудза є збитковою культурою, та в 2024 році залишиться також [3]. Вихід із ситуації може бути через реалізацію продуктів переробки, де кукурудза є головною сировиною. Якщо використати з

українських експортних обсягів 4 млн тонн кукурудзи на виробництво біопалива, можна отримати 1,6 млрд літрів етанолу, частка якого може використовуватися на внутрішньому ринку, а залишок експортувати до країн ЄС. Це покращить енергетичну безпеку України та допоможе внутрішній ціні на сировину стабілізуватися й залежати не тільки від експортної торгівлі.

Наступним перспективним продуктом для переробки може стати крохмаль. Кукурудзяний крохмаль, як важлива складова частина кукурудзяного зерна, має велике значення. Це основний матеріал, з якого можна створити понад 3 тисячі похідних продуктів. При переробці зерна кукурудзи, крім крохмалю, отримують ряд побічних цінних продуктів: кукурудзяний екстракт, який використовується після відповідної підготовки для вироблення сухих кукурудзяних кормів; зародок – сировина для виробництва кукурудзяної олії; мезга велика/дрібна – основний компонент у складі сухих кукурудзяних кормів; кукурудзяний білок (глютен) – компонент сухих кукурудзяних кормів. Частка світового виробництва крохмалопродуктів із зерна кукурудзи становить понад 70%. Це зумовлено високою врожайністю культури та крохмалистістю (69 - 71%). За попередніми оцінками глобальний ринок становить приблизно 85 млн тонн у 2023 році [4].

Вектор розвитку України – Європейський, тому затверджені стратегії країнами ЄС є важливими й для нашої країни. Таким чином, переробка стає важливим елементом вирішення економічних, екологічних та соціальних викликів сучасного сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Статична інформація. Державна служба статистики України.: веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Експортні об'єми кукурудзи. Державна митна служба: веб-сайт. URL: <https://bi.customs.gov.ua/uk/trade/#>
3. Україна: Вплив війни на прибутковість сільськогосподарського виробництва. Мінагрополітики: веб-сайт. URL: <https://minagro.gov.ua/news/u-2024-rotsi-roslynnytstvo-bude-bezzbytkovym-a-prybutkovist-tvarynnytstva-znyzysia-minahropolityky>
4. Industry Reports. ChemAnalyst: веб-сайт. URL: <https://www.chemanalyst.com/>

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Жуленко К., студентка

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

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

Удосконалення системи і методів управління - одна з найбільш важливих умов забезпечення життєдіяльності підприємства і його прибуткового функціонування. Ринкові відносини впливають безпосередньо на структуру управління підприємством. При вірному виборі організаційної структури управління підприємством, її ефективній побудові, підприємство має можливість забезпечити максимальну прибутковість за рахунок підвищення продуктивності виробництва.

Організаційна структура підприємства – це складний механізм, що визначає його ієрархію та взаємозв'язки між підрозділами. Вона включає в себе керівництво, виробничі, адміністративні та підтримуючі підрозділи. Керівництво визначає стратегічні цілі та напрямки розвитку, виробничі підрозділи забезпечують виробництво товарів або послуг, адміністративні забезпечують ефективне управління, а підтримуючі – надають підтримку у вигляді фінансових, кадрових та інших послуг. Організаційна структура допомагає підприємству досягати своїх цілей шляхом оптимізації управлінських процесів та ресурсів.[2].

Організаційна структура є ключовим механізмом управління, що дозволяє виконувати функції та операції, необхідні для досягнення цілей. У мінливому ринковому середовищі та умовах високої конкуренції важливо постійно вдосконалювати структуру та розподіл функцій між підрозділами та працівниками підприємства.

Оптимізація структури підприємства має на меті створення моделі, яка відповідає постійним змінам у внутрішніх і зовнішніх умовах. Вдосконалення організаційної структури як частина управління організаційним розвитком

спрямоване на вирішення організаційних проблем через формування нової структури, розподіл та перерозподіл функцій та відповідальності.

Мета удосконалення організаційної структури підприємства полягає в забезпеченні прийняття та реалізації ефективних управлінських рішень, спрямованих на його економічний і соціальний розвиток. Досягти цієї мети можна:

- упорядкувавши організаційну структуру для чіткого розподілу прав та відповідальності за ефективне використання ресурсів;
- досягнувши чіткої визначеності відповідальності за управлінські рішення та їх виконання;
- шляхом зменшення кількості управлінських структур, що беруть участь у вирішенні конкретних проблем;
- шляхом уникнення дублювання функцій різними органами управління;
- надавши відповідальності за контроль за виконанням рішень разом з правом прийняття цих рішень;
- шляхом спрямування підрозділів підприємства на спеціалізовані види управлінської діяльності;
- забезпечивши єдність цілей та інтересів у межах управлінської структури[1].

Оптимальна організаційна структура управління підприємством сприяє його оновленню, об'єднанню працівників в єдину команду, заощадженню ресурсів та збільшенню прибутків підприємства, а також в отриманню переваг над конкурентами (Табл.1.).

Таблиця 1

Переваги підприємства з удосконаленням організаційної структури управління

Збільшення прибутку	Оптимізація організаційної структури допоможе чітко визначити відповідальність та рівномірно розподілити робоче навантаження між співробітниками. Це призведе до покращення результатів роботи та зростання прибутковості компанії.
Оновлення	Оновлення та омолодження - це шанс позбутися застарілих процедур і бюрократії, вдихнути нове життя в компанійні процеси.
Підвищення лояльності персоналу	Вдосконалення оргструктури сприятиме єднанню співробітників у єдиний організм, поліпшить комунікацію та зменшить конфлікти. Бізнес-процеси стануть прозорішими, управління - ефективнішим. Це допоможе працівникам розуміти свою роль і завдання, підвищить рівень лояльності.

Заощадження ресурсів	Аналіз бізнес-процесів та структури підприємства дозволяє виявити дублікацію-ситуацію, коли одні й ті ж функції, посади або відділи повторюються. При оптимізації структури можна усунути дублікати та зайві посади, що призведе до значної економії.
Отримання переваг над конкурентом	Недоліки в бізнес-процесах та організаційній структурі ускладнюють ефективність роботи, утруднюють створення якісного продукту та задоволення клієнтів. Внесення змін може бути повільним і зустрічати опір персоналу, що робить бізнес менш гнучким у конкурентній боротьбі. Оптимізація організаційної структури допоможе зробити його більш мобільним та конкурентоспроможним.

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Таким чином, удосконалення організаційної структури підприємства в першу чергу передбачає корекцію управлінської структури. Практика показує, що невеликі зміни мають більше шансів на успіх, ніж радикальні. Заохочення співробітників до досягнення цілей допомагає їм краще відчувати свою важливість і підвищує відповідальність за зміни.

Список використаних джерел:

1. Бабич Д.В., Проскуріна Т.В., Маковій Д.Д. Удосконалення організаційної структури управління як важливий механізм управління сучасним підприємством. Економіка та управління підприємствами. 2018. Вип. 24 С. 91-94
2. Готра В.В, Данайканич О.В., Візор І.Є. Вдосконалення організаційної структури підприємства в сучасних умовах. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 21. Серія 1. С. 78-79
3. Чим корисно вдосконалення організаційної структури? URL: <https://gc.ua/uk/chim-korisno-vdoskonalennya-organizacijno%D1%97-strukturi/>

УДК 338.45

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Потапеня М.О., студент

Голомша Н.Є., к.е.н., доцент

кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД

Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна, Київ

Успішне функціонування будь-якого підприємства та його конкурентоспроможність безпосередньо залежать від грамотної взаємодії усіх

підсистем підприємства, у тому числі і логістичної. Значний вплив на фінансові результати роботи підприємства мають витрати на транспортування, складування та зберігання товарно-матеріальних цінностей, тобто логістичні витрати. Саме тому ефективне управління логістичною діяльністю підприємства набуває в сучасних умовах особливої актуальності.

Логістична діяльність підприємства – це комплекс заходів і процесів, спрямованих на оптимізацію управління потоками матеріальних, інформаційних і фінансових ресурсів в рамках постачання товарів або послуг від постачальників до кінцевих споживачів. Ця діяльність охоплює планування, координацію та контроль різних етапів логістичного ланцюга, включаючи закупівлю сировини, виробництво, зберігання, упаковку, транспортування, розподіл і доставку готової продукції чи надання послуг. Метою логістичної діяльності є забезпечення ефективного використання ресурсів, зниження витрат та максимізація задоволення потреб клієнтів.[1]

Основні цілі управління логістичною діяльністю:

- Мінімізація витрат - зниження загальних витрат на логістичні процеси, включаючи транспортування, складування та обробку товарів. Це може бути досягнуто шляхом оптимізації маршрутів доставки, використання більш ефективних методів зберігання та управління запасами, а також застосування інноваційних технологій;
- Підвищення якості обслуговування шляхом забезпечення "доступності" продукції або послуг. Це означає не лише своєчасну доставку, а й врахування потреб клієнтів у розмірі замовлень та часі доставки;
- Підтримка логістичної інфраструктури (склади, транспортні мережі та інші логістичні об'єкти) для забезпечення надійності та ефективності ланцюга постачання;
- Мінімізація ризиків, пов'язаних з логістичними операціями (затримки в поставках, втрата чи пошкодження товарів чи пошкодження). Це може включати розробку планів надзвичайних ситуацій та використання страхових послуг.

- Забезпечення сталості та гнучкість управління, щоб швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі та адаптувати логістичні процеси відповідно до нових умов.

Все це допоможе підприємству досягати максимальної ефективності та конкурентоспроможності у логістичних процесах, що має вирішальне значення в сучасному бізнес-середовищі. Важливою рисою логістичного управління є цілісний та всебічний підхід до організації та здійснення переміщень матеріальних ресурсів від постачальника до виробника та від виробника до кінцевого споживача. [3]

Головною метою логістичної системи підприємства є забезпечення наявності необхідних товарів у потрібній кількості й асортименті, встановленої якості, в необхідному місці й у визначений час, у максимально можливому ступені підготовлених до виробничого процесу або особистого споживання при заданому рівні логістичних витрат [4].

Для підвищення ефективності логістичної діяльності в сучасних ринкових умовах підприємства почали активно запроваджувати блокчейн-систему.

Технологія блокчейн є відносно новою концепцією в галузі логістики. Це децентралізована книга, яка реєструє всі транзакції та дозволяє учасникам працювати без участі третьої сторони. Потенціал цієї технології полягає в її здатності зменшувати шахрайство, роблячи майже неможливим для когось змінювати дані без виявлення. Використовуючи технологію блокчейн для управління ланцюгом поставок, підприємство може покращити видимість рівня своїх запасів. Це можна зробити, надаючи своєчасну інформацію про те, коли продукти відправляються або доставляються клієнтам. Ця прозорість дозволяє компаніям надсилати сповіщення в режимі реального часу про те, коли продукти знову будуть доступні після розпродажу.

Технологія блокчейн пропонує нові рішення, які можуть зробити логістичні операції більш ефективними, безпечними та прозорими, ніж будь-коли раніше. Потенційне використання Blockchain включає відстеження харчових продуктів або моніторинг вантажних відправлень. Технологія блокчейн має потенціал для

управління глобальною торговою документацією та полегшення митного оформлення.

Таким чином, впровадження системи блокчейн дозволить підприємству організувати основні потоки інформації, знизити трудові витрати на облік товарних потоків та збільшити безпеку цінної інформації. У довгостроковій перспективі блокчейн в промисловості допомагає вирішити проблему доступу до інформації про логістику для всіх рівнів бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Білошкурська Н. В. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємств. URL: https://www.researchgate.net/publication/374189849_slahi_udoskonalenna_logisticnoi_dialnosti_pidpriemstv
2. Драмарецька К.П., Зоргач А.М. Управління логістичною діяльністю сільськогосподарських підприємств. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 1. С. 248-253.
3. Льовкін Б. С., Організація логістичного управління діяльністю підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/01/147-1.pdf>
4. Очеретенко С.В., Кудріна В.Ю. Використання знижок в логістичних системах підприємства. Агросвіт. 2021. № 7-8.

УДК 339.54:631.11(477.83)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОХОЛДИНГУ «АСТАРТА-КИЇВ»

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

ТОВ «Астарта-Київ» – це вертикально інтегрований агропромисловий холдинг в Україні, європейська компанія відкритого типу. Бізнес-модель – диверсифікована [1]. Компанія веде діяльність у напрямках: рослинництво (вирощування сої, кукурудзи, соняшнику, цукрового буряку, пшениці), тваринництво (ВРХ, виробництво молока), виробництво цукру (жом, меляса), переробка сої (соевий шрот, соєва олія та соєве лушпиння), виробництво біогазу для забезпечення внутрішніх потреб, зберігання

зерна і транспортування продукції, розробка і впровадження інноваційних технологій на основі штучного інтелекту у сільське господарство.

Астарта є одним з найбільших виробників цукру в Україні. Однією з умов виходу української продукції на світові ринки є відповідність міжнародним стандартам. Дев'ять цукрових заводів сертифіковані щодо безпеки харчових продуктів (FSSC 22000, ISO 22000:2018, ISO/TS 22002-1:2009, ISO 9001:2015). Глобинський переробний завод пройшов сертифікацію відповідності процесів виробництва кормових інгредієнтів до стандарту SGS. Відповідно до Директиви ЄС стосовно відновлюваних джерел енергії Глобинський переробний завод та Агрофірма ім. Довженка отримали міжнародні сертифікати сталого розвитку та викидів вуглецю (ISCC EU і ISCC PLUS відповідно).

Компанія експортує на зовнішні ринки цукор білий кристалічний, сою та продукти переробки сої, зернові культури (пшениця, кукурудза, соняшник). Експорт компанії у 2023 р. склав 325 млн євро, що становить 53% від загального доходу. Виручка від експорту зернових і олійних культур становила 187 млн. євро, цукру – 40 млн. євро, продуктів переробки сої – 100 млн. євро (рис.1).

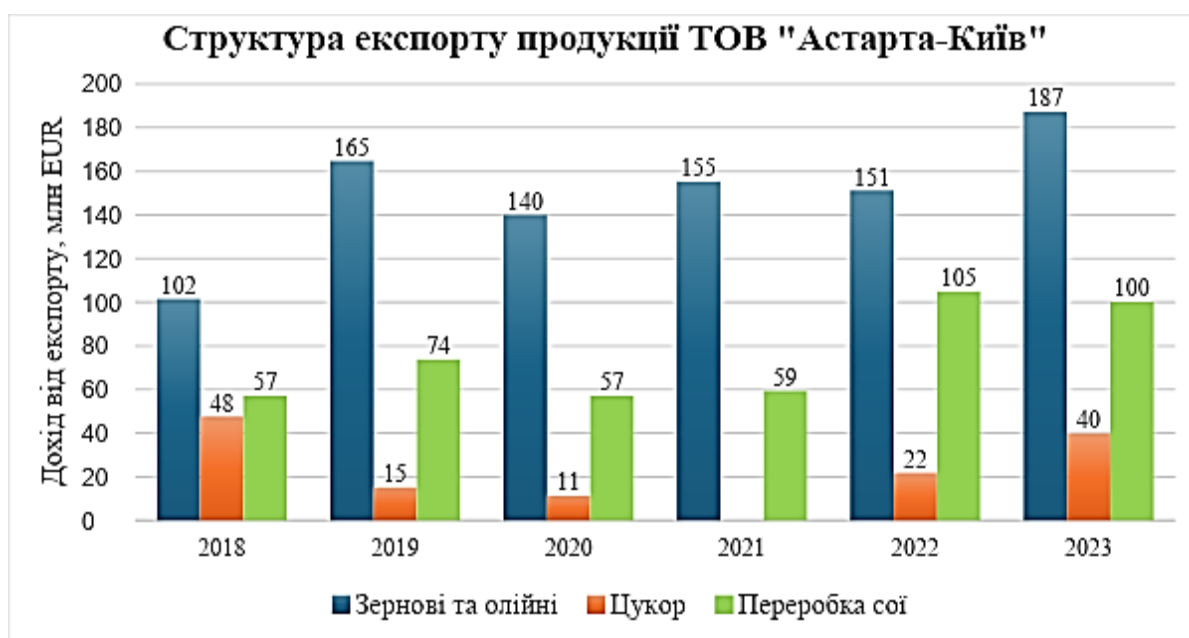


Рис.1. Структура експорту продукції ТОВ "Астарта-Київ"

Джерело: побудовано автором на основі [1].

Одним із напрямів зовнішньоекономічної стратегії компанії є *співпраця з міжнародними фінансовими установами*. Значну підтримку компанії постійно надає

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), починаючи ще з 2007 р., під час пандемії Covid-19 і під час війни. Так, у 2022 році, після вторгнення росії на територію України, ЄБРР та Райффайзен Банк надали Астарті кредит у розмірі 10,5 млн євро на підтримку продовольчої безпеки. Частку ризиків у розмірі 6,3 млн євро взяв на себе ЄБРР [2]. За сприяння ЄБРР були побудовані молочна ферма, нетільний комплекс, біогазовий комплекс, модернізовані цукрові заводи, зерносховища, оновлено машино-тракторний парк, впроваджені сучасні агротехнології (GPS точне землеробство). Частина коштів йшла на реструктуризацію зовнішнього боргу компанії. За рахунок кредиту від ЄБРР Астарта вивільнила капітал для купівлі активів із сільськогосподарськими землями. У 2023 р. ЄБРР та Фонд чистих технологій (CTF) надали Астарті позику 30 млн доларів на впровадження кліматично розумних методів сільського господарства та покращення управління ґрунтами. У цьому ж році Астарта затвердила стратегію декарбонізації агрохолдингу, яка включає впровадження відновлюваного землеробства, підвищення енергоефективності виробництва, використання альтернативних джерел енергії, що в цілому сприятиме зменшенню викидів парникових газів в атмосферу.

У 2022 р. ЄБРР і 15 донорів-банків виділили 748 мільйонів євро на підтримку українських підприємств під час війни та подолання її наслідків. Таким чином, ЄБРР допоміг забезпечити постачання продовольства для народу України, випустивши інструменти розподілу ризиків, які збільшили фінансування для агрокомпаній.

Використання позик, лізингу або грантів для залучення довгострокового фінансування. Астарта торгується на Варшавській фондовій біржі з 2006 р. У 2022 р. Astarta Holding вартість акцій зросла на 4%, дохід становив €510 млн, внаслідок чого компанія отримала €65 млн прибутку [3].

Ще одним напрямком ЗЕД Астарти є *вихід на нові ринки збуту*. Такими ринками можуть стати країни Середземномор'я, Близького Сходу та Азії. У 2024 р. Астарта відправила корабель з 3000 тон цукру у Північну Африку.

Ще одним напрямком ЗЕД є *швидке реагування на зовнішні чинники*. Перешкоди в логістиці, припинення дії зернової угоди, суттєве обмеження можливостей експорту через сухопутні кордони з ЄС та постійні обстріли портів, залізниць та енергетичної

інфраструктури, спонукали Астарту диверсифікувати логістику і застосувати комбіновані перевезення.

Астарта експортує сільськогосподарську продукцію у 44 країни світу. У 2023 році Астарта поставила на світові ринки більше 1 млн тон продукції. Дохід від експорту зріс на 17% у порівнянні з 2022 р. і склав 325 млн євро. Перспективним напрямом є експорт органічної продукції до країн ЄС.

Імпорт необхідних товарів і устаткування - сучасного обладнання для модернізації виробництва, оновлення машино-тракторного парку, добрив, засобів захисту рослин, насіння.

Збільшення обсягів експорту. Підвищення конкурентоспроможності з бразильськими виробниками цукру полягає у застосуванні вуглецевого землеробства, направлено на зменшення викидів CO₂ в атмосферу. Впровадження практик органічного землеробства та вирощування екологічно чистої продукції також сприятиме доступу на міжнародні ринки. Саме така стратегія дає перевагу і до вподоби європейським покупцям.

В подальшій діяльності компанія планує розширити асортимент продукції і вийти на нові ринки збуту, покращити логістику для експорту та збільшити обсяги експорту.

Філософія Астарти базується на цілях і цінностях сталого розвитку, відкритості та чесному веденні бізнесу, розвитку партнерських відносин з вітчизняними та з міжнародними партнерами. Ефективний менеджмент зовнішньоекономічної діяльності сприяє розширенню ринків збуту, збільшенню обсягів експортно-імпортних операцій та зростанню прибутків, створенню позитивного іміджу компанії та привабливості для міжнародних інвесторів.

Список використаних джерел

1. Агропромисловий холдинг "Астарта-Київ". URL: <https://astartaholding.com/>
2. ЄБРР прогарантує кредит для Астарти. URL: <https://astartaholding.com/yevropejskyj-bank-rekonstrukcziyi-ta-rozvytku-progarantuye-kredyt-dlya-agropromholdyngu-astarta/>
3. GPW Tech S.A. URL: <https://www.gpw.pl/wyniki-wyszukiwania?search=ASTARTA>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ХЕДЖУВАННЯ РИЗИКІВ ВИРОБНИКІВ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Клименко М.С., здобувач вищої освіти
ступеня доктора філософії

Діброва Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної
діяльності

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

Сучасні реалії змушують Україну активно розвивати нові технології страхування продукції агровиробництва, зокрема страхування ризиків товаровиробників сільськогосподарських культур. Поступово, в контексті цивілізаційних підходів в економіці, формується ринок послуг з агрострахування. Ці технології страхування ризиків виробників сільськогосподарських культур стають предметом уваги та досліджень міжнародних інституцій, науково-дослідних установ, математичної статистики, логістики та економіки [1].

Для наукових досліджень проблем розвитку системи страхування ризиків товаровиробників сільськогосподарської продукції особливо цікаві, оскільки вони мають значний вплив на ключові аспекти сільського господарства та агробізнесу, такі як отримання кінцевого результату, маржинальний прибуток, життєдіяльність та фінансова стійкість.

Основи наукових підходів у сфері агрострахування можна відслідкувати ще з рабовласницького суспільства. Сучасна наука володіє різноманітним арсеналом актуарних моделей, теорем про оптимальне страхування, методів мінімізації дисперсії отриманих втрат, які розвинулися завдяки працям таких вчених, як К. Борх, Р. Кахн, М. Де Гроот, Р. Бьорд, М. Фрідман, Л. Севідж та інших. Завдяки аналізу кореляційних зв'язків та протиріч, наука розробляє інноваційні моделі та технології управління ринком страхових агропослуг. Науково-дослідна робота ґрунтується на

інформаційному забезпеченні, до якого наука ставить високі вимоги щодо достовірності первинних джерел [2].

Перші торги ф'ючерсними контрактами на поставку зернових в Україні відбулися у серпні 2017 року. Саме тоді був запущений цей інструмент, і була укладена перша угода, відповідно до якої продавець передав товар покупцеві та отримав гроші за цей товар. Фактично, у цьому випадку поставка була здійснена шляхом перереєстрації прав власності на пшеницю, яка зберігалася на елеваторі, що є прикладом біржової торгівлі [3].

Ф'ючерсні контракти мають дві основні мети: хеджування ризиків (страховий захист) та спекулятивний заробіток як трейдерів, так і страхових компаній. Очікується, що ф'ючерсні контракти на пшеницю допоможуть аграрним виробникам застрахуватися від цінних коливань або негативних трендів на ринку аграрної продукції.

Ф'ючерсний контракт є різновидом форвардного контракту, який є договором між двома учасниками про купівлю-продаж обумовленої кількості продукції за фіксованою ціною на визначену дату в майбутньому. Укладання форвардного контракту означає, що продавець зобов'язаний поставити товар на умовах, визначених у контракті, а покупець приймає товар за обумовленою ціною. Термін від дати платежу до дати продажу називається форвардним періодом. Ця форма контрактів може використовуватися для торгівлі як фінансовими активами, так і майбутніми урожаєми, задля хеджування ризиків зміни ринкової ціни протягом форвардного періоду [4].

Збитки в агровиробництві можуть виникати не лише у процесі виробничої і збутової діяльності, а й у фінансовій сфері.

Страхова компанія має обмежений бюджет для виплати страхових випадків, особливо, якщо вона має слабку позицію на ринку страхових послуг та обмежену кількість страхувальників.

Оскільки аграріям відшкодовуються втрати у межах визначеної страхової суми, ця сума повинна бути достатньою для відновлення процесу виробництва і повинна

залежати від їх внеску. Страхові компанії мають максимально забезпечити страховий інтерес позичальника.

Наразі сформувався теоретичні основи розробки, формування та реалізації страхових послуг на українському страховому ринку. Однак багато аграріїв продовжують страхувати урожай на вимогу банків, а не добровільно.

Договір страхування сільськогосподарських культур повинен бути складений таким чином, щоб при втратах, які перевищують безумовну франшизу, виплачувалася різниця між втратами і безумовною франшизою. Такий підхід називається страхуванням ексцеденту збитку [3].

Критеріями, що керуються отримувачі страхової послуги, є: очікувана користь для особи, яка приймає рішення, та максимізація фінансової безпеки завдяки придбання договору страхування ризиків сільськогосподарських культур.

При цивілізаційному підході, з опорою на науковий базис, використанням ф'ючерсного хеджування ризиків інститут страхування сприяє загальному персональному добробуту виробників сільськогосподарської продукції, він є економічним амортизатором руйнувань намічених планів випадковими або передбачуваними подіями. Наявність страхового захисту сприяє розвитку крупного корпоративного бізнесу, де є ризик великих втрат та негативних фінансових наслідків. Вони є творчим рішенням з питань фінансової безпеки [2]. Це не єдиний, але дуже важливий інструментарій, що впливає на український економічний прорив. На такій платформі вітчизняний товаровиробник більш активно інтегрується в європейський та світовий економічний простір.

Отже, в Україні необхідна сприятлива страхова політика та державна підтримка сільськогосподарського виробництва. Однак, сільськогосподарські ризики повинні бути розподілені між виробником, переробником, банком, страховою компанією та державою, щоб мінімізувати навантаження на державний бюджет у частині покриття страхових збитків і підвищити ефективність страхового захисту виробників продукції. Завдяки ефективному страхуванню не виникають різкі коливання доходу агропідприємств.

Список використаних джерел

1. Коваленко Ю. С. Аграрний ринок України: організація та управління. / Ю. С. Коваленко - К.: ІАЕ УААН, 1998. - 108 с.
2. Коваленко Ю. С. Макроекономічний аналіз аграрного ринку України (науковометодичні рекомендації) / [Ю. С. Коваленко, І. В. Охріменко, І. М. Зеліско та ін.]. - К.: ННЦ ІАЕ, 2005. - 82 с.
3. Островський П. І. Аграрний маркетинг. [навчальний посібник] / П. І. Островський - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 224 с.
4. Павленчик Н. Ф. Еволюція розвитку аграрного ринку України / Н. Ф. Павленчик // Економіка АПК. – 2008. - № 4. - С. 116 - 118.

УДК 334.758:631.372

СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

Губарєв І.А., здобувач вищої освіти
ступеня доктора філософії

Діброва Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної
діяльності

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

Сільське господарство України є однією з найважливіших ланок національної економіки не лише з огляду на його значимість на внутрішньому ринку, а й урахувавши відновлення експортної орієнтації після повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року та поступове посилення конкурентних позицій на світовому ринку. Провідним чинником підвищення конкурентоспроможності на сьогодні є рівень забезпеченості галузі сучасними якісними та високопродуктивними технічними засобами. Проте, вітчизняне сільськогосподарське машинобудування поки що відновлене недостатньо, а значні обсяги постачання техніки забезпечуються імпортом, що стримує повноцінний розвиток аграрної сфери. Тому вивчення світового ринку сільськогосподарської техніки має велике значення для формування ефективної стратегії технічного забезпечення аграрного виробництва. Крім того, українське сільськогосподарське машинобудування має високий потенціал зростання

і може у перспективі стати експортоорієнтованою галуззю, що поряд із сільським господарством забезпечить вихід України на світові ринки [1].

Оцінки фактичного обсягу глобального ринку сільськогосподарської техніки станом на 2022-й рік суттєво відрізняються: від 69,01 млрд. дол. США [2] до 200,9 млрд. дол. США [3]. Одним з найбільших ринків серед країн з розвинутою економікою є ринок США, який у 2023-му році склав 37,22 млрд. дол. США [4]. Прогнозується, що у 2024-му році ринок Австралії досягне 4,11 млрд. дол. США. Європейський ринок займає визначне місце і у 2024-му році його обсяг складе 48,7 млрд. дол. США [2]. До 2032-го року суттєвий приріст обсягів продажів техніки прогнозується саме для азійсько-тихоокеанського регіону, який вже зараз займає 37,5% у структурі глобального ринку [6]. У Китаї, п'ять найбільших місцевих виробників сільськогосподарської техніки (в т.ч. First Tractor Company Limited (YTO Group), Weichai Power Co. Ltd (Lovol), Zoomlion AG (Zoomlion), Changzhou Dongfeng Agricultural Machinery Group Co., Ltd. (Dongfeng)) займають до 25% місцевого ринку [7]. При цьому, топ-5 ключових гравців на ринку Китаю - це транснаціональні корпорації, а також - китайська корпорація YTO Group Corporation. Очікується, що у 2024-му році ємність індійського ринку досягне 16,73 млрд. дол. США [6]. Серед найбільших гравців на ринку є місцеві компанії, які з часом трансформувалися у міжнародні корпорації, як от Mahindra & Mahindra Limited, чи ті, що були поглинені більшими виробниками, або ж вступили з ними в альянси. Також, на ринку присутні представництва топ-4 глобальних full-line виробників техніки.

Глобальний ринок виробництва сільськогосподарської техніки є висококонсолідованим. Транснаціональні корпорації активно розвиваються та зростають завдяки застосуванню ефективних ринкових стратегій: швидкого впровадження продуктивних інновацій, територіальної експансії, укладання угод про партнерство, а також – стратегій об'єднання та поглинання з локальними виробниками. Ключовими гравцями є наступні: Deere & Company, CNH Industrial NV, AGCO Corp., Kubota Corporation, Mahindra & Mahindra Ltd., CLAAS KGaA mbH, Deutz-Fahr, JCB Bamford Excavators Limited, Yanmar, Same Deutz-Fahr Group. Рівень концентрації в індустрії виробництва сільськогосподарської техніки невпинно

зростає. За даними USDA, якщо у 1994-му році частка глобального ринку у 4-х найбільших корпораціях галузі складала 28,1%, а у 8-ми найбільших корпораціях – 40,9%, то у 2009-му році ці частки зросли та становили вже 50,1% та 61,4% відповідно. Серед позитивних наслідків ефекту концентрації - підвищення темпів інновацій в галузі. Чотири найбільші виробники забезпечують 57,4% всіх інновацій та R&D розробок в індустрії, при тому, що частка їхнього продажу на ринку складає лише 38,7% [8]. Одним з найбільш негативних ефектів концентрації є збільшення темпів зростання цін на сільськогосподарську техніку, зокрема і через те, що витрати на інновації включаються в собівартість сільськогосподарської техніки. Однак, по факту виходить, що сільськогосподарські виробники вимушені платити за техніку більше, ніж отримують вигоди від зростання продуктивності від її використання у власному бізнесі. Так, за період 1990-2012 рр. зростання цін на сільськогосподарську техніку становило в 1,5 рази більше ніж зростання цін на сільськогосподарську продукцію [9].

Україна володіє одним з найбільших у світі потенціалом для інтенсивного розвитку сільського господарства. До повномасштабного вторгнення обсяг посівних площ становив близько 29 млн. га. Додаткову нестачу та збільшену потребу у сільськогосподарській техніці спричинила втрата великої кількості одиниць сільськогосподарського обладнання через війну [10]. Незважаючи на втрати, яке понесло сільське господарство України через повномасштабну війну, аграрна сфера економіки країни не зупинила свого розвитку та поступово відновлюється. Варто очікувати, що в найближчі роки попит відновиться та почне зростати. Як зазначалося вище, світовий ринок сільськогосподарської техніки є високо концентрованим. Здебільшого, завдяки проведенню послідовної багаторічної цілеспрямованої політики та при значній державній фінансовій підтримці з боку урядів, зокрема, за останні десятиріччя з'явилися потужні “нові” корпорації-виробники техніки в таких країнах, як Китай та Індія. Сучасне виробництво конкурентоспроможної техніки потребує значних інвестицій у його запуск та забезпечення функціонування. Індустрія вітчизняного виробництва сільськогосподарської техніки переживає значний занепад. Частка ринку техніки, виробленої в Україні історично складала

лише 1-9%, незважаючи на працюючі державні програми підтримки вітчизняних виробників [11]. Таку ситуацію спричинили низка факторів та обставин, серед яких: низький рівень інвестиційної активності в країні в т.ч. слабке залучення іноземного капіталу; низьке місце країни у рейтингах оцінювання рівнів інвестиційної привабливості та легкості організації і ведення бізнесу; політична нестабільність тощо. За умов досягнення покращення умов ведення бізнесу в країні та створення привабливого інвестиційного клімату, в Україні є шанс розвинути галузь сільськогосподарського машинобудування з деяких видів техніки. При цьому, важливою умовою буде створення вітчизняної індустрії локального виробництва важливих компонентів для виробництва сільськогосподарської техніки. Одним з напрямків розвитку галузі вітчизняного виробництва техніки буде залучення світових виробників для відкриття виробничих потужностей на території України. Цей шлях розвитку є, наразі, переважаючим у світі.

Список використаних джерел:

1. Agriculture Equipment Market Size, Share & Trends Report, 2030, URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/agriculture-equipment-market-102665> (дата звернення: 02.04.2024).
2. Agricultural Equipment Market Analysis. July 2023. URL: <https://www.coherentmarketinsights.com/market-insight/agricultural-equipment-market-3279> (дата звернення: 04.04.2024).
3. Agricultural Machinery in Europe Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).
4. Agricultural Machinery in India Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).
5. Agricultural Machinery Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).
6. Agriculture Equipment Market Research: 2032. April 2023. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/agriculture-equipment-market> (дата звернення: 04.04.2024).
7. Agriculture Equipment Market Size, Share, & Trends Analysis Report By Product (Tractors, Combine Harvesters, Forage Harvesters, Planting Equipment, Irrigation & Crop Processing Equipment, Spraying Equipment), By Application, And Segment Forecasts, 2024 – 2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/agriculture-equipment-market> (дата звернення: 04.04.2024).
8. Argentina Farm Machinery and Equipment Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/argentina-agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).

9. Autonomous Tractor Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-autonomous-tractors-market> (дата звернення: 04.04.2024).
10. Brazil Agricultural Machinery Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/brazil-agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).
11. Brazil Agricultural Tractors Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/brazil-agricultural-tractor-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).
12. Canada Agricultural Machinery Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). 2023. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/canada-agricultural-machinery-market> (дата звернення: 04.04.2024).

UDC: 658.628.001.26

**THE ESSENCE OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS MANAGEMENT OF
AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN
INTEGRATION OF UKRAINE**

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*

The international investment attractiveness of an enterprise, which is usually associated with the export and import of various capital, technologies, services, as well as with the implementation of projects and joint ventures with other states, should take into account the peculiarities of integration processes in various industries [4].

Management of international investment attractiveness covers the comprehensive regulation of factors affecting the investment environment, including a detailed analysis of the company's activities, its financial, economic and managerial components, strategic planning, assessment of competitive advantages and disadvantages, as well as forecasting future development in specific conditions, taking into account the interests of foreign investors.

In order to increase international investment attractiveness, a company should pay attention to a number of additional factors, including the peculiarities that arise in the context

of working with foreign investors. Managing the international investment attractiveness of an enterprise includes effective regulation of the impact of various factors on the investment environment, as well as identifying the most dangerous risks and implementing proposals to mitigate them. [2]

Since investment attractiveness can be considered at three levels: macro level (investment attractiveness of the country), meso level (investment attractiveness of regions and economic sectors), micro level (investment attractiveness of the enterprise), the attractiveness of a particular investment project from the perspective of a potential investor will be determined by the attractiveness of all these components - country, industry, region, enterprise, project. [1]

The process of European integration has a significant impact on the international investment attractiveness of Ukrainian companies, in particular at the macro, meso and micro levels. Adaptation of the Ukrainian economy to the standards and requirements of the European Union leads to changes in political stability and legal regulation, which has a direct impact on the investment environment in Ukraine. For example, at the macro level, strengthening political stability and improving the legal environment, in particular through the harmonization of national legislation with EU norms, create more favorable conditions for foreign investors. At the meso level, European integration promotes regional development, attracts investment in infrastructure, and uses European funds to implement major projects. At the micro level, Ukrainian businesses face the need to adapt to European standards in the areas of product quality, environmental standards, corporate governance, and social responsibility.

While analyzing the statistical data to determine the overall investment environment of Ukrainian enterprises, a certain trend can be observed. The indicator of the dynamics of capital investment in the Ukrainian economy for the period 2010-2022 shows a sharp decline in investment in 2020, which was caused by many factors mainly related to the global pandemic, investments amounted to UAH 508217 million, while in 2021 this figure was UAH 673899.3 million, indicating a rapid increase in investment in the country's economy as a whole. There has been a positive trend between total investment and capital investment in the agricultural sector since 2020. Investments in the agricultural sector in 2020 amounted

to UAH 50679.7 million, which is the lowest figure for the previous 3 years, and in 2021 the figure reached its highest value for previous years and amounted to UAH 69950.3 million. In 2022, the investment indicator decreased in proportion to the total investment in the country's economy, but in percentage terms it amounted to 12.5% compared to 10.4% of the total in the previous year, which only signals an increase in the importance of the industry in crisis situations. The rapid recovery of investment after the pandemic downturn, as well as positive trends in agriculture, reflect the economy's ability to adapt and seize new opportunities for growth [3].

Analyzing 2021 as a representative year in terms of total investment in the country's economy, it is clear that foreign direct investment in Ukraine's economy was significant, with a net inflow of USD 6.7 billion for the year. In general, investments are directed to already developed areas of economic activity.

The main sectors attracting investment remain industry and trade, and construction. The main investor countries include Cyprus (31.3%), the Netherlands (21.6%), Switzerland (6.2%), the United Kingdom (4.9%), Germany (4.6%), Austria (3.1%), France (2.0%), and Luxembourg (1.9%). However, the main source of financing for capital investments remains the own funds of enterprises and organizations. [3]

In conclusion, the agricultural sector in Ukraine, already a significant component of the national economy, presents considerable investment opportunities, especially in the context of ongoing European integration. To manage and enhance this attractiveness further, it is essential for Ukrainian agricultural enterprises to focus on several key areas. Firstly, continuous adaptation to EU standards in product quality, environmental protection, and corporate governance will be critical. Additionally, improving infrastructural support and technological integration can significantly boost productivity and efficiency, making the sector more competitive and appealing to foreign investors. Leveraging European funds and partnerships for these upgrades can accelerate this process.

Finally, enhancing transparency and engaging in proactive risk management will further build investor confidence. Ukrainian agricultural companies must focus on these areas to not only attract but also retain investment from EU countries, ensuring sustainable growth and integration into European markets.

References:

1. Koval, N. V. Investment attractiveness of Ukraine in international rating assessments. 2010. P. 8.
2. Skaliuk R.V., Loik O.I. Evaluation of investment attractiveness of the enterprise. Bulletin of Khmelnytsky National University 2016, No. 1. P. 122.
3. Website of the Ministry of Economy of Ukraine. Information and analytical materials on the investment climate in Ukraine. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
4. Zadoya, A. O. International investment activity. Study guide. Electronic edition. 2018. P 122.

UDC: 330.322

INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISE IN TERMS OF INTERNATIONAL ACTIVITY

Gao Xuyi, student,
People's Republic of China,
Oleksandra Ralko, Ph.D., Associate Professor of
Administrative Management and International Activity
Department,
*National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Many studies on the investment attractiveness of enterprises, regions and countries are being carried out. To date, the investment attractiveness of an enterprise depends not only on the indicators of its economic activity, but also on the factors affecting the investment attractiveness of the city, region and industry in which it is located. The investment impact of an enterprise is very wide-ranging, which has led to an increasing interest in investment attractiveness. According to the existing research, it can be understood that improving investment can help enterprises to improve their competitive advantage and bring more development opportunities. Therefore, it is very necessary to study the enterprise to improve the attractiveness of investment [1, p. 96-97].

The investment attraction of the investment object reflects the possibility of the most typical investment motives in the market economy. Such possibilities can be expressed by a set of indicators or data. But this is not the final conclusion of the investment attractiveness assessment, because an enterprise with satisfactory financial indicators will not be

considered attractive if it is located in an economically unstable country. Therefore, before analyzing the investment attractiveness of a company, it is important to analyze the investment attractiveness of the region in which the company is located. The productivity of business investment in a region is estimated by the following factors, such as [2]:

- 1) The level of development of the economic region in terms of the share of the region's GDP, per capita output, average wages and other indicators, the number of employees, business activity, regional capital per capita;
- 2) The level of development of investment infrastructure in the region, as measured by the number of construction companies, local production of basic building materials, energy production per capita, and means of communication;
- 3) Demographic characteristics, in terms of the proportion of the population of the region in which it is located to the total population of the country, the ratio of the urban population to the rural population, the proportion of the population in the labor force, and the level of qualification of the workers in the region;
- 4) The risk structure is characterized by environmental risks, criminal risks and special risks inherent to the region.

The investment attractiveness of the enterprise is then assessed. Determining the investment attractiveness of an enterprise based on the analysis of the factors in the methodology of investment attractiveness research is a complex issue that requires multiple considerations from multiple perspectives. However, the concept of investment attractiveness is ambiguous in the economic literature. Therefore, there is a need to rationalize the choice of methods for assessing the attractiveness of a business. For this purpose, a comprehensive definition of investment attractiveness has been developed from different perspectives such as assessing the managerial, financial and economic activities of an enterprise.

After analyzing, synthesizing and comparing to determine the internal and external environment of the enterprise's investment attractiveness of the factors affecting the enterprise. Determine the influence of factors according to the influence of factors to target to improve, thereby enhancing the attractiveness of the enterprise's investment, and promote the better development of enterprises.

References:

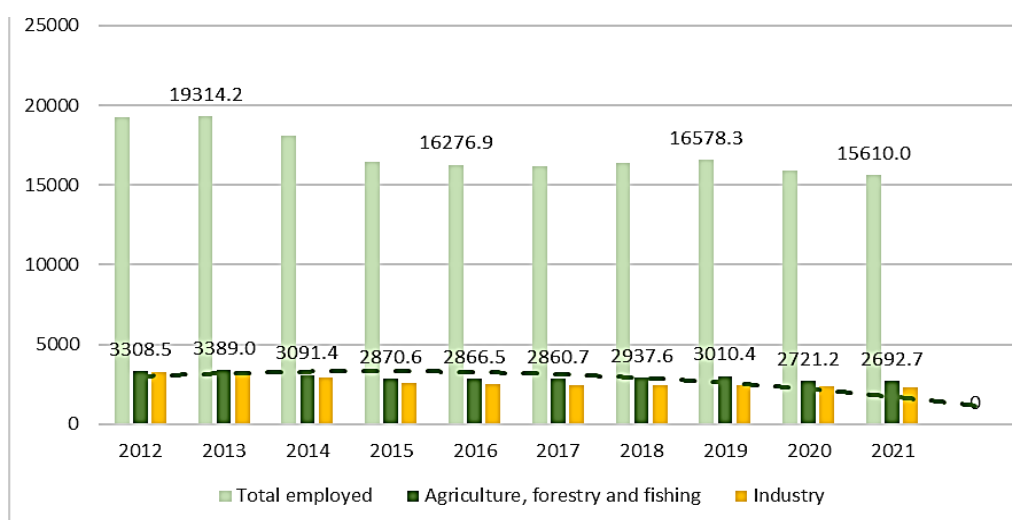
1. Ilyash, O., Yildirim, O., Smoliar, L., Doroshkevych, D., Vasylciv, T., & Lupak, R. (2020). Evaluation of enterprise investment attractiveness under circumstances of economic development. *Bulletin of Geography-Socio-Economic Series*.
2. Niekrasova, L., & Stepanenko, M. (2019). Assessment of regional investment attractiveness as a strategy factor of enterprise development. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach*.

UDC: 334.758:631

EMPLOYMENT TENDENCIES AND GLOBAL TRENDS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE

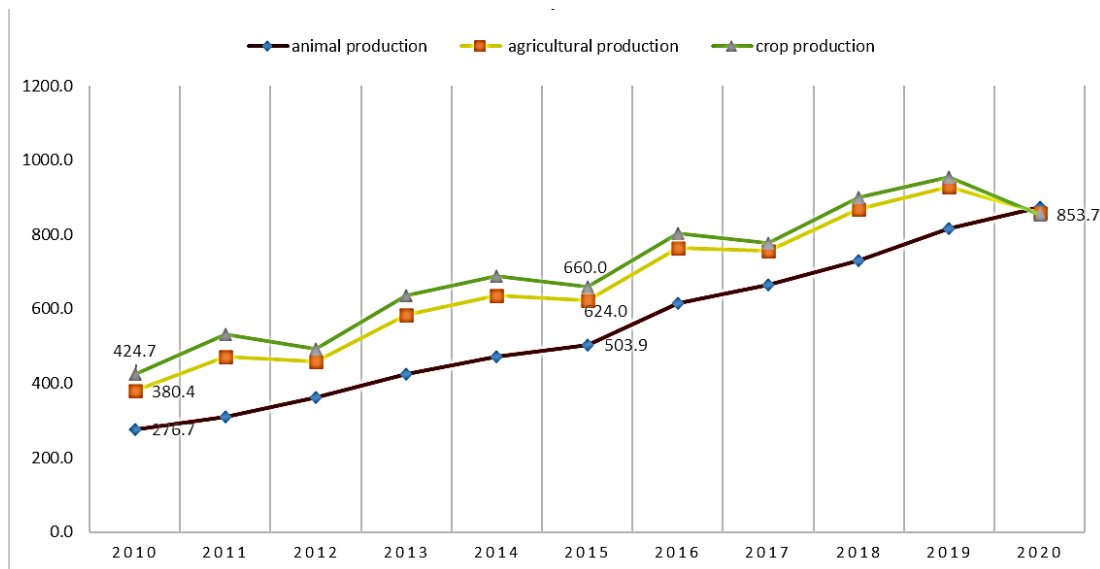
Balaban A.R., student,
Faichuk O.M., PhD in Economics, Associate Professor
at the Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

In the conditions caused by Russia's full-scale attack and economic instability, the agricultural sector has been greatly damaged and needs effective methods of recovering. Agriculture is one of the richest economic activities in Ukraine in terms of export activities. However, the quantitative financial indicators of agricultural activity differ by region. According to Ukrstat, employment in the sphere of agriculture continues to decline, as we can see a trend. On the pic. 1.1 We have shown employment in agriculture compared to industry and total employment.



Pic. 1.1. Comparison of employed population by economic activities in 2012-2021, thousands of person(15-70)[1]

However, the graph of Labor productivity in Ukraine has experienced a positive trend. As stated by Ivakhnenko O. : ‘The existing trend in the level of labor productivity in agriculture contributes to the formation of competitiveness of the state's economy in the world market. Although there is a growing trend of labor productivity in agricultural enterprises, its growth has a lower rate compared to foreign countries.’[2,p.44]



Pic.1.2. Labor productivity in agriculture per 1 person, thsd. UAH, 2010-2020,[3]

This indicates that the process of agriculture of Ukraine is influenced by positive factors and the existing trend contributes to the formation of competitiveness of the state's economy in the world market. The most important and effective factor in the development of labor productivity in agriculture is the use of advanced technology. The agricultural sector of the economy, like any other sector, requires huge investments to transfer the industry to efficient production and reduce losses of agricultural products at different stages. Investments in the agricultural sector are constrained by the low level of infrastructure development – in many areas there are no high-quality roads to industrial facilities. To carry on an increase in productivity, we may address new trends emerging for the global farmers. On a top of trends capturing the market for the following ten years:

1.RTK for Precision in Field Operations. Real-Time Kinematic is among the top technology trends that allows you to process the signals of the Global Navigation Satellite System (GNSS) and determine the coordinates of agricultural vehicles with high accuracy. If farmers want to effectively engage in precision farming, traditional GPS systems will no

longer be enough. By using autosteer systems coupled with RTK receivers, farmers can achieve 1 cm accuracy in field operations. This significantly reduces pass-to-pass overlap, minimizes fuel usage as much as possible, and reduces the amount of time a worker needs to complete an operation. This technology can be bought from only one company 'FarmRTK', founded in 2020. Main user of this technology is mobile provider 'Kyivstar'

2. *Internet of Things(IoT)*. The sensors make it easier to monitor farms remotely, providing greater convenience for farmers. They are also used in new irrigation systems to automate the delivery of water to crops. These include evapotranspiration sensors, local soil moisture sensors, and rain sensors, among others. This niche has few successful start-ups. One of them is Farmer's Hive - a Canadian startup focused on meeting the needs for instantaneous remote monitoring of farm equipment, crops, and microclimates. The startup develops sensors based on IP technology for greenhouses, family farms and gardeners. They provide cloud-based services that directly store the data and detailed metrics measured by these sensors. In addition, they facilitate remote monitoring in the wireless ecosystem using communication technologies such as 4G LTE-M, Wi-Fi, or LoRaWAN networks. The growth of the market for IoT solutions in agribusiness is logical was estimated at \$13.7 billion in 2022, in 2023 it should reach more than \$15 billion, and by 2030 — almost \$30 billion[4].

3. *Precise Farming*. It is a method in which farmers use precise amounts of resources like water, pesticides, and fertilizers to improve quality and productivity. Different plots of land in the same field have different soil properties, receive different sunlight, and have different slopes. Agriculus is an Italian startup example that develops precision farming tools. They use satellites and drones to calculate parameters related to plant tone, water shortage and chlorophyll amounts. They also develop maps that facilitate the application of variable rates of application of fertilizers and other resources. In addition, the startup offers farm tracking and analysis[5].

Conclusion: despite challenges from Russia's actions and economic instability, Ukraine's agriculture sector is vital for its economy, with notable variations across regions. While employment in agriculture declines, labor productivity shows a positive trend, albeit slower than in other countries. Adoption of advanced technology like Real-Time Kinematic

systems and IoT solutions is key for productivity. Precise farming methods further enhance efficiency, with startups like Agricolus and Farmer's Hive leading the innovation. Investments in infrastructure are crucial to sustain this progress and ensure competitiveness in the global market.

References:

1. Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012-2021 роках. Держстат України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.05.2024).
2. Іваненко О. Продуктивність праці в аграрному секторі економіки. Вісник сумського державного університету. 2018. URL: <https://doi.org/4.43-51.10.21272/1817-9215.2018.4-6>.
3. Продуктивність праці в підприємствах, які здійснювали сільськогосподарську діяльність. Держстат України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. 4 тренди розвитку сільського господарства у 2024 році. Kyivstar Business Hub – корпоративний блог для бізнесу. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/4-trendi-agro-tech-yaki-budut-drajviti-silске-gospodarstvo-u-2024-roczі>.
5. Agricolus - La piattaforma per l'agricoltura di precisione. Agricolus. URL: <https://www.agricolus.com/>.

УДК: 631.15

УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Фертюк В.С., студент,
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності Національний
університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна

Господарська діяльність підприємств здійснюється через суспільне відтворення виробництва, що містить «виробництво» – «розподіл» – «обмін» – «споживання». Ключова роль у вказаному ланцюгу належить саме сфері виробництва продукції, що й зумовлює її пріоритетність у відтворенні. Однак економічний процес обігу пов'язує виробництво зі споживанням, адже забезпечує рух товарів від виробника до споживача.

Таким чином будь-яка організація чи підприємство є групою людей, діяльність яких координується для досягнення загальної мети або спільних цілей будь-яка організація чи підприємство виступає відкритою системою. Ресурси, які підприємство використовує для виробництва продукції або ж надання послуг, отримують саме із зовнішнього середовища.[1]. Саме тому більшості підприємствам притаманні наступні характеристики:

- 1) підприємства використовують чотири основних види ресурсів (рис. 1.1):
 - людські;
 - фінансові;
 - фізичні;
 - інформаційні.

В свою чергу продукція, що виробляється підприємством, також реалізується й у зовнішньому середовищі. Тому організація чи підприємство може існувати лише у взаємодії з навколишнім середовищем. Тобто, це означає, що будь-яка реально існуюча організація чи підприємство є відкритою системою.

- 2) поділ праці. Якщо навіть дві людини працюють спільно для досягнення єдиної мети, вони повинні розподілити роботу між собою.

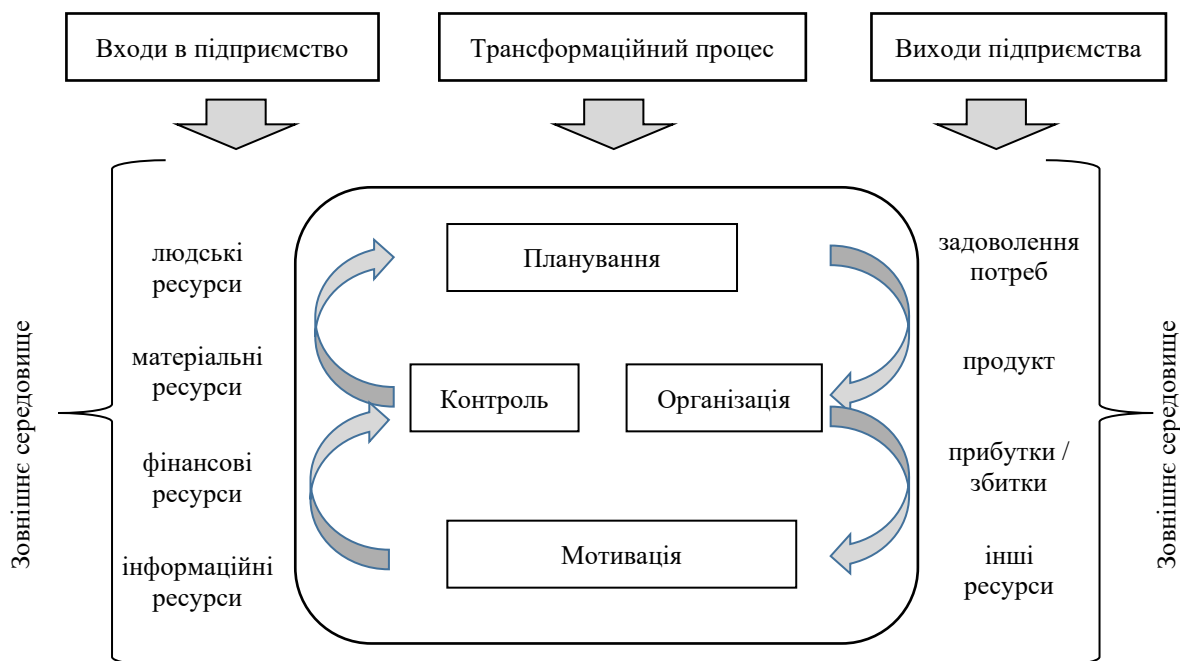


Рис. 1.1. Загальна системна модель підприємства

Джерело: побудовано за матеріалами [1]

Отже, більшість процесів формування ефективної політики організації на цільових ринках, як показує практика, мають певні труднощі та появляються у неадекватній політиці у сфері менеджменту, маркетингу, логістики, фінансового менеджменту, виробничих потужностей, інновацій та ін. [3].

Для забезпечення ефективного управління підприємством ключову роль відіграє правильне розуміння та застосування основних інструментів управління – методів, функцій та принципів [4, 5]

Головним механізмом управління підприємством є механізм виробничо-господарської діяльності, що дозволяє отримати конкурентну перевагу на ринку споживачів та досягати ефективності виробництва (рис. 1.3) [2].



Рис. 1.3. Механізми управління господарською діяльністю підприємства

Джерело: сформовано на матеріалах [2]

Управління господарською діяльністю підприємства є концепцією досягнення головної мети та розумна реакція на сучасні виклики. При цьому особливим є оперативна реакція на швидкі зміни зовнішнього середовища, що дозволить прийняти управлінські рішення вчасно з урахуванням реального часового фактору. Таким

чином розвиток господарської діяльності підприємств в нашій країні в умовах воєнного стану потребує принципово нових підходів щодо формування бізнес-процесів, зокрема з використанням стратегічних методів управління для перепрофілювання діяльності суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Бутрин В. В., Гарасимлюк М. В., Вербицька Г. Л. та інші. Економіка та управління розвитком підприємств: теорія, методологія, практика: колективна монографія. Полтава: ПП «Астроя», 2024. 103 с.
2. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т. О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. *Міжнародного наукового журналу «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2023. №8(76). С. 164-169.
3. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. Харків: ХНУВС, 2021. 208 с.
4. Феєр О. В., Хаустова К. М., Густі С. М. Стратегічне управління підприємством в умовах воєнного стану. *Innovation and Sustainability*. 2023. №4. С. 90-97.
5. Хомич О. В., Артеменко Л. П. Стратегічне Agile управління сучасними організаціями. *Фаховий збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2019. № 6(74). С. 155-159.

УДК: 339.13

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Векленко О.Ю., студент,
Кузьменко С.В., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності НУБІП
України, м. Київ, Україна

Нині в умовах воєнного стану в нашій країні господарства всіх форм власності стикаються з проблемою управління збутом. Тому питання щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства та покращення його фінансового стану безпосередньо пов'язане з вирішенням проблем та суперечок в системі управління збутовою діяльністю підприємств. Для того, щоб система збутової діяльності підприємства була ефективною, потрібно сформувати систему управління, яка б дозволила реалізовувати цілі та стратегії збуту, які орієнтовані на потреби кінцевих споживачів.

Деякі вчені під управлінням збутовою діяльністю підприємства з позиції маркетингу розглядають як процес організації, планування, мотивації та контролю збутової діяльності, що дозволить сформулювати та досягти мети збуту [1, с. 24]. Литовченко Б. В. визначає, що головними компонентами управління збутовою діяльністю є структура збутової організації й управління збутом за допомогою ефективної системи [3].

Таким чином збут продукції є ключовим компонентом маркетингової діяльності організації. Вироблена продукція підприємства потрапляє на ринок для реалізації, а підприємство відповідно отримує прибутки та відшкодовує витрачений капітал. Лише за умов реалізації продукції та отримання прибутку підприємство може досягти кінцевої цілі [2]. Відмітимо, що досягнення зазначеної мети є можливим за умови одночасного нарощування обсягів виробництва та обсягів реалізації продукції.

На рис. 1.1 наведена схема управління збутовою діяльністю підприємства.

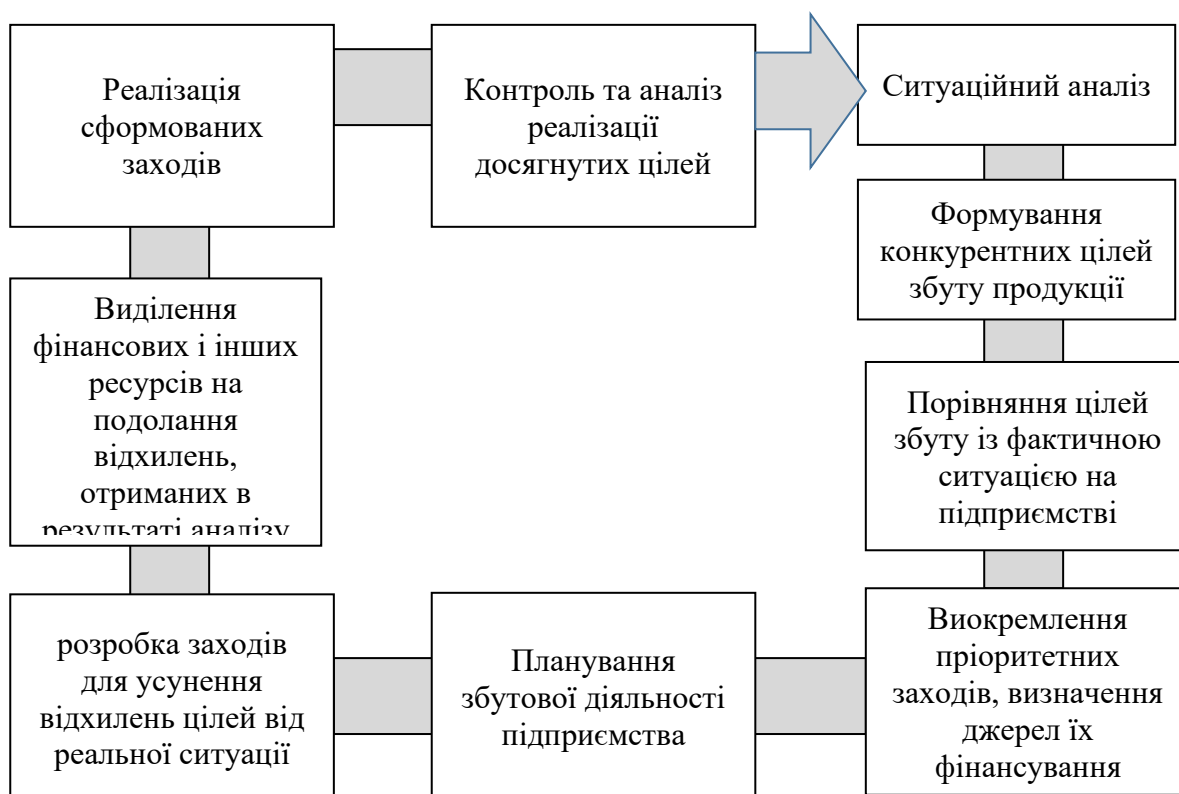


Рис. 1.1. Схема управління збутовою діяльністю підприємства

Джерело: побудовано за даними [2]

На рис. 1.2 ми виокремили головні принципи збутової діяльності підприємства.

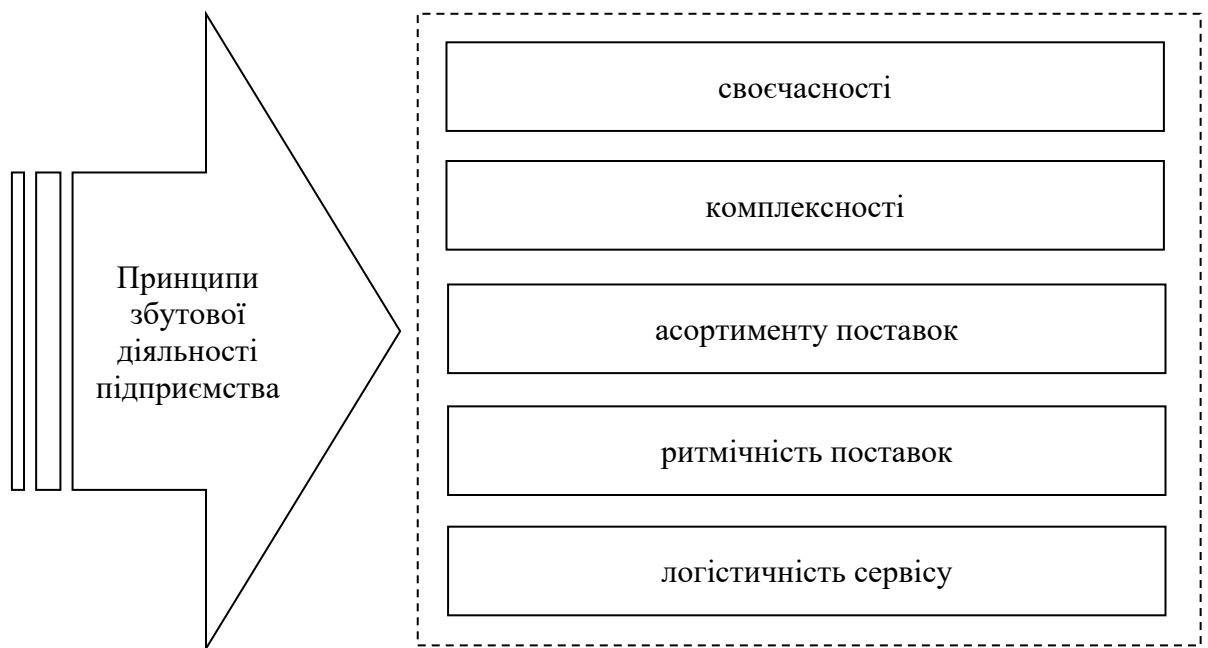


Рис. 1.2. Ключові принципи збутової діяльності підприємства

Джерело: побудовано за даними [1]

Враховуючи головні принципи збутової діяльності підприємства в поєднанні з процесом управління можуть зазнавати змін чи черговості враховуючи попит та пропозицію. При цьому, в умовах воєнного стану алгоритми управління збутовою діяльністю підприємства може зазнавати змін та носити характер одноразових завдань. При цьому повторювані цикли щодо розробки, прийняття та реалізації стратегічних завдань дозволяють змінювати також й оперативні рішення з метою підвищення ефективності управління збутовою діяльністю.

Список використаних джерел

1. Бреус С. В., Буваник О. І. Основні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства. *Multidisciplinary academic explorations: The I International Science Conference*, January 10-12, Amsterdam, Netherlands. 2022. 171 p.
2. Заїчко І. В., Богріновцева Л. М. Фінансовий менеджмент в системі забезпечення діяльності збутових підприємств. *Економіка та суспільство*. Вип. 45. 2022. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1933/1861> (дата звернення 22.04.2024).
3. Литовченко Б. В. Удосконалення системи управління збутом продукції на підприємстві. Традиції та нові наукові стратегії у центральній та східній Європі. https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2023/11/ScStrCEEurKyiv-June2023_v2.pdf (дата звернення 11.04.2024).

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

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

Сучасні тренди та тенденції щодо посилення міжнародної конкуренції у сфері аграрного виробництва, зростання динамічності агробізнесу, з урахуванням швидкоплинності стратегічних орієнтирів, зумовлюють об'єктивну необхідність щодо кардинального перегляду головних підходів до здійснення ефективного менеджменту в сільськогосподарських підприємствах.

Адекватна адаптація відповідно до вимог динамічних змін світового аграрного ринку з метою формування оптимальної стратегії розвитку підприємства є ключовим завданням для вітчизняних сільськогосподарських підприємств, що є досяжним лише за умов застосування науково обґрунтованої моделі комплексного інформаційного забезпечення стратегічного управління.

Нині управління стратегічним розвитком набуває великого значення в управлінні сучасною організацією. При цьому варто враховувати, що ефективність системи стратегічного управління певним чином залежить від специфіки та особливостей розвитку соціально-економічних відносин в країні, що, в свою чергу, суттєво впливає на розвиток вітчизняних підприємств. Як показують дослідження еволюція системи стратегічного управління в Україні відбувається шляхом поєднання саме інноваційних наукових розроблень з використанням практичного досвіду ведення бізнесу.

Стратегія підприємства є основою стратегічного планування, завдяки чому на підприємстві зважається комплекс проблем, пов'язаних з цілеспрямованою переорієнтацією випуску продукції нової номенклатури й асортименту, з використанням нових технологій, тенденцій розвитку маркетингу,

удосконалюванням структури керування підприємством, своєчасною і якісною підготовкою і перепідготовкою кадрів тощо [2].

Під стратегічним управлінням розуміють процес розробки стратегій і управління організацією для успішної її реалізації. Підприємства та керівництво повинні мислити стратегічно та критично з можливістю спрогнозувати вектор своєї діяльності. В умовах невизначеності керівники підприємств повинні наполегливо працювати сьогодні, щоб в майбутньому бути конкурентними [3]

Процес стратегічного управління складається з кількох взаємопов'язаних етапів (рис. 1.1).

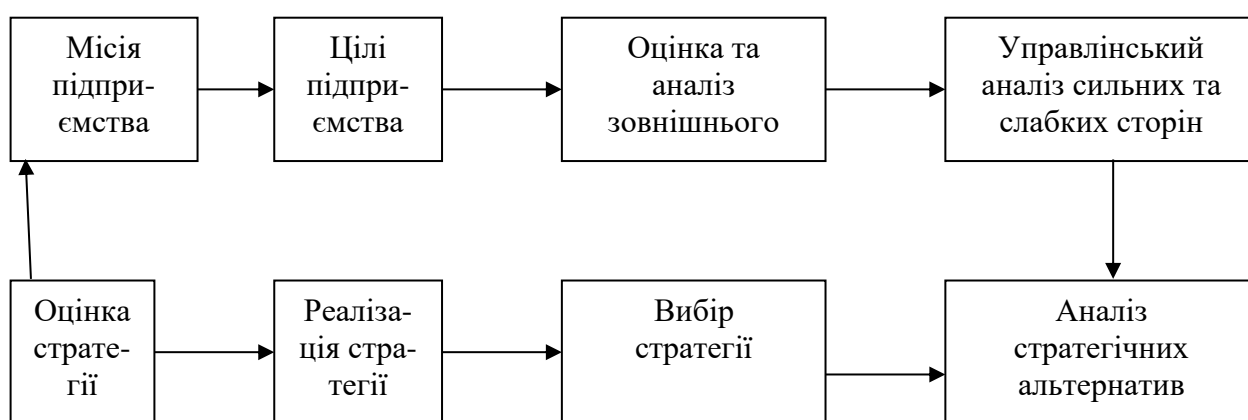


Рис. 1.1. Етапи процесу управління стратегічним розвитком підприємства
Джерело: сформовано за даними [1]

Вважаємо, що під стратегічним управлінням слід вважати діяльність підприємств, заснована на стратегічній орієнтації як компоненту підприємницької філософії що дозволяє зосередити увагу саме на досягненні орієнтирів, спрямованих на перспективу, що в свою чергу дозволить забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності, стійкість конкурентоспроможних позицій в довгостроковій перспективі.

Крім того управління стратегічним розвитком підприємства повинно ґрунтуватись на сучасних концепціях економічного розвитку та принципах гармонійної взаємодії підприємств з навколишнім середовищем, що забезпечить ефективність їх діяльності шляхом розробки та прийняття управлінських рішень [4].

На рисунку 1.2 показано алгоритм процесу прийняття та реалізації стратегічних рішень в підприємстві.

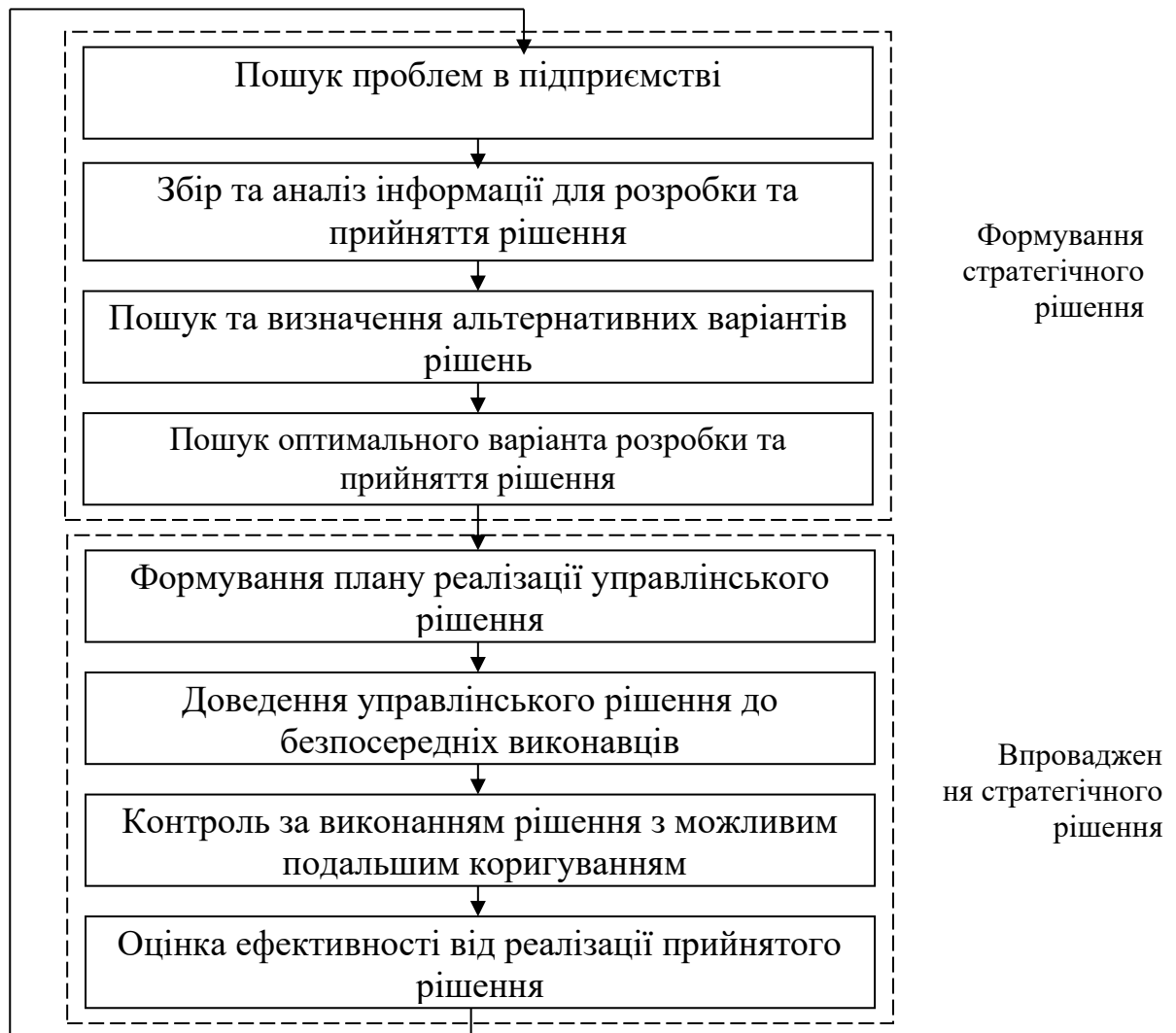


Рис. 1.2. Алгоритм процесу прийняття та реалізації рішень управління стратегічним розвитком підприємства

Джерело: сформовано на основі даних джерела [5]

Отже, управління стратегічним розвитком підприємства є процесом передбачення та підготовки до майбутнього з урахуванням вимог. Стратегічне управління підприємством є цілісним процесом певної підготовки та прийняття рішень, що передбачає формулювання цілей та визначення шляхів їх досягнення, з метою забезпечення готовності організації до конкуренції на ринку. Необхідність підвищення ролі стратегічного підходу в управлінні підприємством дозволить сформувати значну кількість альтернативних варіантів розвитку підприємства в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Артеменко Л. П., Петрук Ю. В. Особливості стратегічного планування підприємства в кризових умовах. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2022. №22 URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/260143> (дата звернення 11.04.2024).
2. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: підручник. Київ: Каравела, 2019. 464 с
3. Колокольчикова І. В. Стратегічне управління та формування позитивного іміджу суб'єктів господарювання. Інфраструктура ринку. 2021. № 56. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/56-2021> (дата звернення 01.04.2024).
4. Прокопенко О. В. Стратегічне управління системною стійкістю національної інноваційної системи: монографія. Суми: Територія, 2019. 222 с.
5. Чухлата Ж. Г. Особливості стратегічного управління підприємством в сучасних умовах. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 62. С. 362-367.

УДК339.5:658.6

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зелюк В.О., студентка,

Кузьменко С.В., к.е.н., доцент кафедри адміністративного
менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

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

Забезпечення підприємств ефективними механізмами ведення зовнішньоекономічної діяльності є одним з ключових аспектів конкурентоспроможності. Приведення цих важелів у дію вимагає значних організаційних інвестицій та часу для створення ефективної системи організації, управління та контролю. Це означає розробку стратегії зовнішньоекономічної діяльності, аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність компаній, оцінку ризиків, розробку низки планів, дій, моніторинг і контроль, збір інформації та перевірку відповідності останнім вимогам і тенденціям.

Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства полягає в сукупності зовнішньоекономічних операцій, що відбуваються в сфері господарської діяльності,

які здійснює підприємство з метою одержання прибутку через створення та реалізацію конкурентних переваг внаслідок виходу на зовнішній ринок, а під управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства слід розуміти комплексну оцінку та моделювання внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства в ув'язці з налагодженою взаємодією всіх його підрозділів задля досягнення прибутку в його зовнішній діяльності.

В свою чергу, сукупність прийомів управління, які сприяють забезпеченню високої ефективності діяльності підприємства становлять метод управління. Від правильно обраного методу управління, спрямованого на досягнення мети підприємства у найкоротші строки за умов раціонального використання всіх видів ресурсів залежить чітка організація процесу управління в цілому та зовнішньоекономічної діяльності зокрема.

За своїм змістом методи управління ЗЕД ідентифікуються з основними функціями управління: плануванням, мотивацією, контролем, організацією, регулюванням. Відповідно до них вони діляться на економічні, адміністративні, соціальні, психологічні, технологічні та правові. Основними з них є адміністративні та економічні методи управління ЗЕД. Вони діють узгоджено за допомогою певних інструментів (рис. 1.1.)

Ефективність – це показник, що демонструє співвідношення між витраченими на реалізацію деякого процесу ресурсами (фінансові, часові, трудові тощо) та кінцевим необхідним результатом обраного процесу. Тобто фактично, ефективність відображає необхідну кількість ресурсів для отримання запланованого результату. Чим менше ресурсів використовується для реалізації процесу – тим вища його ефективність і навпаки [2].

Джерело: сформовано на основі даних джерела [6]

Основними завданнями, пов'язаними з управлінням ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства, зазвичай виступають:

– покращення та вдосконалення зовнішньоекономічних показників діяльності підприємства;

- оптимізація наявних у підприємства ресурсів та раціоналізація їх використання;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку тощо.



Рис. 1.1. Основні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Російське військове вторгнення призвело до низки тимчасових змін у законодавстві, що регулює зовнішньоекономічну діяльність. Зокрема, було запроваджено нові правові норми щодо регулювання валютного, податкового та митного законодавства. На жаль, це законодавство не є стабільним, і нові зміни необхідно відстежувати майже щодня [6].

Таким чином, управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це процес організації, реалізації, регулювання та контролю за зовнішньоекономічними процесами на підприємстві з метою досягнення поставлених перед ним цілей [4]. Варто зазначити, що задачі підвищення ефективності управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства неможливо розглядати ізольовано, у відриві від управління господарською діяльністю в цілому. Також потрібно відмітити, що підприємство повинно враховувати внутрішні чинники впливу на ефективність господарської діяльності, а завдання держави як зовнішнього чинника – забезпечити досконалою законодавчою базою.

Список використаних джерел:

1. Матвеева Н. М., Базецька Г. І. (2021). Впровадження моделі оцінки управління зовнішньоекономічною діяльністю компанії як метод підвищення ефективності її функціонування. Національна академія статистики обліку і аудиту
2. Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. Бізнес Інформ. 2021. №2.
3. Покровська В. В. Зовнішньоекономічна діяльність : 2-е вид., Пер. і дод. М.: Юрайт. 2019.
4. Райзберг Б.А., Лазовский Л.Ш., Стародубцева Є.Б. Сучасний економічний словник. ИНФРА. 2020. 496 с.
5. Бірбіренко С. С., Жаданова Ю. О. (2021). Сучасна практика оцінювання економічної стійкості підприємства: переваги та недоліки.
6. URL: <https://yur-gazeta.com/> (дата звернення 28.04.2024)

УДК 338.43:633.1

АНАЛІЗ РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Козуб Є. студентка

Пащенко О.В. к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
*Національний університет біоресурсів і природокористування
України, м. Київ, Україна*

Україна є одним із найбільших світових експортерів зернових культур на міжнародному ринку зерна і частка її на світовому ринку виросла за останнє десятиліття та одним із гарантів продовольчої безпеки в світі, адже має потенціал у

нарощенні виробництва й експорту зернових. Протягом останніх 5 років Україна впевнено експортує більше 40 млн т зерна на рік [1].

Частка зернових культур у валовій продукції сільського господарства у 2021 р. становила 45,76%, частка сільськогосподарських підприємств у сільському господарстві, які займаються вирощуванням зернових культур становить 70,33 відсотків. Із усієї кількості земель України 34,69% припадає на посіви зернових культур, а рентабельність вирощування зернових культур сягає 34,6 відсотків. Загальний обсяг зернових за 2011-2021 рр. збільшився у 1,5 рази або ж від 56747 тис. т у 2011 р. до 83010 тис. т у 2021 році. Статистичні дані підтверджують, що більшу частку у виробництві зернових та зернобобових культур мають сільськогосподарські підприємства (81,0 у 2021 р., проти 75,8% у 2011 р.), частка господарств населення складає – 19,0% у 2021 р. проти 24,2% у 2011 році. Зростання валового збору зернових культур відбулося за рахунок підвищення врожайності зернових культур. Середня врожайність зернових зросла від 37 ц/га у 2011 р. до 53,9 ц/га у 2021 р. або ж на 3,83 відсотки. У розрізі окремих зернових культур урожайність пшениці зросла від 22,3 ц/га у 2011 р. до 32,2 ц/га у 2021 р. або ж на 3,9 ц/га, ячменю від 9,1 ц/га у 2011 р. до 9,4 ц/га у 2021 р. або ж на 0,3 ц/га, кукурудзи від 22,8 ц/га у 2011 р. до 42,1 ц/га у 2021 р. або ж на 19,3 ц/га [2]. Проте у 2022 р. виробництво зернових культур в Україні в 2022 р. порівняно із 2021 р. скоротилося на 37 % – до 53,9 млн тонн. Зменшення обсягів виробництва зумовлено тимчасовою окупацією частини українських територій, веденням бойових дій, замінуванням звільнених територій, зниженням врожайності в порівнянні з 2021 р., а також ускладненим та суттєво розтягнутим у часі збором врожаю через несприятливу погоду восени та ін. У зв'язку із цим у 2022 р. порівняно із 2021 р. зменшилася урожайність зернових культур – пшениці на 11,8 ц/га, ячменю на 3,8 ц/га, кукурудзи на 15,9 ц/га.

Площі зернових культур за 2011-2021 рр. збільшилася від 15090,0 тис. га у 2011 р. до 15994,8 тис. га у 2021 р., тобто на 904,8 тис. га. Так, посіви пшениці у 2021 р. порівняно із 2011 р. зросли у 1,1 рази (з 6451,0 тис. га у 2011 р. до 7095,2 тис. га у 2021 р.), посіви кукурудзи – 2,04 рази (з 2708,6 тис. га у 2011 р. до 5522,4 тис. га у 2021 р.). Проте зменшилися посіви під ячменем на 82% (з 4504,8 тис. га у 2011 р. до

2475,6 тис. га у 2021 р.). Такі зміни спричинені збільшенням попиту на світовому ринку на зерно та кукурудзу, що зумовлені зростанням чисельності населення та відповідно підвищенням цін на дані культури. За аналізований період 2011-2021 рр. урожайність зернових культур в Україні зросла на 45,6%, пшениці – на 35,2 %, кукурудзи – на 19, 3%, ячменю – на 54,6 відсотків. Не дивлячись на те, що урожайність зернових підвищилася вона значно менша, ніж у європейських країнах, зокрема у Франції (урожайність пшениці 8 т/га), США (кукурудзи – 12т/га). Причина зростання урожайності зернових культур в Україні є використання інноваційних технологій виробництва зернових культур, зокрема сучасної техніки (трактори, комбайни тощо, що допомагає мінімізувати втрати при зборі врожаю), капіталу, розширювання обсягів зрошування полів, використання найкращих високоякісних сортів та гібридів посівного насіння зернових культур, які дають стабільно високі врожаї.

За досліджуваний період 2017-2021 рр. зросла посівна площа та урожайність зернових культур, що зумовило зростання їх валового збору. У результаті підвищилася кількість реалізованої продукції – із 38,17 млн т у 2017 р. до 41,99 млн т у 2021 році. Збільшилась економічна ефективність виробництва зернових культур. Якщо у 2017 р. рівень рентабельності становив 25%, то в 2020 р. – 20,3%, а в 2021 р. – 34,6 відсотків, тобто протягом 2017-2021 рр. вона збільшилася в 1,4 рази. Це зумовлено зростанням ціни реалізації – на 67 відсотки. За досліджуваний період собівартості також підвищилася на 55% і це пов'язана із ростом вартості виробничих ресурсів. Перевищення ціни реалізації зернових культур над собівартістю знаходилося в межах від 25% до 35 відсотків.

За аналізований період спостерігається нарощування пропозиції зернових культур, яка формується в основному за рахунок обсягу виробництва. Так у 2020 р. спостерігається зростання пропозиції на ринку до рівня 64,9 млн тонн, а 2021 р. – до 86,0 млн тонн, а у 2022 р. зменшилося до 53,9 млн тонн. Це пояснюється військовими діями, окупацією частини українських територій, замінуванням звільнених територій, зменшенням чисельності населення та покращенням структури продовольчого споживання.

Аналіз світових цін у 2021/2022 МР на зернові культури (пшеницю та кукурудзу) мали високу тенденцію до підвищення. Так, станом на липень 2021 р., ціни на ф'ючерси пшениці на біржах США знаходилися в межах 600-700 USD cent/бу, кукурудзи ж – в межах 400-500 USD cent/бу; ціни на ф'ючерси пшениці на Європейській біржі коливалися в межах 250-280 €/т; ціни на ф'ючерси пшениці на Причорноморській біржі коливалися в межах 310-325 USD\$/т, а на кукурудзу – в межах 280-295 USD\$/т [3]. На початок 2021/2022 МР ціни на ринку зерна не показували відхилення у більш ніж 50% від мінімальної вартості на початок 2021/2022 МР [3]. Динаміка експорту та імпорту свідчить, що обсяги експорту зросли у 2022 р. порівняно із 2011 р. у 2,7 рази, а порівняно із 2017 р. зменшилися 8%, а обсяги імпорту зменшилися на 19%, а порівняно із 2017 р. зменшилися на 13 відсотків. У зв'язку із військовими діями у 2022 р. обсяг експорту порівняно із 2021 р. зменшився на 27%, а імпорту – на 33 відсотки.

Згідно з опитуванням FAO, 44% виробників повідомляють про катастрофічне зростання собівартості продукції, а кожен четвертий респондент говорить про скорочення або припинення виробництва через війну [4]. Станом на лютий 2023 р. загальні збитки українського сільського господарства оцінюються в 40,2 млрд дол. США, із них прямі збитки становлять 8,7 млрд доларів.

Ринок зернових культу переживає нелегкі часи. Відсутність експорту через морські порти та пошкодження сільськогосподарських підприємств збільшили витрати та ризики для виробництва й експорту зерна. Проте ріст світового попиту споживання зернових культур у світі спонукає Україну нарощувати обсяги виробництва та пропозиції зернових культур, а цьому сприятимуть будівництво, реконструкція та модернізація ємностей для зберігання та переробки зерна, зміцнення репутації України як гаранта продовольчої безпеки як на світовому так і на вітчизняному рівнях [5], поліпшення якості зернових культур, прозорість, прогнозованість та простежуваність ринку зерна, зменшення витрат пов'язаних із виробництвом зернових культур та транспортно-логічною інфраструктурою, посилення державного контролю за тарифами на транспортні послуги [6].

Список використаних джерел

1. Які перспективи зернового ринку України до 2030 року. URL: <https://delo.ua/business/jaki-perspektivi-zernovogo-rinku-ukrajini-do-2030-roku-344436/> (дата звернення 01.10.2023)
2. Кваша С.М., Ільчук М.М., Коновал І.А. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні. *Економіка АПК*. 2013. №3. С.16-24.
3. Процик І.С., Береза А.О. Світові тенденції розвитку ринку пшениці та кукурудзи і визначення місця України на ньому. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С.414-426. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/dec/29563/220972maket-418-430.pdf> (дата звернення 25.09.2023)
4. FAO. 2022. Ukraine: Impact of the war on agriculture and rural livelihoods in Ukraine – Findings of a nation-wide rural household survey. URL: <https://doi.org/10.4060/cc3311en> (дата звернення 20.10.2023)
5. Черемісна С.Г. Ринок зернових культур в Україні: аналіз сучасного стану та перспективи розвитку. *Економіка АПК*. 2021. № 2. С.48-58.
6. Пащенко Оксана Василівна, Жарікова Олена Борисівна. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку ринку зернових культур в Україні. *Ефективна економіка*. Ефективна економіка. № 10. 2023
<http://www.nayka.com.ua>.

УДК 338.439.5:637.14

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Пащенко О., к.е.н., доцент кафедри економічної теорії

Жарікова О., к.е.н., доцент кафедри банківської справи та страхування

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

Молоко – один із найцінніших продуктів харчування людини, містить усі необхідні для харчування людини речовини – білки, жири, вуглеводи, які знаходяться у збалансованих співвідношеннях та легко засвоюються організмом. У ньому містяться різні ферменти, вітаміни, мінеральні речовини й інші важливі елементи харчування, які необхідні для забезпечення нормального обміну речовин. В Україні спостерігається скорочення виробництва молока-сировини від 9,8 млн т у 2020 р. до 7,36 млн т у 2023 р. або на 33,15 відсотки. Через дефіцит молочної сировини стримується розвиток молочної галузі. У 2023 р. поголів'я корів складало 1,28 млн, із яких 890 тис. гол. знаходилося у господарствах населення і 390 тис. гол. – у

підприємствах. На 1 січня 2024 року в Україні скоротилося кількість корів на 62,6 тис. голів (-4,9%) проти січня 2023 року. Близько 29% тварин утримується на підприємствах, а 71% – в господарствах населення. Нині продовжує зменшуватися кількість поголів'я корів у господарствах населення, що зумовлено відсутністю належної підтримки молочного скотарства державою та військовим станом у країні. За два роки війни молочна галузь втратила 39 підприємств у Харківській, Луганській, Донецькій, Херсонській, Миколаївській, Сумській та Запорізькій областях. Зруйновані два великі підприємства «Баштанський сирзавод» на Миколаївщині та «Куп'янський МКК» на Харківщині [1], а деякі припинили свою діяльність через проблеми, пов'язані з війною.

Частка експорту молока за 2020-2022 рр. зросла на 50 відсотків. Розвиток молочної галузі стримує дефіцит молока-сировини. У 2023 р. 400 тис. т молока у перерахунку на сировину було експортовано, 40% – надійшло на переробку. Протягом 2020-2022 рр. зменшився імпорт від 298 млн дол. у 2020 р. до 225 млн дол. у 2022 р., що пов'язано із міграцією населення за кордон та зміною курсу валют. Переробка молока зменшилася від 3,5 млн т у 2020 р. до 2,96 млн т у 2023 р. або на 15,4%, а в порівняння із 2022 р. у 2023 р. зросла на 8,8 відсотків. У структурі переробки частка молока від господарств населення зменшилась і складає 12%, а на переробку від підприємств надходить 94,5 відсотків. На молочному конгресі в Умані 50% виробників молока підтвердили, що зацікавлені розвивати та збільшувати потужності виробництва, а “Спілка молочних підприємств України” прогнозує, що до 2025 року підприємства будуть утримувати 441 тис. голів і вироблятимуть 3,45 млн т молока. Протягом останніх років збільшилася на молочному ринку і кількість фальсифікату. В Україні немає жодної програми, яка б допомогла побороти цю проблему. На 20% зріс тіньовий ринок молочної сировини. Так, від населення на тіньовий ринок щороку надходить біля 1 млн т молока, тому зараз як ніколи потрібні ефективні програми, які б заохочували населення здавати свою сировину на офіційну переробку [1].

Під час війни ускладнилася та здорожчала логістика. Порти, через які відбувалися поставки, закриті, старі логістичні ланцюжки розірвані. Існують

проблеми на західних кордонах, зокрема, на польському та словацькому. Європейська спільнота прискіпливо відноситься до української молочної галузі, тому потрібно обговорювати спільні дії, щоб уникнути підписання не вигідних для нас угод.

За обсягами виробництва молока Україна посідає 32-е місце у світовому рейтингу. Найбільше у 2022 р. імпортувалося сирів, частка яких у загальній структурі займала 56,4%, кисломолочної продукції 15,86%, молока і вершків незгущених – 15,69%, молочної сироватки – 8,19 відсотків. Протягом 2020-2022 рр. обсяг імпорту молочної продукції зменшився на 34,1% від 90,9 тис. т до 59,9 тис. т, у тому числі молока та вершків незгущених 27,69 т, молока згущеного на 80,33%, кисломолочної продукції на 4%, масла на 89%, сиру на 27,78 відсотків. Представники “Спілки молочних підприємств України” вважають, що це загрозна ситуація, особливо для тих, які виробляють сири, адже питома вага сирів в імпорті складає 70%. Фактично у 2023 р. імпортовано 36-43 тис. тонн сирів. Цей показник менший від показника 2021 р., де було імпортовано 56 тис. тонн. Стосовно експорту молочних продуктів, то він протягом 2020-2022 рр. зріс від 96,2 до 97,6 тис. т або ж на 1,5%, у тому числі молока та вершків незгущених 58%, масла вершкового на 25,89%, сиру на 40,63, а молока згущеного зменшилося на 2,55%, кисломолочної продукції на 45,61 відсотки. Протягом 2021-2022 рр. обсяг експорту молочної сировини зріс на 17,73 відсотків. Основним покупцем вітчизняного молока і вершків була Молдова, куди українськими підприємствами відвантажено 93,2% обсягів експорту.

Головними напрямками збуту молочної сироватки в травні 2023 р. були Китай (30,6%), Польща (26%), а також Малайзія, Йорданія, Лівія, Філіппіни, В'єтнам, Саудівська Аравія, Туреччина, Ліван і Молдова, де відвантажено 44% товару [2]. На частку Молдови і Казахстану прийшлося близько 80,38% сирного експорту України [2]. Більшість молочних продуктів, які ввозяться в ЄС з України, в подальшому постачаються на ринки третіх країн через чорноморські або дунайські порти Румунії або балтійські порти Польщі. Попит на молочну продукцію на ринку ЄС обмежений, а українські товари не цікаві місцевим споживачам. На складах європейських країн накопичилось стільки біржових товарів, що вони покривають попит на внутрішньому

ринку. Збільшення обсягів експорту вершкового масла з України стримує занадто велика пропозиція на цей товар у Європі. Дешеві європейські сири і вершкове масло привабливі для клієнтів на зовнішніх ринках і вони створюють конкуренцію продукції українських експортерів [2]. Якщо оцінювати зовнішньоекономічний баланс, то у 2023 р. він негативний: за 10 місяців експортовано молочної продукції на більш ніж \$153 млн, тоді як у 2022 – на \$251 млн.

“Спілка молочних підприємств України” намагалася спрогнозувати, якою може бути молочна галузь в Україні через сім років, за приклад було взято Нідерланди, де станом на 2022-й рік 57 підприємств виробили 14 млн т молока, середня продуктивність 1500 тонн [1]. За прогнозом на 2030 р. щорічне виробництво молока може складати до 8 млн тонн. При цьому 70% цього обсягу буде надходити на переробку, хоча прогнозується зменшення кількості переробних підприємств, але ця тенденція не є суто українською – це загальносвітовий тренд. Сподіваємося, що за цей час збільшиться кількість заводів до 75, які перероблятимуть більше 500 тис. т молока на рік [1]. Нині їх 12 і їх виробництво відповідає всім європейським вимогам [1]. Також до 2030 року в Україні повинен запрацювати Науково-дослідний центр при “Спілці молочних підприємств”, який буде займатися розробкою нових молочних продуктів та проблемами їх реалізації. Нині в Нідерландах існують таких два центри. Сподіваємося і на зростання інвестицій у молочну галузь. У Нідерландах інвестиції за останні три роки становили €2 млрд, а вітчизняна молочна галузь потребує €3 млрд [1]. Впродовж 2020-2022 рр. господарства вводили в експлуатацію модернізовані молочні комплекси або їх частини, деякі ще мають бути добудовані. Нові молочні ферми європейського зразка планують відкривати й на далі. За прогнозами аналітиків молочна галузь набиратиме обертів, але для цього необхідно, щоб завершилися військові дії, змінити Податковий та Кримінальний кодекси, знизити ПДВ на всі молочні продукти, відмінити ПДВ на імпортоване інноваційне обладнання, прийняти закони, які б стосувалися торгівлі, упаковки та відходів, переглянути умови зовнішньої торгівлі з ЄС, удосконалити існуючу законодавчу систему щодо молочної галузі.

Список використаних джерел:

1. Ціни як в Європі. Яким був 2023 рік для виробників та переробників молока?
<https://latifundist.com/blog/read/3054-tsini-yak-v-yevropi-yakim-buv-2023-rik-dlya-virobnikiv-ta-pererobnikiv-moloka>
2. Україна у травні збільшила експорт молочної продукції – Асоціація виробників
<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3718637-ukraina-u-travni-zbilsila-eksport-molocnoi-produkcii-asociacia-virobnikiv.html>

УДК:339.137.2:631.11

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яременко Ю., студентка

Пашенко О., к.е.н., доцент доцент

кафедри економічної теорії,

Національний університет біоресурсів і

природокористування України, м. Київ, Україна

Суб'єкти ринкової економіки здійснюють свою діяльність на власний розсуд, із ціллю задоволення особистих потреб та отримання максимального прибутку. Суб'єкти, які мають подібні цілі вступають між собою у боротьбу задля отримання вигідного становища в середовищі де вони змагаються. Процес такої боротьби має назву “конкуренція” (від лат. concurrentia – суперництво, змагання). В економічній літературі використовуються поняття конкуренція та конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність – це можливість та динаміка пристосування підприємств до умов ринкової конкуренції. Конкурентоспроможність є важливою характеристикою діяльності підприємства, але її підвищення не повинно ставати самоціллю. Варто орієнтуватися на те, щоб конкурентоспроможність пропозиції, наявних ресурсів і менеджменту підприємства були достатні для реалізації вибраної конкурентної стратегії та отримання бажаних результатів діяльності [1].

Поняття конкурентоспроможності підприємства багатогранне і пов'язане з реальною побудовою систем управління діяльністю підприємств, галузей, окремого товаровиробника або продукції, економіки держави в цілому.

Поняття «конкурентоспроможність» було використано наприкінці 1970-х рр. М. Портером, під яким він розумів властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових

відносин виступати на ринку на рівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Під конкурентоспроможністю більшість науковців розуміють комплекс споживчих та вартісних особливостей товару, які визначають перевагу саме цього товару перед іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів.

Конкурентоспроможність обумовлює наявність у виробника: здатності задовольняти вимоги покупців продукції щодо своєчасності поставок та очікуваної якості продукції; здатності задовольняти вимоги споживача як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках щодо ціни на продукцію; здатності ефективно використовувати ресурси [2]. На конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції може вплинути низка факторів, які умовно поділяємо на: внутрішні фактори: забезпеченість робочою силою, матеріальними, технічними, оборотними засобами, організація процесу виробництва тощо; зовнішні: державне регулювання, науковотехнічний прогрес, соціальні, екологічні.

Тобто конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства є здатністю виробляти конкурентну продукцію за оптимального рівня витрат, а й екологічність, сталість господарювання, наявність можливостей здійснювати підтримку сільських громад [3].

Фактором, який визначає успіх підприємницької діяльності у ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність, являється якість продукції, адже забезпечення якості та характер діяльності підприємств, галузей та промисловості загалом визначають їх конкурентні позиції як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках. Успіх підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках залежить від конкурентоспроможності товару. Товари високої якості матимуть попит на ринку, тому підприємства, докладають значних зусиль щодо забезпечення й управління якістю продукції та її конкурентоспроможністю, можуть успішно конкурувати й мати прибуток. Нині якість продукції передбачає орієнтацію на споживача, тому вона має відповідати потребам та очікуванням споживача, бути оціненою ним [4].

Україна має значні можливості для розвитку аграрного сектору та перетворення його на високоефективну сферу економіки. Сприятливі ґрунтово-кліматичні передумови, родючі землі сприяють його подальшому розвитку, отриманню врожаїв сільськогосподарських культур в обсягах, достатніх для забезпечення внутрішніх потреб та формування експортного потенціалу [5].

Конкурентною перевагою вітчизняних товаровиробників у порівнянні із європейськими країнами є унікальне поєднання ресурсів для виробництва сільськогосподарської продукції, близькість до міжнародних ринків та забезпеченість земельними ресурсами, яка є вищою порівняно з країнами ЄС. Проте аграрна сфера України знаходиться у складному становищі, а саме не вдалося досягти фінансової стабільності, негативні тенденції в економіці сільськогосподарського виробництва та військові дії. До основних причин низької конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішньому продовольчому ринку є низька ефективність галузі, невідповідність вітчизняної експортної продукції світовій, відсутність належної державної підтримки, особливо фінансування.

Однією з головних задач кожного вітчизняного підприємства та країни в цілому є ефективність виробництва, випуск продукції необхідної кількості та відповідної якості та досягнення її конкурентоспроможності на вітчизняному та на світовому ринках. Покращити якість вітчизняної сільськогосподарської продукції можливо за рахунок інноваційних технологій (науково-технічні, технологічні, економічні та організаційні зміни у виробництві, які відмінні від наявної практики та спрямовані на вдосконалення виробничого процесу задля забезпечення конкурентоспроможності); поліпшення державної політики у сфері конкурентоспроможності; підтримки вітчизняного товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках; фінансова підтримка сільськогосподарських підприємств, яка включає заходи стимулювання розвитку сільського господарства з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора; кредитування сільськогосподарських товаровиробників, шляхом зменшення кредитних ставок комерційних банків, підприємств на пільгових засадах; збільшення експортного потенціалу, виробників сільськогосподарської продукції через покращення якості вітчизняної продукції;

кооперація господарств населення, що є виробниками сільськогосподарської продукції; покращення співпраці між товавиробниками.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко С.О., Дядін А.С. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери обігу. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2011. №1. С. 577-582.
2. Сливінська О.Б., Боднар О.В. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 3(14) 2019. С. 96-99.
3. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. № 2. pp. 97-114.
4. Пахуча Е.В. Вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. №7. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2018/43.ppd (дата звернення: 30.03.2024).
5. Копистко О. Теоретичні основи конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2010. № 1. С. 61-63

УДК 339.1

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ**

Сєрова М., студент,
Тюріна А., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Сьогодні діяльність усіх великих комерційних компаній базується на маркетингових принципах та методах. Крім того, останнім часом маркетинг став невід'ємною складовою стратегій багатьох некомерційних організацій, таких як коледжі, університети, лікарні, бібліотеки, музеї. Україна також долучилася до цієї тенденції, так, якщо раніше маркетинг вважався чимось екзотичним, то сьогодні маркетинг є ключовим фактором успіху будь-якої компанії, незалежно від її масштабів, виду діяльності чи географічного розташування.

Ф. Котлер та К. Л. Келлер [1] відмежовують "соціальне та управлінське розуміння маркетингу". Маркетинг розглядається як процес спрямований на задоволення потреб і бажань людей через обмін товарами та послугами. З іншого

боку, американська асоціація маркетингу описує маркетинг як "організаційну функцію та сукупність процесів створення, просування і надання цінностей для покупців і управління взаєминами з ними з метою отримання прибутку". Такий опис включає як управлінський, так і загальний філософський аспекти маркетингу. Ж.-Ж. Ламбен [2] розрізняє компоненти маркетингу як "комерційна зброя (тактика), стратегічна орієнтація (стратегія) та філософія бізнесу".

Отже, термін "маркетинг" охоплює чотири основні аспекти:

- соціальний процес, спрямований на задоволення потреб споживачів;
- управлінський процес, що включає розробку та реалізацію маркетингової стратегії і тактики;
- наукова дисципліна, що досліджує методи розпізнавання, формування та задоволення потреб споживачів;
- система інститутів, що займаються практичною та/або науковою діяльністю в галузі маркетингу.

Оскільки внутрішній (національний) маркетинг розвинувся раніше міжнародного, стратегії, принципи та методика, що використовувалися в ньому, стали характерними і для міжнародного маркетингу. Однак при виході на міжнародний ринок компанія вже не може обмежуватися лише використанням раніше вивчених маркетингових інструментів. Міжнародний ринок ставить перед компанією нові завдання з врахуванням змінних особливостей кожної країни, що призводить до таких наслідків:

- збільшення потреби в інформаційному забезпеченні діяльності компанії;
- підвищення вимог до координації різних сфер діяльності компанії та узгодженості дій її підрозділів;
- зростання загального рівня ризику та поява додаткових ризиків діяльності компанії.

Міжнародний маркетинг є самостійною сферою діяльності компаній, які виходять на міжнародні ринки. Деякі дослідники розглядають його як систему планування, реалізації, контролю та аналізу заходів для впливу на багатонаціональне ринкове середовище та пристосування його до умов компанії, що діє у більш ніж

одній країні. Інші вбачають міжнародний маркетинг як ринкову концепцію управління діяльністю компанії, що базується на принципах розробки, виробництва і просування продукції на світовий ринок з урахуванням довгострокових інтересів і цілей фірми.

Міжнародна компанія від національної відрізняється тим, що її товари або послуги у формі готового чи проміжного продукту можуть переміщатися у інші країни, а не тільки всередині країни. Як правило, національна компанія трансформується у міжнародну, проходячи ряд послідовних етапів. Фази занурення в міжнародний маркетинг представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи занурення компанії в міжнародний маркетинг

Назва етапу	Характеристика етапу
Неявний міжнародний маркетинг	відсутність дій за межами національних кордонів. Товари можуть доставлятися за кордон торговими фірмами; іноземці можуть купувати товари, відвідуючи країну перебування
Рідкісний міжнародний маркетинг	викликаний появою надлишку товарів або труднощів в наданні послуги на національному ринку. Однією з причин експорту є не платоспроможний попит на внутрішньому ринку, як тільки попит стабілізується, фірма припиняє займатися міжнародним маркетингом
Регулярний міжнародний маркетинг	починається з рішення фірми виробляти товари або надавати послуги на світові ринки постійно. Компанія знаходить національних або зарубіжних посередників, організовує власні підрозділи виходу на зарубіжні ринки. При цьому основною стратегією залишається задоволення попиту на внутрішньому ринку
Домінуючий міжнародний маркетинг	фірма повністю залучена в міжнародну економічну діяльність. Вона продає товари та надає послуги з усього світу не тому, що має їх надлишки на національному ринку, а тому що такий підхід фірми і так планує міжнародний маркетинг. В цьому випадку фірми стають міжнародними або багатонаціональними компаніями залежні від зарубіжної виручки
Глобальний маркетинг	компанія розглядає світ як один ринок; розробляє стратегію з огляду на спільність потреб ринку багатьох країн

Джерело: систематизовано автором на основі [3]

Отже, виходячи з усього вищесказаного та проведеного нами дослідження варто зазначити, що:

1. Основна мета міжнародного маркетингу полягає в задоволенні споживчого попиту на зовнішньому ринку при економічно вигідних умовах для компанії.
2. Міжнародна компанія є ключовим суб'єктом міжнародного маркетингу, спрямованого на аналіз та планування діяльності на світовому ринку.
3. Завдання міжнародного маркетингу включають збір та інтерпретацію

інформації про зовнішнє середовище, адаптовані до фази занурення компаній у міжнародну маркетингову діяльність.

4. Комплекс міжнародного маркетингу використовується для задоволення потреб будь-якого ринку з урахуванням специфіки зовнішнього середовища.

5. Розвиток міжнародного маркетингу відображається у трьох концепціях: розширеного національного ринку, багатонаціонального ринку та глобального ринку.

6. Кожна концепція міжнародного маркетингу визначає підхід компанії до управління маркетинговою діяльністю на міжнародному рівні.

7. Концепція глобального ринку визначає компанію як глобальну, яка пропонує стандартні продукти та маркетингові стратегії для всього світу, використовуючи геоцентричний підхід.

8. Розвиток маркетингу послуг на міжнародному ринку зумовлений зростанням глобалізації та вимагає використання сучасних методів маркетингу та планування на основі довгострокових стратегій.

9. Міжнародні моделі маркетингу послуг, такі як 4P, 5P, 7P та SIVA, використовуються для ефективного просування продукції на міжнародному ринку з урахуванням мети та специфіки кожного ринку.

10. Вихід на зовнішній ринок передбачає аналіз та управління ризиками, підвищення якості продукції, дотримання міжнародного законодавства та конкурентну боротьбу.

11. Маркетингові комунікації на міжнародному рівні включають PR, рекламу, стимулювання збуту та особисті продажі, залежно від особливостей кожного ринку.

12. Компанії, що виходять на міжнародний рівень, вибирають між стратегіями стандартизації та адаптації в залежності від специфіки кожного ринку та своїх цілей.

Список використаних джерел:

1. Kotler, Ph., T., & Keller, K. L. Marketing Management (14th ed.). UK: Pearson. 2012.
2. Lambin, J. J., & Schuiling, I. Market-driven management: Strategic and operational marketing. Bloomsbury Publishing. 2012.
3. Добринюк Д. З. Наукові підходи та методологія оцінки якості менеджменту сучасного підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 4. С. 23–29.

УПРАВЛІННЯ АГРОБІЗНЕСОМ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Козачук О., студентка

Тюріна А., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ,
Україна

Сталий розвиток є одним з найважливіших чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах господарювання та стратегічним напрямом їх розвитку, та має визначення такого, що «задовольняє потреби сьогодення без шкоди для здатності майбутніх поколінь задовольнити свої» [1].

У сталому розвитку повинна бути збалансованість між економічною, соціальною та екологічною детермінантами. У менеджменті доречним буде використання наступної моделі, з додаванням поняття управління до економічної секції. На рис. 1 зображено приклад такої схеми.



Рис. 1. Класифікація ESG показників за напрямами.

Джерело: створено автором на основі [2].

ПрАТ "МХП" є провідним агрохолдингом України та найбільшим виробником м'яса птиці в Європі. МХП зберіг і адаптував свій підхід до сталого розвитку для вирішення проблеми війни. Група прагне досягти найкращої практики та ретельно стежить за розробкою глобальних стандартів, у тому числі тих, що стосуються зміни клімату. [3, с.40].

Основні аспекти підходу включають:

- Визначення Цілей сталого розвитку ООН як відповідної основи сталого розвитку для МХП для узгодження свого підходу.
- Уважно стежити за результатами COP28 і враховувати рекомендації.
- Підготовка до узгодження з змінними вимогами до звітності, включаючи ті, що розробляються ЄС і Сполученим Королівством.
- Розвиток збору даних, для звітування, застосовуючи Глобальну ініціативу звітності, розвиваючи нормативні вимоги до звітності та передовий досвід. [4, С. 57]

У наведеній нижче схемі показано активність агрохолдингу у рамках екологічної, соціальної та управлінської(економічної) стійкості на засадах ЦС ООН (рис. 2).

МХП також мають стратегію для впровадження нових сталих підходів до управління агробізнесом:

- Попереднє оголошення МХП щодо досягнення вуглецевої нейтральності до 2030 року буде переглянуто після закінчення війни в Україні. МНР також розгляне запровадження інших цільових показників, у тому числі тих, що стосуються інтенсивності викидів, у рамках післявоєнного розвитку свого підходу до зміни клімату.
- МХП встановив, що значну економію коштів і користь для навколишнього середовища можна отримати за рахунок виробництва енергії з відновлюваних джерел, переробки її відходів для отримання біогазу. Цей метод також зробив значний внесок в енергетичну безпеку МХП після початку війни 24 лютого 2022 року.

Environment	Social	Governance
<p>Декарбонізація</p> <ul style="list-style-type: none"> -Виконання комплексного плану забезпечення вуглецевої нейтральності діяльності МХП до 2030 року. -Після роботи з Alltech E-CO2 МХП отримали акредитацію Carbon Trust щодо українського птахівництва. 	<p>Відходи та забруднення</p> <ul style="list-style-type: none"> -Реалізація екологічних програм, спрямованих на послідовне скорочення утворення відходів. -Розробка плану скорочення використання енергії з невідновлюваних джерел шляхом збільшення використання відновлюваної енергії. 	<p>Стійкий ланцюг поставок</p> <ul style="list-style-type: none"> -Адаптація ланцюгів поставок до нових обмежень; дії для забезпечення відповідних запасів усіх критичних ресурсів. -Вступ України до ЄС потенційно дозволить МХП зробити внесок у більш стійке рішення для ланцюга поставок відповідно до європейських вимог щодо сої. -Підхід МХП поширюється на його ланцюжок поставок і стандарти, яких постачальники повинні дотримуватися.
<p>Дефіцит води</p> <ul style="list-style-type: none"> -Розробка плану скорочення споживання прісної води та скидів у воду, гарантуючи, що скинуті речовини не містять шкідливих забруднюючих речовин. 	<p>Підтримка біорізноманіття</p> <ul style="list-style-type: none"> -Розробка та підтримка програм збереження та збереження біорізноманіття в районах діяльності. 	
Environment	Social	Governance
<p>Трудові ресурси</p> <ul style="list-style-type: none"> - Забезпечувати інклюзивну та рівну якість освіти та сприяти можливостям навчання протягом життя для всіх. - Досягти гендерної рівності та розширити можливості всім жінкам та дітям. - Підтримувати здоров'я та добробуту. 	<p>Права людини</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сприяти мирному та інклюзивному суспільству для сталого розвитку. <p>Спільнота</p> <ul style="list-style-type: none"> - Покінчити з бідністю в усіх її формах та скрізь. - Зробити міста та населені пункти інклюзивними, безпечними, стійкими та стійкими. - Посилення засобів впровадження та віталізація глобального партнерства для сталого розвитку. 	<p>Відповідальність за товар</p> <ul style="list-style-type: none"> - Покінчити голод, досягти продовольчої безпеки та покращити харчування та сприяти сталому сільському господарству. - Забезпечення доступу до доступної, надійної, сталої та сучасної енергії для всіх.
Environment	Social	Governance
<p>Управління</p> <ul style="list-style-type: none"> - Структура правління та дії: МХП створив Департамент інновацій для трансформації з товарної компанії в клієнтоорієнтовану кулінарну компанію. У 2022 році експерти з інновацій інтегровано у вертикалі бізнес-сегментів. - Протидія корупції: МХП має жорсткий підхід до відповідального ведення бізнесу та нульову терпимість до хабарництва та корупції. - Етична модель бізнесу: МХП дотримується Кодексу етики та Кодексу етики постачальників. Маркетинговий підхід МХП узгоджується з Кодексом маркетингу та реклами Міжнародної торгової палати. 	<p>Корпоративна поведінка</p> <ul style="list-style-type: none"> - Прозорість і звітність: МХП веде регулярний діалог із зацікавленими сторонами щодо свого підходу до сталого розвитку. Маркування продукції без антибіотиків «Клас А» відповідно до стандарту «Добровільні вимоги до птахофабрик з технологією птахівництва та виробництва продукції птахівництва без використання антимікробних засобів». - Керування ризиками та відповідність стандартам: Усі 37 лабораторій МХП проводять близько 6000 методів аналізу для вивчення кормів і сировини, визначення мікробіологічних і хімічних параметрів, забезпечуючи сувору відповідність ветеринарним, біобезпечним і гігієнічним стандартам. Виробництво відновлюваної енергії через біогазові установки для підтримки діяльності під час дефіциту електроенергії. - Звітність та відповідальність: Пріоритет здоров'я, безпеки та добробуту співробітників і населення України під час війни та пандемії. Група підтримує свою робочу силу та місцеві громади, щоб захистити їх від економічних наслідків. - Партнерство: Співпраця з місцевими зацікавленими сторонами для покращення інфраструктури, розвитку освіти та охорони здоров'я. Тісна співпраця з українською владою та іншими зацікавленими сторонами для підтримки економічної інфраструктури. 	

Рис. 2. Аналіз розвитку МХП на засадах ESG.

Джерело: створено автором на основі інформації [4; 5].

– У 2023 році Група отримала вуглецеву акредитацію в Carbon Trust для виробництва та маркетингу м'яса птиці в Україні.

– Група також планує продовжувати взаємодію із зацікавленими сторонами, включаючи співробітників, клієнтів і постачальників, для підвищення обізнаності про зміну клімату та сприяння екологічним практикам.

– МХП продовжує досліджувати цю можливість і має намір розширити виробництво енергії з відновлюваних джерел у коротко- та середньостроковій перспективі. МХП також реалізує проекти з відновлюваної енергетики разом із бізнес-партнерами-спеціалістами, включаючи вітрову та сонячну енергію. [4, С. 104].

Підсумовуючи вище сказане, можна зазначити, що попри війну, український агробізнес продовжує розвиватись на умовах сталого розвитку. Яскравим прикладом є агрохолдинг МХП. Незважаючи на значні операційні труднощі, МХП продовжував ефективно функціонувати, що свідчить про міцну культуру взаємодії, співпраці та дотримання основних цінностей компанії. Група також планує продовжувати взаємодію із зацікавленими сторонами, включаючи співробітників, клієнтів і постачальників, для підвищення обізнаності про зміну клімату та сприяння екологічним практикам.

Список використаних джерел:

1. Вальд Богдан. Сталий розвиток: що це, чому це важливо та до чого тут Україна. 2021. URL: <https://ucap.io/stalyj-rozvytok-shho-cze-chomu-cze-vazhlyvo-ta-do-chogo-tut-ukrayina/>
2. IsoMetrix. What are ESG KPIs and Why are They Important? URL: <https://www.isometrix.com/blog/esg-kpi/>
3. Брожко Олексій. Управління міжнародною діяльністю підприємства з урахуванням мінливої кон'юнктури товарних ринків. 2019. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/59d0d760-80a3-4f1e-a512-ba2cd39eb980/content>
4. GROUP ANNUAL REPORT AND ACCOUNTS 2023 OF MHP. URL: <https://api.next.MXP.com.ua/images/51d31/2ef40/69ea3acbd9a.pdf#page=146&zoom=100,0,0>
5. ANNUAL REPORT AND ACCOUNTS 2022 OF MHP. URL: <https://api.next.MXP.com.ua/images/20ad4/acac4/bfc7f1f5badd2.pdf>

УДК 658.5.011

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

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

Сучасну успішну компанію важко уявити без власної корпоративної культури, без базових принципів діяльності, визначених місією та стратегією розвитку компанії і відображених у соціальних нормах та цінностях її працівників. Корпоративна культура дозволяє компанії диференціювати себе, зміцнює соціальну стабільність і є механізмом контролю, який спрямовує і формує відносини та поведінку співробітників. Корпоративна культура є одним з найважливіших чинників, здатних суттєво впливати на результати діяльності бізнес-організації та виступає важливим елементом соціального капіталу [1, с. 158].

Корпоративна культура також включає нематеріальні елементи, які впливають на результати діяльності фірми. Одним з таких елементів є імідж, який відіграє вирішальну роль в успішному зростанні та процвітанні компанії. Корпоративна культура та корпоративний імідж - це тандем, який піднімає компанію на новий рівень, підвищує ефективність діяльності організації і таким чином впливає на її кінцеву мету.

Корпоративна культура, як система загальних і стійких цінностей, правил і принципів поведінки, сприяє кращій адаптації компанії до зовнішнього середовища, розвитку позитивних і стабільних відносин з партнерами і виступає механізмом інтеграції внутрішніх бізнес-процесів. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим менша потреба працівників у чітких правилах, настановах, директивах, детальних формулах і конкретних інструкціях до дії. Крім того, чим вищий рівень

корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність компанії.

Компанія Кернел – провідний виробник та експортер соняшникової олії у світі, найбільший виробник та експортер зерна в Україні та один з найважливіших постачальників сільськогосподарської продукції з Причорноморського регіону на світовий ринок. На частку компанії припадає близько 8% світового експорту соняшникової олії. Кернел експортує свою продукцію в більш ніж 70 країн світу. Акції компанії котируються на Варшавській фондовій біржі (ВФБ) з листопада 2007 року [2].

Формулювання місії та бачення - це початок будь-якої корпоративної культури. Місія та бачення допомагають працівникам, клієнтам і постачальникам зрозуміти, в чому полягає основна мета компанії (окрім максимізації прибутку) і як вона позиціонується на ринку. З іншого боку, формулювання бачення допомагає донести до керівництва наміри організації на майбутнє [3]. Основними елементами корпоративної культури компанії Кернел є наступні:

1. Захист торгової марки. Кернел активно проводить інформаційну політику, спрямовану на захист торгової марки.

2. Дотримання Політики конфіденційності. Компанія Кернел розробила Політику конфіденційності, яка визначає, як обробляти особисту інформацію клієнтів. Політика конфіденційності чітко визначає, як збирається, використовується та поширюється інформація.

3. Дотримання політики екологічної відповідальності компанії. Кернел усвідомлює свою відповідальність перед навколишнім середовищем (процедури екологічної відповідальності компанії).

4. Організація культурних проектів та заходів. З метою розвитку корпоративної культури Кернел організовує культурні проекти та заходи у регіонах присутності.

5. Політика та процедури спілкування з клієнтами та дрес-код. Компанія Кернел має чітко визначені правила та процедури спілкування з клієнтами, які викладені в Політиці щодо клієнтів.

Для найбільш ефективного впровадження корпоративної культури компанії Кернел слід використовувати наступні інструменти [4]:

- дружелюбність - керівник не повинен ділити колектив на нових і старих, але, по можливості, повинен сприяти розумінню принципів роботи організації новими співробітниками з самого початку;

- прозорість інформації - брак інформації часто призводить до чуток та домислів, тоді як краще поінформовані працівники сприймаються як більш обізнані, ніж інші, та ближчі до керівництва;

- відкритість та зворотній зв'язок з працівниками.

Список використаних джерел:

1. Зеліч В.В. 2017. Роль та місце корпоративної культури та її вплив на розвиток підприємства. *Інфраструктура ринку*. Вип. 6. С. 21–25
2. Надейко М. М. 2019. Теоретичні засади системи корпоративної культури підприємства. *Ефективна економіка*. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_11_81
3. Як стати рекордсменом з експорту: досвід “Кернел”. URL: <https://business.ua/person/4576-yak-staty-rekordsmenom-z-eksportu-dosvid-kernel>
4. Офіційний сайт Kernel. URL: <https://www.kernel.ua/ua>

УДК 339.5

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Щур В., студентка,

Тюріна А., к.е.н., доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД

Національний університет біоресурсів і природокористування

України, м. Київ, Україна

Зовнішньоекономічна діяльність є основним компонентом розвитку сучасного підприємства і можлива лише за умови використання сучасних методів управління. Ведення зовнішньоекономічної діяльності підприємства вимагає чіткої організації, одним з основних елементів якої є визначення стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності – ефективний інструмент виходу підприємства на зовнішні ринки товарів та послуг. Вона забезпечує здійснення будь-якого виду зовнішньоекономічної діяльності відповідно до

законодавства країн-учасників торгівлі та з використанням основних методів стратегічного управління [1].

Планування зовнішньоекономічної діяльності є ключовим компонентом в системі планування підприємства, що здійснює міжнародні операції. Цей елемент включає процес розробки стратегічних планів у сфері зовнішньої торгівлі, спрямованих на ефективне забезпечення підприємства необхідними ресурсами та оптимізацію управлінських рішень з метою досягнення поставлених цілей, максимізації використання наявного потенціалу. До основних проблем в області планування ЗЕД українських підприємств доцільно віднести наступні [2]:

- складність та трудомісткість процесу складання плану;
- орієнтування фінансового планування на виконання поточних завдань;
- недостатній рівень контролю виконання планів тощо.

Отже, враховуючи усе сказане вище, доцільно відзначити, що українські підприємства гостро відчують потребу в підвищенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), зокрема, шляхом вдосконалення механізму планування цієї діяльності. Одним із способів удосконалення системи планування ЗЕД вітчизняних підприємств полягає у зміні підходу до самого процесу планування. Це означає використання результатів маркетингових досліджень ринку як основи для розробки планів зовнішньоекономічної діяльності. Такий підхід необхідний для максимального задоволення потреб клієнтів, ефективного використання ресурсів, створення конкурентних переваг та отримання вичерпної економічної та фінансової інформації.

ТОВ "НВП Фарадей Електронікс" представляє сучасне інноваційне підприємство, яке спеціалізується на виробництві електротехнічної продукції, а також розробці проектів, програмного забезпечення та компонентів. Асортимент виробів, які випускає фірма, включає в себе такі продукти, як друковані плати, клавіатури, дисплеї, touch-панелі, трансформатори, кабелі, тощо.

Аналіз експортної діяльності ТОВ "НВП Фарадей Електронікс" показав, що партнерами підприємства є компанії із Франції, Голландії, Німеччини, Грузії та Китаю. Зокрема, найбільший об'єм експорту готових товарів на протязі 2020 – 2022

років направлявся до Китаю (рис. 1). Так, підприємства Китаю до 2022 року були головними бізнес-партнерами ТОВ «НВП Фарадей Електронікс». У даний час ТОВ «Фарадей Електронікс» переорієнтовує свою увагу на більш щільну співпрацю із Грузією.

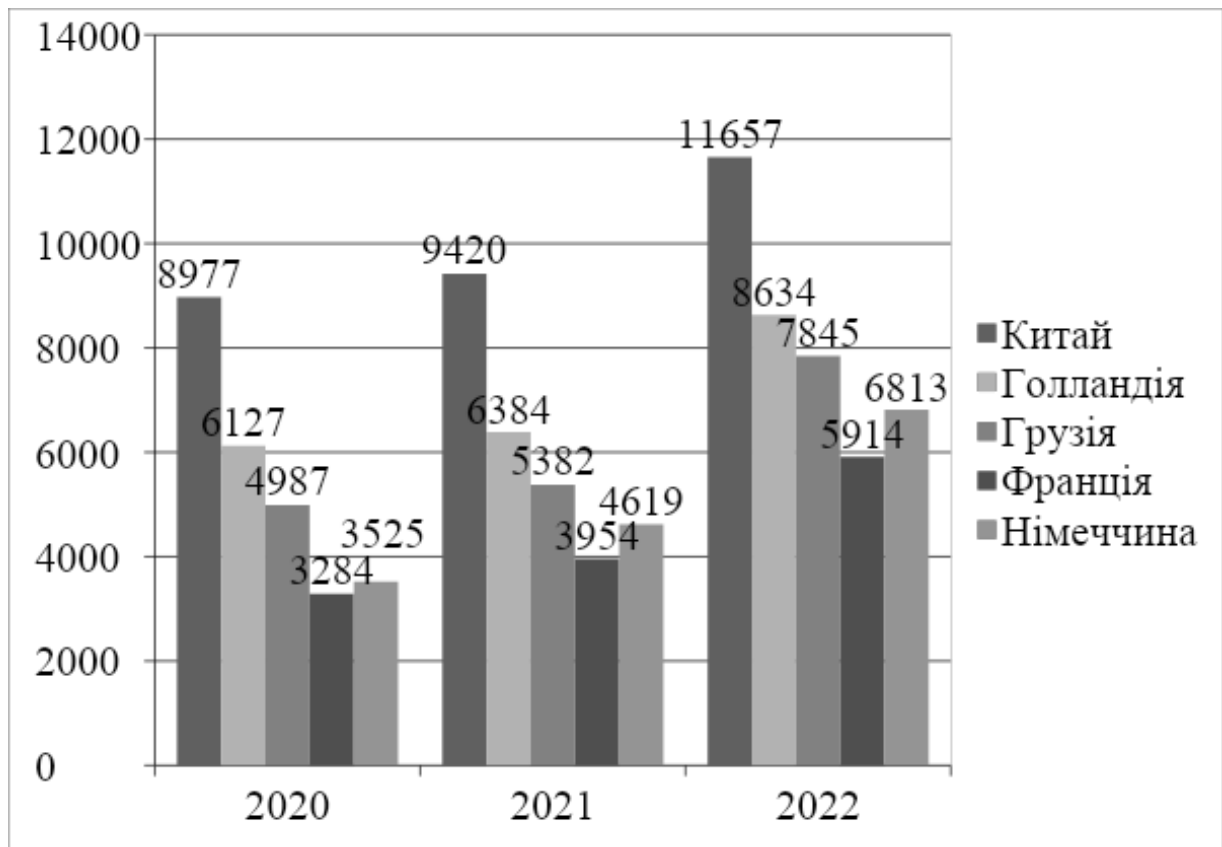


Рис. 1. Динаміка обсягів експорту готових товарів у різні країни за 2020– 2022 рр., од.

Джерело: побудовано автором на основі даних підприємства.

Головними напрямками поліпшення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ "НВП Фарадей Електронікс" є оптимізація організаційних процесів у сфері зовнішньоекономічних операцій, розробка стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності, впровадження системи оплати праці за обсяг виконаних робіт для працівників виробничого відділу та вихід продукції на зовнішні ринки.

Список використаних джерел

1. Батюк Р. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю аграрних підприємств. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 3. С. 199-207.
2. Іващенко Г.А. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 1-9.

УДК: 339.3.658:005.5

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A FRAMEWORK FOR BUILDING AN INTERNATIONAL BUSINESS STRATEGY

Wang XINXIN, student
Alona TIURINA, Ph.D., Associate Professor
Department of Administrative Management and
Foreign Economic Activity
*University of Life and Environmental Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine*

There is a close relationship between the sustainable development of enterprises and international activity strategies. Sustainable development refers to meeting current needs without compromising the ability of future generations to meet their needs [1]. International activity strategy involves the business activities and competitive strategies of enterprises on a global scale [2]. The goal of corporate strategy is to achieve a competitive advantage in production time, while the goal of sustainable development is to protect the environment and fulfil social responsibilities while meeting the economic goals of the enterprise. Main objectives are integration of the international strategic management and sustainable development concepts to ensure that enterprises can achieve long-term economic, social, and environmental sustainability while pursuing international market opportunities.

Incorporate sustainable development into the international activity strategy of the enterprise and establish clear sustainable development goals and indicators is a part of setting a new sustainable strategy. These goals and indicators should cover economic, social, and environmental aspects to ensure sustainable growth for businesses in international activities. In modern international activities, enterprises should adhere to the principles of

sustainable development, including economic benefits, social responsibility, and environmental protection. When formulating international activity strategies, enterprises should consider how to balance different stakeholders interests to the greatest extent possible.

Compliance with international standards and regulations is key to ensuring the sustainable development of enterprises. It's important to do regular monitor and evaluate the sustainable development performance of international activities of enterprises to ensure continuous improvement in the process of achieving sustainable development goals.

Moreover, it's obligatory to establish partnerships with other enterprises, non-governmental organizations, and government agencies to jointly promote sustainable development. By collaborating with partners, companies can share resources and experiences to jointly address the challenges of sustainable development.

Modern companies should continuously innovate and improving international activity strategies to adapt to constantly changing market and environmental conditions. The pursuit of sustainable development requires enterprises to constantly innovate and seek more environmentally friendly and socially friendly business models. So, enterprises should constantly seek new opportunities and solutions to achieve sustainable development goals. This innovation can not only improve the sustainability of enterprises, but also gain a competitive advantage in the international market. By developing environmentally friendly products, reducing energy consumption, and reducing waste emissions, sustainable minimizing of the economy, society, and environment can be achieved.

In summary, ensuring that enterprises achieve sustainable development on the basis of improving their international activity strategies requires comprehensive consideration of multiple aspects. The relationship between sustainable development and international activity strategies reflects enterprises' efforts to fulfil their responsibilities, manage resources, pursue innovation, and gain competitive advantages in different markets on a global scale.

REFERENCES

1. Brundtland, G.H. (1987) Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Geneva, UN-Dokument A/42/427. URL: <http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>.

2. Korzh Maryna, Malinoshevska Kateryna. (2022). DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE STRATEGY FOR AN INTERNATIONAL ENTERPRISE. *Economic space*. No. 178. 51-54.

УДК: 330.4

SOME FEATURES OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT

Wang RUI, student

Alona TIURINA, Ph.D., Associate Professor

Department of Administrative Management and

Foreign Economic Activity

University of Life and Environmental Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

In the context of global economy, it has become normal for enterprises to enter the international market. Companies are increasingly involved in transnational operations, which brings not only huge business opportunities, but also complex risks and challenges. Research shows that effective risk management is crucial to ensuring the success of corporate international expansion. However, this process involves multiple uncertainties and potential risks, including differences in political, economic, legal, and cultural aspects. Therefore, how to effectively manage these risks has become the core content of the enterprise internationalization strategy.

Existing research generally believes that the risks in the process of enterprise internationalization mainly come from the uncertainty of the external environment and the complexity of the internal management of enterprises. Scholars have proposed multiple risk management models and tools, such as PESTLE analysis and SWOT analysis [1], to help managers to better understand and cope with risks.

Based on the theory of risk management, this paper divides the risks of entering the international market into such categories: political risk, economic risk, legal risk, ecological risk, technical risk and cultural risk. Each type of risk requires different management strategies to reduce the potential negative impact.

In order to deeply analyze the risk management of enterprises entering the international market, the best variant is to adopt a combination of qualitative research and quantitative research method (fig. 1).

Modern enterprises should establish an internal comprehensive risk management mechanism, including risk identification, risk assessment, risk control and risk monitoring and other links. At the same time, it is important to pay attention to corporate culture and leadership in risk management [2].

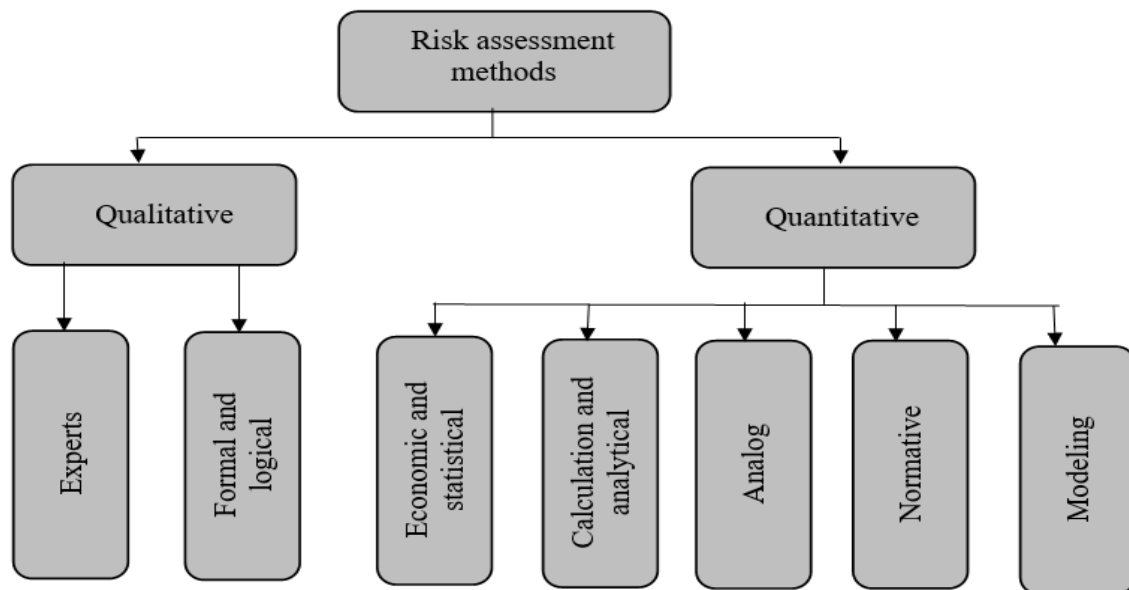


Figure 1. Risk assessment methodologies.

Source: compiled by the authors based on [1, 3]

The risk management of enterprises entering the international market is a complex process, which requires enterprises to consider various internal and external factors comprehensively. Through the implementation of effective risk management strategies, enterprises can not only reduce the risk of failure, but also achieve competitive excellence in the international market power.

REFERENCES

1. Rastogi, Nitank & Trivedi, M. K. (2016). PESTLE technique—a tool to identify external risks in construction projects. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 3(1), 384–388.
2. Ostapchuk, Anatolii; Karpenko, Larysa; Abuselidze, George; Chornenka, Liudmyla (2023) : Management of marketing risks in sustainable development, E3S Web of Conferences, ISSN 2267-1242, EDP Sciences, Les Ulis, Vol. 371, pp. 1-7, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105011>.
3. Verbano, C., & Venturini, K. (2011). Development paths of risk management: approaches, methods and fields of application. *Journal of Risk Research*, 14(5), 519–550. <https://doi.org/10.1080/13669877.2010.541562>.

MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

Kohotiuk M.P. student,
Mishchenko I.A. PhD, Associate Professor of the
Department of Administrative Management and
Foreign Economic Activity,
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Efficiency is an integrated economic category that reflects production relations from the point of view of saving the total costs of materialized and living labor to obtain a final positive result. Category "efficiency" at the enterprise level characterizes the relationship between the value of the result obtained from its activity and the amount of resources invested or spent in production [2]. Efficiency gains can be achieved by using fewer resources to produce such a result, or by using the same amount of resources or a greater volume of output with relatively fewer resources to produce a greater result [5].

Termine "effect" translated from Latin means "result". Thus, the category "efficiency" can be interpreted as "effectiveness". The term "effect" has the meaning of a result, as a result of a change in the state of a certain object due to the action of external or internal factors. Using a mathematical analogy, an effect is a delta, the increment of some variable or the difference between its previous and subsequent values. It is clear that the value of this delta can be both positive and negative or even zero. Similarly, the effect can be either positive when the change is beneficial, negative when the change is destructive, or zero when there is no change. However, the last case, namely when the result is zero, can be considered in specific conditions or positive or negative impact, and not considered separately [3].

A more complex term than "efficiency" is the concept of "enterprise efficiency." In various sources, this concept is called: "efficiency of enterprise activity", "business efficiency", "activity efficiency", "production efficiency".

Thow, the analysis presented in the table. 1.2 concepts showed that there is no unambiguous concept of "enterprise performance". It is considered from the point of view of different approaches, taking into account different degrees of detail, different factors. Scientists use different terminology to define this concept. The complexity of the analysis of concepts characterizing efficiency lies in the different levels of the hierarchy of the

research object, as well as the depth of theoretical research.

Efficiency is obtaining the maximum possible benefits from available resources. The problem of efficiency is often a problem of choosing what and how to spend, how to allocate resources, capital and profits. The level of efficiency largely determines the solution of a number of socio-economic problems, such as raising the standard of living, rapid economic growth, improving working and leisure conditions, and reducing inflation [4]. Sharing the opinions of leading scientists regarding the definition of enterprise efficiency and effectiveness, we offer our own vision of this category: enterprise efficiency is the result of the financial and economic activity of a business entity, which covers all costs and includes the net profit remaining for business development.

An objective assessment of the efficiency of the enterprise's activity is extremely important, as it characterizes the success of the enterprise's management, shapes its image, promotes access to the capital markets and substantiates the feasibility of investments. In these conditions, the main task is the management's ability to assess the enterprise's potential and determine the ways of its implementation with maximum efficiency [5]. It is worth noting that increasing the economic efficiency of any economic entity plays a significant role in its activity, therefore there is a need for constant monitoring and search for ways of its growth. One of the categories that make up the basis of any economy is costs and production costs. The completeness, reliability and efficiency of information about the costs that form the cost of production are of decisive importance for the effective management of the enterprise.

Depending on the purpose of determining economic efficiency, the complete coverage of economic consequences, the scale of calculations (economy as a whole, industry, enterprise) and the time period during which calculations are carried out, types of economic efficiency are distinguished [1]. The economic effect reflects various cost indicators characterizing intermediate and final production results at the enterprise. Various economic effects are forms of economic efficiency: increasing labor productivity, reducing the cost of manufactured products, increasing profits, reducing material intensity, capital intensity, labor intensity of products, etc. [1].

The efficiency of the enterprise should be comprehensively determined by the degree of rational use of resources, skills and applied technologies, as well as the efforts of the enterprise to produce products and services to meet specific market demand. It is possible to improve indicators of the economic efficiency of functioning provided that effective management is introduced in all divisions and at all stages of the production

process. Particular attention should be paid to the motivational mechanism of engaging employees to participate in its management, strengthening incentives for the creation and implementation of innovative approaches.

References:

1. Gabor V. Economic efficiency of economic activity of enterprises in the conditions of the market mechanism. Science is young. No. 6. 2016. P. 12-23.
2. Ignatieva I.A. Strategic management: a textbook. Kyiv: Caravela, 2018. 464 p.
3. T.D. Kostenko Economic analysis and diagnosis of the modern state enterprises: Study guide. Kyiv: Center for Educational Literature, 2013. 400 p.
4. Mishchenko IA System of ecological management of rural territories / IA Mishchenko //Investments: practice and experience. - No. 12, 2016 p. 35 - 37. Access mode:<http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5052&i=5>
5. Paseka D.V., Grynko T.V. Factors for increasing the efficiency of the enterprise. URL:http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/48_Paseka.html

УДК: 657.63(073)

ОСОБЛИВОСТІ СУТНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гапійчук А.О.

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

Зовнішньоекономічна діяльність визначається як сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами різних країн у процесі міжнародного обміну товарами, послугами, капіталом та інформацією. Ця діяльність має важливе значення для кожної країни, оскільки вона сприяє розвитку економіки, розширенню виробництва, збільшенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку та залученню іноземних інвестицій.

Зовнішньоекономічна діяльність включає в себе такі процеси, як експорт і імпорт товарів і послуг, здійснення інвестиційних операцій за межами країни, участь у міжнародних торговельних операціях та інші види міжнародної економічної співпраці. Вона регулюється відповідними законодавчими актами кожної країни та

міжнародними договорами, спрямованими на створення сприятливого клімату для міжнародних економічних відносин. У таблиці 1 наведено трактування сутності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними науковцями.

Таблиця 1

Трактування сутності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними науковцями

Автор	Визначення
Котиш О. М. [2]	Господарська діяльність, яка включає перетин митного кордону України з майном, що зазначене в частині першій статті 139 цього Кодексу, та/або залученням робочої сили.
Козак Ю.Г. [4]	Міжнародна економічна система, яка формується через обмін різними видами ресурсів між країнами та їх економічними учасниками.
Мазаракі А.А., Мельник Т.М. та ін. [3]	Сукупність функцій підприємств, що включає виробничо-господарські, організаційно-економічні та комерційні аспекти, з урахуванням обраної стратегії зовнішньоекономічної діяльності та методів роботи на міжнародному ринку.
Ковтуненко К.В. [4]	Система господарських суб'єктів, що ґрунтується на взаємовідносинах між ними та функціонує як на внутрішній території України, так і за її межами.
Тищенко В.Ф. [5]	Економічна діяльність, яка включає участь як вітчизняних, так і іноземних суб'єктів господарювання, і при цьому передбачає перетин митного кордону України з майном або залученням робочої сили.

Давайте проаналізуємо плюси і мінуси кожного визначення з таблиці.

Визначення Котиш О. М. [2]:

1. Плюси. Чітке визначення, що враховує перетин митного кордону та використання майна і робочої сили.

2. Мінуси. Може бути дещо обмеженим, оскільки фокусується переважно на митному кордоні та господарській діяльності, не враховуючи ширший контекст зовнішньоекономічних відносин.

Визначення Козака Ю.Г. [4]:

1. Плюси. Розглядає зовнішньоекономічну діяльність як систему відносин між державами і суб'єктами господарювання.

2. Мінуси. Може бути недостатньо конкретним у визначенні специфічних аспектів зовнішньоекономічної діяльності, таких як обмін конкретними ресурсами чи функціональні аспекти.

Визначення Мазаракі А.А., Мельник Т.М. та ін. [3]:

1. Плюси. Враховує широкий спектр функцій підприємств у контексті зовнішньоекономічної стратегії.

2. Мінуси. Може бути складним та важкозрозумілим через використання багатофункціонального опису.

Визначення Ковтуненко К.В. [4]:

1. Плюси. Звертає увагу на взаємовідносини між суб'єктами господарювання.

2. Мінуси. Може бути менш конкретним у визначенні специфічних аспектів зовнішньоекономічної діяльності.

Визначення Тищенко В.Ф. [5]:

1. Плюси. Узагальнює участь вітчизняних та іноземних суб'єктів господарювання.

2. Мінуси. Може бути обмеженим у змісті, не докладно враховуючи ширший спектр зовнішньоекономічних аспектів.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність є ключовим елементом сучасної економіки кожної країни, оскільки сприяє розширенню міжнародних відносин, збільшенню обсягів експорту та імпорту, а також залученню іноземних інвестицій. Цей процес відображається у ряді економічних показників, таких як зовнішньоторговельний оборот, баланс платіжного балансу, структура експорту та імпорту, що визначають стабільність та конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність є важливим фактором для економічного розвитку країни та формування її місця на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с..

2. Котиш О. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління : навчальний посібник [Електронний ресурс]. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 183 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : підручник / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, О. В. Дьяченко та ін. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2022. 652 с

4. Ковтуненко К.В. Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності : Навчальний посібник за ред. К.В. Ковтуненко. Київ: «Центр учбової літератури», 2021. 505 с.

5. Тищенко В. Ф. Основи зовнішньоекономічної діяльності та митної справи [Електронний ресурс] : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 193 с.

UDC 339.5

**FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE AT
EU MARKETS**

Duan J.Y., master student
Mishchenko I.A., PhD, Associate Professor of the
Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity,
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

As the main component of the European continent, the EU's geographical location and economic size determine its important position in the world market that cannot be ignored. The 27 Member States of the EU form a single territory for customs purposes. This implies that the EU is a Customs Union, meaning that its Member States have no customs duty barriers between themselves and they all have a common customs tariff for imported goods. Moreover, once customs duties have been duly paid and compliance with import conditions has been inspected, imported goods are free to circulate within the rest of the EU without any further customs controls.[1]

The EU believes that competition is the soul and basic mechanism of the market economy. Healthy competition can encourage companies to increase production, innovate technology, lower prices, and make companies independent of each other and feel competitive pressure.[2]

SMEs play an important role in the EU economy. As of 2012, there were 20.7 million small and medium-sized enterprises in the EU, accounting for more than 98% of all types of enterprises in the EU and 99.8% of non-financial enterprises in the EU. 92.2% of them have less than 10 employees, which are so-called micro-enterprises. In 2012, the jobs created by small and medium-sized enterprises accounted for 67.4% of the EU's total employment population, and their added value accounted for 58.1% of the EU's total.[3]

With the deepening of globalization, mergers and acquisitions are becoming more and more international. As an EU enterprise, the importance of international cooperation has become increasingly prominent. If some established companies want to become more

competitive, they must cooperate with the world's large economies to seek more opportunities and technological integration.

Volkswagen is a well-known German automobile manufacturing company. The quality and output of its fuel vehicles are among the best in the world. However, in recent years, with the emergence of the green revolution, new energy vehicles have attracted much attention as new types of vehicles and have become a mainstream development trend. Volkswagen failed to seize this opportunity and still focused on manufacturing fuel vehicles, which will undoubtedly be at a disadvantage in the rapidly changing market. As the world's largest industrial country, China's new energy technology has advanced rapidly, and its new energy vehicle manufacturing has formed a complete industrial chain. Tesla has also chosen to cooperate to build a factory in China in order to fully utilize its production capacity. For the automotive industry, China is undoubtedly an important partner for EU companies.

This article first discusses the EU market policies and the current situation of the economy and enterprises, and then takes a German automobile company as an example to analyze how to improve the competitiveness of enterprises in the context of international cooperation.

References:

1. European Commission (n.d.). Access2Markets The EU market. [online] trade.ec.europa.eu. Available at: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-market-0>.
2. eu.mofcom.gov.cn. (n.d.). EU competition policy. [online] Available at: <http://eu.mofcom.gov.cn/article/ddfg/m/201706/20170602591003.shtml>.
3. eu.mofcom.gov.cn. (n.d.). EU SME policy. [online] Available at: <http://eu.mofcom.gov.cn/article/ddfg/n/201706/20170602591006.shtml> [Accessed 2 May 2024].

UDC: 657.62(073)

DEVELOPMENT STRATEGY OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE IN THE INTERNATIONAL MARKET

Verozub V. V., student
Mishchenko I.A., PhD, Associate Professor of the
Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity,
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

The agricultural market is known to be a vital element of the global economic system, and its dynamics directly correlates with the socio-economic indicators of countries' development. In the context of globalization and processes and increasing international integration, the agricultural sector embodies a set of economic relations that arise in the process of production, exchange, distribution and consumption of agricultural products.

The dynamics of food prices plays a significant role in the economy, because it reflects the ratio of supply and demand in the global market, affecting the standard of living of the population and the stability of national economies [1, 2].

Recent decades have been characterized by increased volatility of prices for basic food products. This phenomenon can be caused by a number of reasons. First, climate change plays a key role. Adverse weather conditions such as droughts, floods or pests can significantly reduce yields, leading to reduced supply and higher prices. Secondly, globalization contributes to the growth of demand for certain products in countries that previously did not consume them in such a volume. For example, the growth of the middle class in Asian countries has increased the demand for meat, which has led to an increase in the price of grains used to raise livestock. Thirdly, speculative operations in raw materials markets can significantly affect prices. Investors, operating on the futures markets, can greatly influence the dynamics of prices. The energy factor should be noted separately. High oil prices can increase the cost of food production, especially in energy-importing countries. In addition, the expansion of biofuel production may compete for raw materials (such as corn) with the food industry, which may also cause prices to rise. Political factors are an important aspect. Trade wars, tariffs, embargoes and other trade barriers can significantly limit access to products, causing shortages and raising prices [3,4].

Considering the above, the dynamics of prices for basic food products is the result of the interaction of various economic, social, political and natural factors, and their analysis requires an integrated approach and careful study of all the variables that can affect the global food market.

References:

1. The growth dynamics of consumer prices for food products is gradually stabilizing. URL: <https://agroreview.com/content/dynamika-zrostannya-spozhyvchyh-czin-na-produkty-harchuvannya-postupovo-stabilizuyetsya>
2. The dynamics of the growth of consumer prices for food products gradually stabilize URL: <http://ww.eapk.org.ua/presscentre/presrelease/3589-dynamika-zrostannya-spozhyvchykh-tsin-na-produkty-kharchuvannya-postupovo-stabilizuyetsya-instytut-ahrarnoyi-ekonomiky>
3. Inflationi'm out of control: why do prices go up and when? will end. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/04/6/672678/>
4. Why global food prices will continue to rise: FAO economist Andriy Yarmak explains. URL: <https://www.seeds.org.ua/chomu-svitovi-cini-na-produkti-xarchuvannya-zrostatimut-j-nadali-rozyasnyuye-ekonomist-fao-andrij-yarmak>
5. Dibrovand L.V., Dibrova A.D., Kovtun O.A., Kuzmenko S.V., Mishchenko I.A. "International economic relations": a study guide. K. NUBiP of Ukraine. 2023.- 890 p.

UDC 351.88: 327.39

THE SIGNIFICANCE OF THE GOVERNMENT PORTAL DURING EUROPEAN INTEGRATION

Sherbina A., student

Mishchenko I.A., PhD, Associate Professor of the
Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity,
National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

The government portal, as a tool of modern state policy, plays a key role in providing access to information, interaction with the public, and simplification of administrative procedures. In particular, in the context of the process of European integration, the Government Portal becomes not only a source of information, but also a mechanism of active influence on the formation and implementation of the country's policy.

Ukraine, as a country that aspires to join the European Union, faces a number of challenges and tasks related to the harmonization of legislation, reforming sectors of the economy, and improving the quality of life of citizens. In this context, the Government Portal acts as an important tool that provides access to up-to-date information about the European integration process, promotes open discussion of strategic issues and involves the public in decision-making.

We will consider the role and significance of the Government Portal in the context of European integration for Ukraine. We will analyze the functions and opportunities provided by the Government Portal in the process of interaction with the public, business and international partners for the successful implementation of reforms and the achievement of European standards. We will also consider the challenges facing Ukraine on the way to the European Union, and the opportunities that open up for the country as a result of this process.

The government portal is an important tool for countries striving for European integration, such as Ukraine. It plays a key role in providing access to information, interaction with the public and simplification of administrative procedures. Ukraine's further integration into the European Union poses a number of challenges and tasks, and the Government Portal can help in solving them.

First, the Government portal provides access to up-to-date information about the process of European integration. This allows citizens, businesses and the general public to be informed about the latest news, reforms and further steps of the country on the way to the EU. The availability of accessible information is the basis for a democratic society, where citizens have the opportunity to participate in decision-making.

Secondly, the Government Portal is a platform for open discussion of strategic issues related to European integration. This creates an opportunity for active participation of the public in the process of formation and implementation of the country's policy. Open discussion helps to take into account different points of view and increases the level of trust in the government.

Thirdly, the Government Portal can become a tool of active influence on the formation and implementation of reforms necessary for joining the European Union. The path to European integration requires deep changes in various areas of the country's life, and the Government Portal can help in reflecting the reform process and involving the public in this process

The government portal is an important tool for communication with international partners and cooperation with EU member states. It can become a platform for the exchange of experience and best practices with other countries that are already members of the EU, which will contribute to faster adaptation to European standards.

The government portal is an integral part of the European integration process for countries seeking to join the European Union. It plays a key role in providing access to information, interacting with the public and simplifying administrative procedures. The path to European integration requires profound changes in various spheres of the country's life,

and the Government Portal is an important tool for the successful implementation of reforms and the achievement of European standards.

The government portal creates opportunities for open discussion of strategic issues, promotes active public participation in decision-making and ensures interaction with international partners. Its role is not only to provide information, but also to build trust in government, increase transparency, and involve citizens in active participation in policy-making.

Therefore, the Government Portal is an important tool for successful European integration, which contributes to the construction of an open, democratic and progressive society. It creates conditions for effective interaction between the government, the public and business, which is an important element for the country's development and its successful entry into the ranks of European states.

References:

1. <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/priorytety-uriadu/yevropeiska-intehratsiia-ukrainy>
2. <https://eu-ua.kmu.gov.ua/integration/>
3. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1155-2022-%D1%80#Text>
4. Shulga D. European integration-2020: what should become a priority in the implementation of the Agreement with the EU. / web portal Eurointegration.URL:<https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/01/13/7104931/>

UDC 338.43:338.43

EUROPEAN UNION - TRADE TRENDS IN AGRICULTURE PRODUCTS

Navrockij M. student

Mishchenko I.A., PhD, Associate Professor of the
Department of Administrative Management
and Foreign Economic Activity,
*National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Trade in agri-food products is an important aspect of economic relations in the international system, especially in the context of the countries of the European Union. Trends in trade in agri-food products in the EU and on the world market were determined by various economic, political and technological factors.

In this context, the study of trends in trade in agri-food products in the European Union is an urgent task that allows us to understand the main directions and challenges faced by the modern agri-food sector in the EU and at the international level. Consideration of such aspects as trade volumes, main partners, structure of exports and imports, price dynamics and market trends will allow to obtain a more complete picture and draw conclusions regarding further prospects for the development of the agri-food sector in the European Union.

In 2018, trade in agri-food products in the European Union remained one of the key components of its economy. This year was an important one for the agro-industrial sector, as it was marked by a number of significant events and trends that affected the dynamics of trade and its prospects.

First, we should turn to the volumes of trade in agro-food products. The European Union continued to be one of the largest producers and exporters of agricultural products in the world. The volumes of food exports and imports remained stable, which indicates the stability of the agri-food sector in the EU.

The second important aspect is the structure of trade. The European Union continued to maintain close trade relations with other countries, in particular, with the member states of the Union, but also with third countries. The main partners remained non-EU countries, in particular, the United States, China and Switzerland.

Products from various countries continued to be imported into the EU, which indicates a high dependence on the foreign market. However, the increase in the volume of domestic production and export of agricultural products was also noticeable.

The third aspect is price dynamics and market trends. There were certain changes in the price dynamics of certain agro-food products, which were associated with various factors, such as changes in growing conditions, weather conditions, currency fluctuations and others.

It is important to consider the challenges and prospects. Due to changes in the climate, the increase in the world population and changes in consumer demand, the agri-food sector of the European Union is facing a number of challenges. However, at the same time, new

opportunities are opening up for the development of agriculture, food production and the expansion of export markets.

Trade in agri-food products in the European Union has shown stability and activity, which shows the importance of this sector for the EU economy. Maintaining stable trade volumes, close trade ties with other countries and the dynamics of prices and market trends show that the agri-food sector continues to be a key player in EU internal and external trade.

An important feature of trade in agri-food products is the diversity of its factors, which includes not only economic aspects, but also social, political and environmental aspects. The importance of this sector has been particularly felt due to the impact of various factors such as climate change, tariff policies, technological progress and others on its development and prospects.

Despite the challenges faced by the agri-food sector, new opportunities are opening up for its development and modernization. Ensuring the stability and competitiveness of agricultural producers, as well as preserving the quality and safety of food products, remains an important task

Therefore, the trends in trade in agri-food products indicate the importance of this sector for the European Union and the need for further improvement and adaptation to new challenges and opportunities. Understanding these trends will allow developing more effective strategies for the development of the agri-food sector and ensuring its sustainability in the future.

References:

1. https://uapp.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/ukraina-ies_tendencii_torgivli_agroprodovolchimi_tovarami_u_sichni-cherivni_2022_roku.pdf
2. https://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/tendenciyi_torgivli.pdf
3. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2022/729322/EPRS_ATA\(2022\)729322_XL.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2022/729322/EPRS_ATA(2022)729322_XL.pdf)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

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

Україна сьогодні на шляху реалізації своєї мети щодо підвищення рівня соціального, економічного та демократичного життя до межі визначеної Європейськими стандартами та встановленої в цілях сталого розвитку. Сьогодні український бізнес продовжує активно інтегрувати у практику своєї діяльності концепцію соціальної відповідальності. Можна відзначити, що війна навіть прискорила поширення практик соціальної відповідальності серед підприємств малого та середнього бізнесу, допомагаючи їм забезпечити сталий розвиток суспільства у цілому. За даними ООН у світі реалізацією програм соціальної відповідальності займаються понад 75 % суб'єктів бізнесу.

Поняття «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» мають однакову структуру, зміст, природу, функції, принципи, завдання та механізми реалізації [1]. Вони передбачають соціально відповідальне управління підприємницькою діяльністю на всіх рівнях.

Щодо категорій «соціальна відповідальність» та «соціальна відповідальність бізнесу», то перша категорія має більш широкий зміст, оскільки може стосуватися відповідальності фізичних осіб, домогосподарств, особистих господарств, неприбуткових організацій тощо, а друга зосереджена саме на бізнес структурах. Тож, соціальна відповідальність є основоположною категорією для всіх суб'єктів господарювання.

У той же час вчені пропонують своє трактування поняття «соціальна відповідальність». Так, на думку Царика І. соціальна відповідальність є виразом всієї багатоманітності соціально-економічних відносин у бізнесі, у тому числі на рівні суб'єктів господарювання агросфери та узагальнений вираз усіх форм відповідальності [2]. Мельник С. пропонує своє трактування поняття як поєднання

двох складових: відповідальність як система відповідей індивіда (підприємства) на вимоги суспільства (особиста або корпоративна відповідальність) та відповідальність як реакція суспільства на поведінку індивіда (суспільна відповідальність) [3]. Божкової В. стверджує, що соціальна відповідальність – це обов’язок фізичної або юридичної особи оцінити власні наміри та здійснювати вибір поведінки відповідно до норм, що відображають інтереси суспільного розвитку, а у випадку їх порушення – обов’язок звітувати перед суспільством і нести покарання [4].

Підсумовуючи думки вчених, відзначимо, що соціальна відповідальність – це взаємозв’язок між суб’єктом господарювання та суспільством щодо вибору відповідних стимулів і заходів заради досягнення власного та суспільного добробуту, підвищення конкурентоспроможності бізнесу з урахуванням соціальних потреб та впливу на навколишнє середовище.

Формування напрямів та програм соціальної відповідальності суб’єктів аграрного бізнесу у тому числі залежить від розміру підприємств та організації виробництва. Компанії умовно можна поділити на 4 групи:

1. Крупні латифундисти (площа землекористування понад 10 тис. га), які характеризуються високим рівнем капіталізації та дохідності виробництва, мають значний вплив на довкілля, споживання, зайнятість та доходи населення, агропродовольчі ринки, тож зобов’язані бути соціально відповідальними [5].

2. Середні і малі підприємства (площа землекористування від 0,05 до 10 тис. га), які виробляють значні обсяги сільськогосподарської продукції, приймають участь в організації та розвитку сільських територій, соціальної інфраструктури, отже, безумовно, мають бути соціально відповідальними.

3. Мікропідприємства з площею землекористування до 0,05 тис. га., що несуть відповідальність за вплив на довкілля, якість продукції і сировини, зайнятість, облаштування власного двору, вулиці, населеного пункту, особистісний розвиток, виховання дітей, збереження національних та культурних традицій, тощо.

4. Суб’єкти додаткових та супутніх видів діяльності таких як первинна доробка/переробка сільськогосподарської сировини, агрологістика, агровиробнича інфраструктура, сільський зелений та агротуризм.

Дослідження програм соціальної відповідальності сучасних сільськогосподарських підприємств дозволяє виділити наступні напрями їх розвитку:

- відповідальний роботодавець;
- забезпечення комфортних умов праці та відпочинку;
- премії, заохочення кращим працівникам;
- стажування/ освітні програми для співробітників;
- стипендіальні програми на навчання;
- волонтерська діяльність з залученням співробітників підприємств;
- меценатська підтримка суспільно важливих подій;
- матеріальна чи фінансова допомога фінансова, товарне кредитування;
- гранти/кредити, безповоротні позики на добродійні цілі;
- підтримка законодавчих або інституційних суспільних ініціатив;
- партнерські проекти з владою, особистими селянськими господарствами, навчальними установами, малим бізнесом, іншими юридичними та фізичними особами;
- розкриття нефінансової інформації – екологічні та соціальні впливи.

Отже, соціальна відповідальність агробізнесу формується з урахуванням таких аспектів як: етична операційно-бізнесова діяльність, права людини, організаційне управління, трудові відносини, захист прав споживачів, захист навколишнього середовища, співпраця з місцевими громадами та розвиток сільських територій.

Список використаних джерел

1. Гребеннікова А.А. Соціальна відповідальність аграрного бізнесу в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. №12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6001>.
2. Царик І. М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки: монографія. Чернігів: Чернігівський державний інститут права, соціальних технологій та праці, 2011. 152 с.
3. Мельник С. В., Чумаков Д. Д., Мартиненко М. М. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу. Луганськ: ДУНДІ СТВ, 2012. 27 с.
4. Божкова В. В., Сагер Л. Ю. (2010). Соціально відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання. *Механізм регулювання економіки*. № 1. С. 145-153.
5. Ігнатенко М.М. (2015). Організаційно-економічний механізм соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки та його використання в управлінні її розвитком. *Наукові праці ПДАА*. Вип. 2(11). С. 118-124.

UDC: 338: 330.35.011

**THE ROLE OF ENTERPRISES IN IMPLEMENTING THE PRINCIPLES OF
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Liu Jizhou master student

Mischenko I. Ph.D., Associate Professor

National University of Life and
Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

In implementing Sustainable Development Goals (SDGs), some companies have become industry models, incentivizing other companies to improve their SDG practices by combining core businesses with SDGs. Different companies will face impacts in terms of cost, resource utilization, and internal support during the implementation process, and industry norms and peer pressure will also affect the transformation process of enterprises.

It is worth noting that some companies have established a long-term sustainable development reporting system, such as the Hankou Sustainable Development Report. This type of report is released once a year to document the challenges and progress of enterprises in sustainable development, and also reflects the commitment and responsibility of enterprises to sustainable development.

With the increasing demand for corporate social responsibility reports, publishing sustainability reports or ESG reports has become an inevitable choice for businesses. The four specialized accounting firms play an important role in this process, becoming the dominant force in non-financial reporting and influencing the views of capital market investors on the enterprise. The third-party authentication requirements for ESG reports also drive the professionalization and objectivity of the reports.

This abstract aims to explore how to ensure that enterprises make progress in implementing sustainable development principles. Sustainable development has become a key issue for business development worldwide, covering three major areas: economy, environment, and society. This abstract first analyzes the importance of implementing sustainable development principles for enterprises, emphasizing the key role of sustainable management in the long-term development of enterprises. Secondly, the challenges that

enterprises may face in implementing sustainable development principles were explored, such as increased costs and increased management difficulty. Finally, some suggestions were put forward to ensure that enterprises make progress in implementing sustainable development principles, such as strengthening internal management, enhancing employee awareness, and collaborating with stakeholders. Through the research in this abstract, some suggestions and guidance can be provided for enterprises to achieve sustainable development, promoting their progress and growth in this field

References:

1. Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. UNEP. URL: <https://www.greengrowthknowledge.org/research/towards-green-economy-pathways-sustainable-development-and-poverty-eradication>
2. On the way to green modernization of the economy: a model of sustainable consumption and production: add. / S. V. Berzina and others. Kyiv: Institute of Ecological Management and Balanced Nature Management, 2017. 138 p.
3. About green economy. UNEP web site. URL: <https://www.unenvironment.org/explore-topics/greeneconomy/aboutgreen-economy>

UDC: 338.246

THE ROLE OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE MODERN WORLD

Kostiuk Y.

PhD Student,

University of Pavia, Italy

The role of environmental management in a modern enterprise cannot be overestimated. Managing the impact of the company's activities on the environment is important not only from the point of view of meeting legal requirements and norms, but also as a key component of corporate responsibility and sustainable development.

Environmental management manifests itself through strategies and practices that lead to the reduction of the negative impact of companies on nature. It includes complex actions aimed at optimizing the use of resources, reducing emissions of harmful substances, minimizing waste, and improving the efficiency of processes. However, it's not just about environmental efficiency; it is also about creating a culture of sustainable development

within the company, where every employee is aware of the importance of their role in preserving the environment.

Environmental management also plays an important role in maintaining a positive company image. Today's consumers are more aware and demanding about the environmental standards of products and companies' practices. Enterprises that actively engage in environmental initiatives can count on increasing customer loyalty and creating competitive advantages.

Last but not least, environmental management is key to achieving sustainable development. This means that business must be conducted in such a way as to meet the needs of the present world without compromising the ability of future generations to meet their own. Such a long-term perspective requires companies to understand and anticipate environmental trends and adapt their business strategies accordingly.

Here are some of the benefits that a company using environmental management can have:

- **Improving public image:** managing your environmental responsibilities shows the world your commitment. This is fantastic for your public image. It also differentiates you from your competition. You can make environmental management a central function of your business and use it as an advantage within your customer proposition.

- **Lower operating costs:** For starters, you can reduce costs for things like energy and water by managing your consumption and lowering your monthly bills. You can help manage operating costs by reducing waste and promoting recycling in your organization. Simple, small changes can have a big impact. For example, you can limit printed material to cut costs and reduce paper waste.

- **Providing government benefits:** Adoption of government initiatives that stimulate business, such as tax incentives. Don't forget the money you'll save by staying fully compliant with environmental laws. Governments are increasingly opting for sophisticated businesses that do not violate environmental regulations. Environmental management will also help you stay one step ahead of any new laws that the government may introduce in the future.

- Improved business efficiency: Environmental management also has another positive side effect on your business. It is great for efficiency. Reducing resources and minimizing waste helps you stay competitive. And it will help you weather any future wave of competitors.

- Assessing the environmental impact of your business also provides an opportunity to review your processes at the end. You have the opportunity to notice improvements. This exercise is extremely useful for any business. This is a chance to see if you are working effectively.

- You can gain access to new markets and customers: Having a green brand as a sustainable business will open your company to new opportunities. This could mean more unique markets, innovative products, or new customers. A new environmental policy will help you stand out from other established businesses in your industry. Moreover, you will attract the attention of customers who prioritize environmental friendliness in their list of priorities when buying products and services.

Environmental management plays a critical role in today's business environment, as it is the starting point for ensuring the balanced use of natural resources, reducing the environmental footprint of companies, and at the same time contributes to maintaining their competitiveness and reputation. By integrating sustainability into their strategic plans, companies not only meet the growing environmental demands of consumers and regulators, but also open up new opportunities for innovation and long-term growth.

References:

1. Introduction to environmental management. URL: http://carlprosper4nugs.yolasite.com/resources/INTRODUCTION_TO_ENVIRONMENTAL_MANAGEMENT.pdf, (2022)
2. Environmental Management: Why is it so Important? URL: <https://www.bolton.ac.uk/blogs/environmental-management-why-is-it-so-important>, (2024)
3. Environmental management systems: what are they and what are their benefits for companies? URL: <https://www.cikis.studio/en/article/environmental-management-systems-what-are-they-and-what-are-their-benefits-for-companies>, (2022)

УДК 338.436:330.341

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Колісник І.О., здобувач другого
(магістерського) рівня вищої освіти

Діброва Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД, НУБіП
України, м. Київ, Україна

Україна має розвинений продовольчий комплекс, який спроможний не лише повною мірою забезпечити населення країни харчовими продуктами, а й формувати активну позицію країни на міжнародних ринках низки ключових агропродовольчих товарів. Завдяки традиційно потужному продовольчому експорту Україна є одним з гарантів продовольчої безпеки у світі. До повномасштабної війни за обсягами експорту Україна входила до п'ятірки найбільших експортерів зернових у світі, експортували $\frac{3}{4}$ від того, що виробляли, внутрішнє споживання зернових становило лише 20–25%. Україна постачала 10% світового експорту пшениці, понад 14% кукурудзи і понад 47% соняшникової олії [1]. Наразі завдяки допомозі партнерів Україна залишається ключовим постачальником на світових ринках зерна та соняшникової олії, з часткою понад 10% міжнародної торгівлі. 2023 р. експортовано 16,1 млн т пшениці до 65 країн, 26,2 млн т кукурудзи до 80 країн і 5,7 млн т соняшникової олії до 130 країн світу [2].

Разом з цим, воєнні дії, які відбуваються в Україні внаслідок широкомасштабної агресії Російської Федерації 24 лютого 2022 р., призвели до погіршення продовольчої безпеки в Україні, яке спричинене, зокрема, порушеними логістичними ланцюгами, зруйнованими інфраструктурою, господарствами та виробництвами, зменшенням кількості виробленого продовольства на працюючих підприємствах. На червень 2023 р. сума прямих збитків, завданих агропромисловому комплексу України, складає 8,7 млрд дол. США (втрати, пов'язані зі знищенням та пошкодженням сільськогосподарської техніки, складають понад 4,7 млрд дол. США; втрати через знищення та крадіжки виробленої продукції

оцінюються в 1,9 млрд дол. США). Непрямі втрати агропромислового комплексу оцінюються в 40,3 млрд дол. США [3].

За оцінками ФАО, через війну сільські домогосподарства в Україні зазнали близько 2,25 млрд дол. США збитків. З них близько 1,26 млрд дол. США збитків завдано в галузі рослинництва та 0,98 млрд дол. США – тваринництва. В Україні 25 % сільськогосподарських домогосподарств зупинили або зменшили обсяги виробництва продукції через війну, у прифронтових областях – 38 % [4].

У таких умовах український аграрний сектор продемонстрував високу стійкість та адаптивність до ризиків воєнного часу, зокрема: збір за всіма групами сільськогосподарських культур у 1,5–3 рази перевищує потреби внутрішнього споживання; потреби внутрішнього ринку м'яса й м'ясопродуктів цілком забезпечено; поступово відновлюється вітчизняна молочна галузь у сільськогосподарських підприємствах; нарощується виробництво овочі; попит громадян на плодово-ягідні культури цілком забезпечено, хоча внаслідок війни втрачено 25 % площ ягідників, 20 % площ садів [5]; поступово відновлюються обсяги експорту агропродукції.

Поряд з вищезазначеним, основними викликами та обмеженнями для аграрного сектора України в умовах повномасштабної війни є такі: дефіцит фінансових ресурсів для стабільного ведення господарської діяльності сільськогосподарських виробників, зокрема через зростання собівартості виробництва; спрощення процесів сільськогосподарського виробництва, зменшення внесення добрив та засобів захисту рослин, що знижує врожайність сільськогосподарських культур та погіршує якісний склад земель; посилення кризових явищ у тваринництві, зокрема в м'ясо-молочній галузі; дефіцит трудових ресурсів у сільськогосподарському виробництві; руйнування інфраструктури виробництва, перероблення та зберігання сільськогосподарської продукції та харчових продуктів; екологічні виклики [6].

Загалом аграрний сектор в умовах повномасштабної війни 2023 р. продемонстрував належну спроможність виробляти сільськогосподарську сировину та постачати харчові продукти на внутрішній та зовнішні ринки [7].

Ключові напрями забезпечення функціонування аграрного сектора в умовах повномасштабної війни *мають бути спрямовані*: на збереження ефективності ланцюга «виробництво – перероблення – зберігання – постачання населенню харчових продуктів»; на формування нової повоєнної моделі розвитку аграрного сектора зі збалансуванням його економічних та екологічних компонентів, що відповідатиме цілям сталого розвитку; першочерговим завданням державної аграрної політики у 2024 р. є відновлення аграрного виробництва на деокупованих територіях, відповідно, найпершими завданнями є розмінування сільськогосподарських угідь, об'єктів інфраструктури аграрного сектора й територій особистих господарств, визначення завданої шкоди та започаткування рекультивації земель, постраждалих унаслідок бойових дій; необхідно сприяти рівноправному розвитку всіх організаційно-правових форм господарювання, зокрема, інституційної та фінансової підтримки середніх і малих виробників сільськогосподарської продукції; необхідне розширення асортименту експорту аграрної продукції, насамперед, це стосується збільшення частки готових харчових продуктів та напівфабрикатів у структурі вітчизняного експорту; необхідна диверсифікація сфер та видів офіційної зайнятості населення, поширення несільськогосподарських видів діяльності на сільських територіях для зниження бідності та зростання доходів сільського населення через підтримку дрібнотоварного виробництва сільськогосподарської продукції з високою доданою вартістю; формування коротких споживчих ланцюгів; сприяння просуванню в сільську місцевість дрібновузлового промислового виробництва та виробництва енергії з відновлюваних джерел; розширення виробництва будівельних матеріалів, сфери виробничих і споживчих послуг, інклюзивних форм туризму та рекреації тощо.

Відновлення аграрного сектора на сучасних засадах стане рушієм значної активізації розвитку суміжних секторів економіки, до яких належать перероблення агропродукції та харчова промисловість, виробництво добрив, аграрне машинобудування, біоенергетика, сегменти ІТ-індустрії, задіяні в цифровізації аграрного виробництва та логістики. Важливими є відповідне інформування потенційних інвесторів про інвестиційні можливості й привабливість цих галузей, а також моніторинг, визначення потреб агропідприємств, у т. ч. в товарах та послугах

суміжних галузей. Оптимізації міжсекторної взаємодії слугуватимуть формування агропродовольчих кластерів, залучення інвестицій в горизонтальну диверсифікацію агробізнесу, створення умов для локалізації суміжних виробництв на території України [6].

Список використаних джерел

1. Загроза продовольчій безпеці світу / Міністерство закордонних справ України. 2023. 23 листоп. URL: <https://mfa.gov.ua/zagroza-prodovolchij-bezpeci-svitu>
2. На розмінованих землях України вже можна виростити 1 млн т зерна / Прес-служба Апарату Верховної ради України. 2024. 17 січ. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/245689.html
3. Звіт про прямі збитки інфраструктури та непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України станом на червень 2023 року. КСЕ. Липень 2023. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/09/June_Damages_UKR_Report.pdf
4. Ukraine: Impact of the war on agriculture and rural livelihoods in Ukraine. Findings of a nation-wide rural household survey, December 2022. FAO. URL: <https://doi.org/10.4060/cc3311en>
5. Нова аграрна політика. URL: <http://www.vin.gov.ua/images/doc/vin/Dep-APK-2022/Prezentatsia.pdf>
6. Аграрний сектор України у 2023 році: складові стійкості, проблеми та перспективні завдання / НІСТ. 14.04.2024. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/ahrarynyy-sektor-ukrayiny-u-2023-rotsi-skladovi-stiykosti-problemy-ta>
7. Шамборовський Г.О. Сучасний стан та перспективи зовнішньої торгівлі України. Агросвіт №9. 2024. С. 28-35.

УДК 338.432:339

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Колошнюк Д.В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,

Діброва Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, НУБіП України, м. Київ, Україна

Ефективним засобом розвитку внутрішньої економіки та зміцнення її позицій на міжнародній арені є здійснення зовнішньої торгівлі, включаючи як експорт, так й імпорт товарів. Збалансована зовнішня торгівля стає ключовим фактором конкурентоспроможності країни на глобальному ринку.

За статистичними даними Мінфіну в останні роки спостерігається стійке нарощення експортно-імпортних операцій, яке водночас характеризується від'ємним

сальдо зовнішньоторгового балансу. Якщо в 2021 р. різниця між експортом та імпортом становила 61363 млн. грн. (-1,1% ВВП), у 2020 р. – 44127 млн. грн. (-1,1% ВВП), у 2019 р. – 311183 млн. грн. (-7,8% ВВП), то в 2022 р. цей показник сягнув рекордного значення – 871762 млн. грн. (-16,8% ВВП). Загалом у 2022 р. відносно 2021 р. величина експорту скоротилась на 17,3% (з 2224704 млн. грн. до 1840563 млн. грн.), величина імпорту – на 18,6% (з 2286067 млн. грн. до 2712325 млн. грн.). Порівняно з I кварталом 2022 р. експорт товарів у I кварталі 2023 р. скоротився на 26,1%, натомість імпорт збільшився на 10,9 %. Коефіцієнт покриття експортом імпорту в I кварталі 2022 р. становив 0,99, а в тому ж періоді 2023 р. – 0,66. Така ситуація розгорнулась на фоні загального критичного падіння реального ВВП 2022 р. на 29,19% порівняно з 2021 р. [1].

За твердженнями експертів Національного банку України економіка країни переживає найглибший річний спад в історії незалежної України. Очевидно, основною причиною цього спаду є повномасштабне вторгнення росії, яке розпочалося 24 лютого 2022 року. Військові дії призвели до значних руйнувань у сільському господарстві та виробничих комплексах країни. Сільське господарство зазнало серйозних труднощів через мінування територій, окупацію частин південних і східних областей України, пошкодження інфраструктури та виробничих потужностей, різкий спад інвестицій, зниження врожайності, переривання логістичних зв'язків і масову міграцію населення як внутрішню, так і зовнішню [2].

Дані табл. 1 демонструють товарну структуру експорту агропромислової продукції. Подібно до попередніх років, експорт сільськогосподарської продукції залишився головним джерелом зовнішньої валютної виручки. Наприклад, продаж кукурудзи та соняшникової олії допоміг поповнити Державний бюджет на 9,1 мільярда доларів США. У той же час, обсяг імпорту сільськогосподарської продукції, зокрема тракторів для підтримки виробничої інфраструктури агропромислового комплексу, збільшився [3].

У структурі експортної зовнішньої торгівлі в I кварталі 2024 року серед товарів АПК переважають продукти рослинного походження (40,3% загального обсягу експорту), зокрема зернові культури – 30,7%, жири та олії тваринного або рослинного

походження – 14,2%, готові харчові продукти – 7,7%, живі тварини, продукти тваринного походження – 3,2%. Водночас у порівнянні з 2023 р. експорт зернових культур зменшився на 3,5% (3168,1 млн. дол. США), жирів та олії рослинного походження – на 11,6% (1465 млн. дол. США). Структура імпорту цього періоду характеризується такими показниками: живі тварини, продукти тваринного походження – 2,1%, продукти рослинного походження – 4,2% (у тому числі зернові культури – 0,3%), готові харчові продукти – 4,7%, жири та олії тваринного або рослинного походження – 0,4% [4].

Таблиця 1

Товарна структура експорту продукції АПК України в 2023 р.

Місце в рейтингу експорту	Назва товару	Питома частка
2	Кукурудза	12,9%
2	Олія соняшникова	12,1%
3	Пшениця	5,3%
5	Насіння свиріпи або ріпаку	3,2%
8	Насіння соняшнику	2,7%
10	М'ясо птиці	2,0%
11	Макуха, тверді відходи	1,7%
12	Соєві боби	1,6%
19	Ячмінь	0,9%

Джерело: розраховано авторами за [4].

Головним чинником, що призвів до зменшення обсягів експорту сільськогосподарської продукції, було руйнування логістичних маршрутів, зокрема блокада перевезень зерна Чорним морем Росією та порушення угоди про зерновий коридор. Така ситуація змусила деяких вітчизняних аграрних виробників переорієнтувати свою діяльність з вирощування зернових культур на олійні.

Ситуацію з експортом товарів сільськогосподарського комплексу поглиблює також зовнішньоекономічна політика європейських країн, які стали основними торговельними партнерами України під час конфлікту. Особливо важливими є заборона Польщі на імпорт всіх сільськогосподарських продуктів та тимчасова

заборона транзиту через її територію. Обмеження щодо імпорту агропродукції також вводять Угорщина, Словаччина та Болгарія. Незважаючи на це, для України важливо зберегти статус світової житниці для забезпечення продовольчої безпеки та підтримки економіки країни, і це є однією з головних пріоритетів уряду України за підтримки міжнародної спільноти в умовах воєнного конфлікту.

До початку травня 2023 року Єврокомісія прийняла рішення щодо експорту агропродукції з України, внаслідок чого Польща, Угорщина, Словаччина та Болгарія вирішили скасувати свої заборони або ввести обмеження на імпорт аграрної продукції з України. Тепер українські сільськогосподарські виробники зможуть вивозити свою продукцію, включаючи пшеницю, кукурудзу, ріпак та соняшник, в інші країни Європейського Союзу без жодних перешкод [5].

Україна, незважаючи на виклики, з якими стикається через воєнний конфлікт, залишається важливим постачальником аграрної продукції до країн Європейського Союзу. Після закінчення війни український аграрний сектор має потенціал для розширення та відновлення. Співпраця з ЄС, особливо після укладання Угоди про асоціацію, відкриває нові можливості для українських аграрних підприємств, забезпечуючи доступ до більших ринків збуту, технологій та інвестицій. Агробізнес в Україні відіграє ключову роль у створенні підґрунтя для сприятливого інвестиційного клімату. Незважаючи на виклики, з якими стикаються аграрні підприємства, вони проявляють стійкість та готовність до розвитку. Втілення сучасних агротехнологій, підвищення якості продукції та дотримання стандартів безпеки харчових продуктів є важливими аспектами, які можуть сприяти успішній співпраці з ЄС.

Проте, для досягнення повного потенціалу співпраці з ЄС, важливо вирішувати внутрішні проблеми, такі як підвищення конкурентоспроможності, покращення інфраструктури та боротьба з корупцією, і головне – завершення війни. Тільки шляхом вирішення цих проблем Україна зможе забезпечити стабільність, розвиток аграрного сектору та успішну співпрацю з ЄС як постачальник аграрної продукції. Загалом, Україна має потенціал стати сильним гравцем на європейському аграрному ринку, що принесе користь як для країни, так і для споживачів у ЄС.

Отже, війна суттєво вплинула на експорт та імпорт сільськогосподарської продукції українського агропромислового комплексу. Це проявилось у значних змінах як обсягів та структури зовнішньої торгівлі, так і в географії основних країн-партнерів, з якими Україна веде свою зовнішньоекономічну діяльність.

Список використаних джерел

1. Експорт та імпорт України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>
2. Коментар Національного банку щодо зміни реального ВВП у 2022 році. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-zminir ealnogo-vvp-u-2022-rotsi>
3. Імпорт та експорт України: вплив війни. URL: <https://youcontrol.com.ua/data-research/import-ta-eksport-ukrayiny/>
4. Сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/>

УДК 330.131:335.01

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Могила Ю.С., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Діброва Л.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД, НУБіП України, м. Київ, Україна

В умовах воєнного стану України та зростання ризиків, пов'язаних зі скороченням обсягів експортно-імпортних операцій, зростання попиту на окремі групи товарів через скорочення пропозиції та обмеження на їх ввезення з країни-агресора, актуальним є дослідження регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) в Україні. Ключовими проблемами впливу на ЗЕД виступають зростання цін на енергоресурси, зростання витрат на логістику та постачання, руйнування виробництва та інфраструктури, зміна ланцюгів постачання, блокування морських

портів тощо. В таких умовах потребує змін правове, організаційне, адміністративне регулювання торгівлі України [1].

Регулювання ЗЕД являє собою комплекс заходів щодо включення вітчизняної економічної системи у структуру світового ринку і глобальної економіки за умов збереження високої цінності державних інтересів та економічної безпеки. Проте, війна як чинник, що зумовлює застосування сукупності обмежень для функціонування національного господарства, змінює і практику організації ЗЕД, і основи управління зовнішньоекономічними зв'язками. Відповідно, державне регулювання ЗЕД в умовах воєнного стану доцільно зорієнтувати на оптимізацію торгівельних відносин, зацентрувавши увагу на: – з одного боку, підтримці імпорту товарів, які є першочерговими для держави і мають високу цінність як для економіки, так і для громадян; – з іншого боку, активізації експорту якісної продукції, як методу збагачення державного бюджету фінансовими ресурсами. Враховуючи безпрецедентність подій, що відбуваються на теренах України, проблематика є достатньо важливою в контексті відновлення економіки країни та з теоретичного аспекту переходить у практичний.

В умовах дії воєнного стану нормативно-правова база економіки України потребує внесення ряду змін з метою захисту національних інтересів та внутрішнього ринку. Ключовими експортними та імпорнтними інструментами регуляторної політики є: заборона експорту, вимоги щодо ліцензування експорту, експортна квота, експортна субсидія, експортна тарифна квота, експортний податок, експортний податковий стимул, нетарифні заходи, пов'язані з експортом, тощо; заборона на імпорт, стимулювання імпорту, вимогу до ліцензування, моніторинг імпорту, імпорнтні квоти, тарифи на імпорт, тарифні квоти на імпорт, нетарифні заходи, пов'язані з імпортом, внутрішнє оподаткування імпорту, правила щодо оплати [8]. Проте, побудова вищеперерахованих регуляторних механізмів та інструментів неможлива без врахування динаміки експортно-імпорнтної активності вітчизняних господарюючих суб'єктів, а також держави як самостійного суб'єкта економічних відносин (рис. 1).

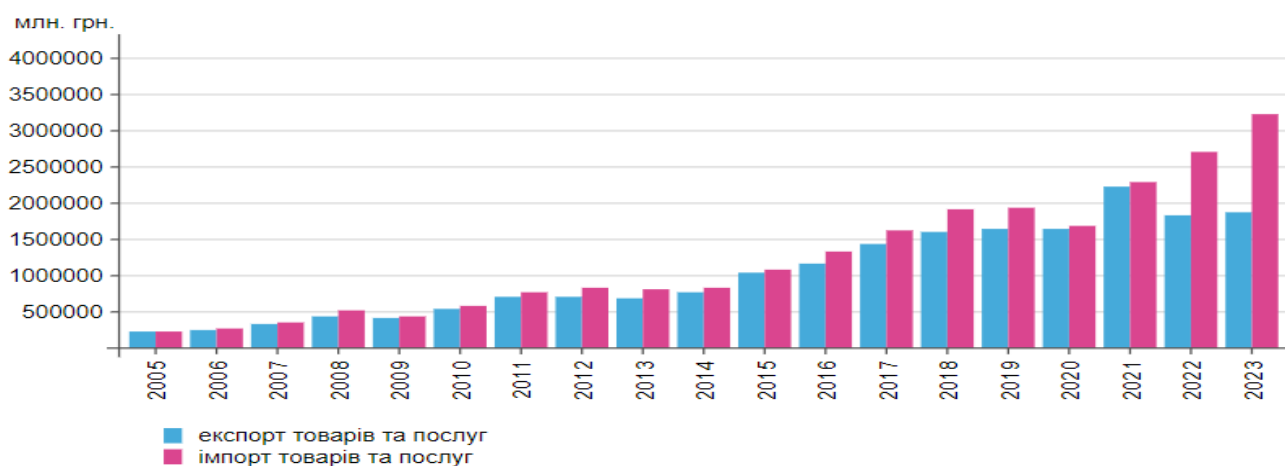


Рис.1. Динаміка експортно-імпоротної діяльності в Україні протягом 2005–2023 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [2].

Дані рис. 1 свідчать про досягнення певних успіхів державними органами влади у регулюванні ЗЕД в період 2019-2021 рр., оскільки Україні вдалось стабілізувати міжнародну торгівельну активність в умовах пост-пандемічної нестабільності, досягнувши позитивного сальдо і збільшивши показник покриття експортом імпорту на 0,02 пп. (із 0,98% у 2020 році до 1,01% у 2021 році). В умовах глобальної кризи зміцнення позицій національного товаровиробника має пріоритетну роль, а тому скорочення імпорту у період загострення пандемії Covid-19 стало додатковим стимулом для вітчизняних суб'єктів господарювання. Ріст автономності національних економік і фізичне унеможливлення міжнародної торгівлі мало в певній мірі позитивний ефект для українського ринку; глобальна криза посприяла створенню стимулів для росту ефективності роботи підприємств, підвищення якості товарів і послуг, тим самим надаючи господарюючим суб'єктам можливість отримати довіру і прихильність громадян до української продукції. В контексті таких тенденцій ефективною на майбутні періоди могла б стати стратегія регулювання ЗЕД на основі збалансованого застосування інструментів зниження імпортозалежності України та стимулювання експортної активності за умови всебічної державної підтримки. Проте, війна повністю змінила умови для ЗЕД і вже за результатами 2022-2023рр. ми можемо побачити різко негативну динаміку експортно-імпоротної активності в Україні: експорт товарів у 2023 році впав на 18% проти 2022 року – до 36,19 млрд. дол, тоді як імпорт зріс на 14,9% – до 63,56 млрд.

дол Негативне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами у 2023 році зросло у 2,5 раза проти 2022 року – до 27,38 млрд. дол з 11,16 млрд. дол. Торгівля послугами майже повністю унеможливлена новоутвореними обставинами.

Повномасштабне вторгнення рф в Україну викликає подальше падіння українського експорту. Застій української торгівлі супроводжується глибокою переорієнтацією її географічної структури та пошуком нових ринків збуту. Так, у 2021 р. серед країн-експортерів був Китай (11,8 % загального обсягу), на другому місці - Польща (7,7%), далі Туреччина (6,1 %), Італія (5 %) та інші країни ЄС. А вже у 2022 р. через порушення ланцюгів постачання та введенням воєнного стану, Китай опинився на 4-му місці. Це було спричинено проблемною логістикою зернових культур і втратами у металургійній галузі. Країни ЄС випередили КНР: Польща (15,1%), Румунія (8,7%), Туреччина (6,7%), Угорщина та Німеччина (5,1%). Якщо розглядати зовнішню торгівлю України за регіонами, то 63,2% становить експорт до країн ЄС, 22,2% – Азія, 4,8% – Африка. Тобто, відбулась чітка зміна пріоритетних напрямів розвитку зовнішньої торгівлі та переорієнтацією на європейські країни. Попри загальне скорочення обсягів експорту, його показник по країнах ЄС збільшився на 8%, зокрема, з Польщею зовнішня торгівля зросла на 51%, з Румунією – на 119%, Угорщиною та Словаччиною – на 46% з кожною.

Такий динамічний розвиток євроінтеграційних процесів нашої країни у зовнішньоекономічній площині супроводжується поглибленням сировинної спеціалізації вітчизняного експорту та превалюванням низькотехнологічної продукції у товарній структурі зовнішньої торгівлі Україна-ЄС. Подальша інтеграція України до внутрішніх ринків ЄС та активізація торговельно-економічного співробітництва повинна супроводжуватись диверсифікацією структури експорту, поглибленням внутрішньогалузевої торгівлі товарами з високим ступенем обробки, налагодженням нових ланцюгів доданої вартості у технологічних, наукоємних та інноваційних галузях.

За умов сповільнення розвитку зовнішньої торгівлі в Україні постає питання вдосконалення інструментів впливу на ЗЕД та активізації експортно-імпортних операцій, наскільки це є можливим в сучасних умовах. Ще у 2017 році була прийнята

Експортна стратегія України. В контексті побудови тактики відновлення ЗЕД на повоєнному етапі за основу варто взяти визначені Стратегією задачі [7], серед яких - створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту; розвиток послуг із підтримки бізнесу та зовнішньої торгівлі в пост-воєнний період та зміцнення навичок і компетенцій суб'єктів господарювання, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Суб'єкти господарювання мають усвідомлювати, що на етапі відновлення економіки, який неминуче настане після закінчення війни, вони отримають можливість вийти на нові ринки, що належать прогресивним європейським державам. Проте, основними передумовами зайняття впевнених позицій на них є прагнення і готовність вітчизняних підприємств до освоєння різних сфер економіки, а також підвищення конкурентоспроможності шляхом збільшення рівня інноваційності, екологічності і технологічності товарів/послуг.

Отже, кожен учасник ЗЕД повинен розуміти важливість високої якості товарів і послуг, що експортує, їх інноваційності і технологічності задля спроможності конкурувати із провідними товаровиробниками глобального ринку. Саме якість продукції впливає на рівень довіри, яка на даний момент не достатньо висока до українського товаровиробника з боку споживачів європейських ринків. Проте, саме зараз, в умовах воєнних подій, коли України отримала шанс змінити своє майбутнє і переорієнтуватись на нові ринки збуту, важливим є не втратити прихильність потенційного споживача.

Отже, в даний час Україна перебуває не просто у складних обставинах воєнного стану. Сучасні тенденції можна визначити як динамічний, безпрецедентний занепад національної економіки. Такі події вимагають зміни інструментів управління економічними процесами, зокрема, і зовнішньоекономічною діяльністю. Так, значних змін зазнали правові механізми регулювання ЗЕД, було прийнято сукупність нормативно-правових актів, які впорядковують експортно-імпорту діяльність господарюючих суб'єктів в умовах воєнного стану [8].

Хоча актуальний стан ЗЕД в Україні є критичним, проте перспективи розвитку існують. Зокрема, вітчизняні суб'єкти господарювання мають бути готові до виходу

на нові ринки, проте умовами успіху є робота над розвитком торгівлі інноваційно-орієнтованою продукцією високої якості, технологічними товарами і послугами, які відповідатимуть вимогам прогресивних європейських ринків. Власне це зумовлює важливість продовження досліджень і розробок практичних механізмів вдосконалення практики регулювання ЗЕД під час війни та на етапі повоєнного відновлення економіки.

Список використаних джерел

1. Баришполь С. Ю. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності України в умовах війни. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2023. Вип. 48. С 7-13. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-48-1>
2. Експорт та імпорт України. Міністерство фінансів України. 18.04.2024. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>
3. Микуляк О. Митні відносини України та світу в умовах війни. Grail of Science. 2022. Вип. 17. С. 109–114. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.07.2022.016>
4. Остапенко В.М., Шевченко Д.О. Основні тенденції регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану (Doctoral dissertation). 2022. 243 с.
5. Пашкуда Т., Афенді А. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>.
6. Платонова І.О. Розвиток механізмів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Дисертація на здобуття ступеня кандидата наук з державного управління. Харків, 2020. 253 с. URL: <https://nuczu.edu.ua/images/topmenu/science/spetsializovani-vcheni-rady/disPlatonova.pdf>
7. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі 2017–2021 рр.) : Розпорядження Кабінету Міністрів України No 1017-р від 27.12.2017. Офіційний вісник України. 2018. No 11. С. 15. Ст. 398.
8. Скрипник С., Процевят О., Воронова О. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. С. 56–62.

УДК 338.436:330.341

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Загорулько А.О., аспірант,

Ковтун О.А., к.е.н, доцент кафедри адміністративного менеджменту та ЗЕД

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

Організаційний розвиток підприємства – надважлива складова системи управління. В наш час для життєздатності агрокомпанії недостатньо мати землю, техніку, елеватори та використовувати ефект масштабу при виробництві, закупівлі, реалізації. До втрати значних ресурсів дедалі частіше призводять різноманітні

організаційні проблеми: заплутані структури, неоптимальні бізнес-процеси (і не тільки виробничі), слабка функція контролю, низький рівень розвитку корпоративної культури, людський чинник тощо.

Деякі вчені порівнюють підприємство з людським організмом, котрий час від часу хворіє. При такому порівнянні «хвороби», що можуть спіткати організацію: відсутність системи та кризи управління (коли керівник вимушений постійно «гасити пожежі», керуючи організацією в ручному режимі), хаос та невизначеність цілей, відсутність прозорості (а отже, й контролю за діяльністю), неякісний процес управління (планування заради планування, облік заради обліку), неефективне використання активів, розмитість бізнес-процесів, їх неоптимальність, відсутність мотивації, протиріччя між структурними підрозділами та співробітниками, плутанина у тому, хто за що відповідає, бюрократизація.

Функція організаційного розвитку в компанії з'являється, коли виникає потреба суттєво збільшити результативність та ефективність діяльності для її масштабування або коли останнє спричиняє проблеми керованості. За теорією експерта Іцхака Адізеса, організаційний розвиток найнеобхідніший при переході від етапу життєвого циклу підприємства «давай-давай» до етапу «юність», коли системний стиль управління компанією змінює так званий «ручний».

На даному етапі відбувається впровадження проектів розвитку організації: стратегічних, інвестиційних, маркетингових тощо. Прикладами таких проектів можуть бути: побудова організаційної структури, оптимізація бізнес-процесів компанії впровадження різноманітних ІТ-систем, реалізація програм розвитку персоналу, побудова систем бюджетування та контролінгу, впровадження сучасних підходів бережливого виробництва і т. д.

Для реалізації перелічених функцій, в структурі компанії створюється підрозділ, відповідальний за організаційний розвиток (Рис. 1).

Напрямами діяльності фахівців із організаційного розвитку є:

- діагностика проблем компанії;
- бізнес-моделювання;
- оптимізація (реінжиніринг) бізнес-процесів та їх автоматизація;

- побудова системи КРІ (ключових показників результативності та ефективності діяльності на основі оптимізованих процесів);
- оптимізація процесу управління компанією, зокрема: побудова процесу планування діяльності, оптимізація процесів виконання планів, впровадження системи управлінської звітності на базі системи КРІ, оптимізація процесів аналізу та контролю;
- побудова системи мотивації персоналу (прив'язка системи оплати праці до системи КРІ, розробка навчальних програм відповідно до оптимізованих бізнес-процесів);
- оптимізація/побудова системи внутрішнього документообігу, регламентація діяльності і зменшення бюрократизації, зменшення кількості та збільшення якості управлінських документів, створення єдиної інформаційної бази тощо.

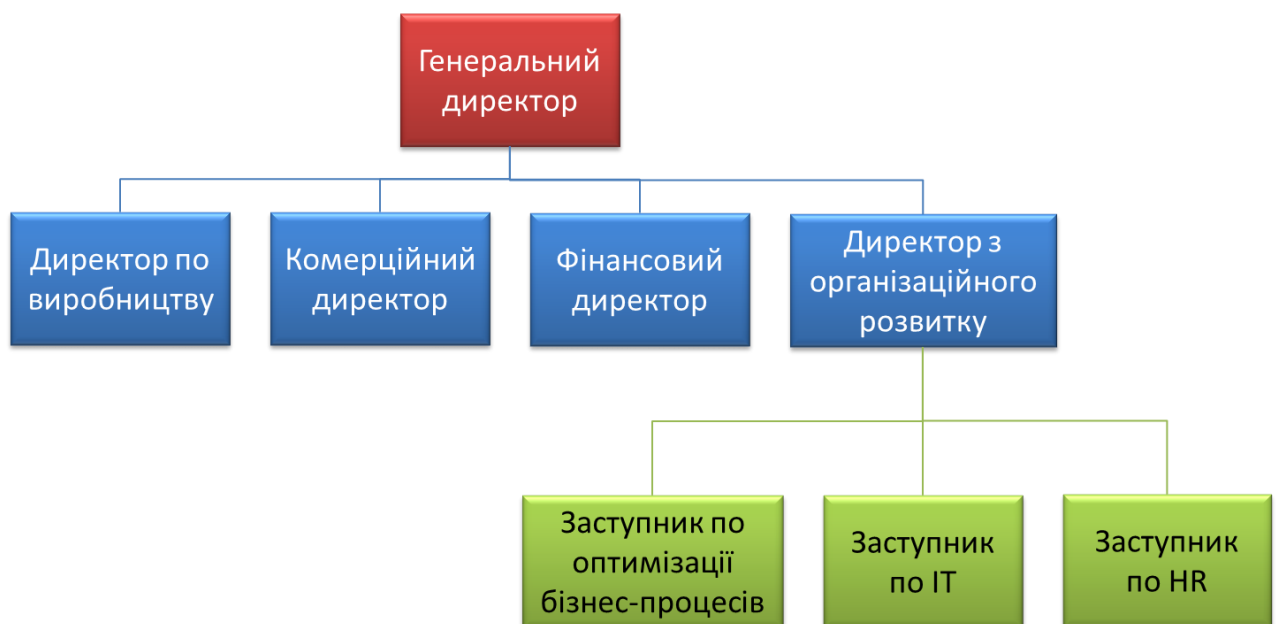


Рис. 1. Місце організаційного розвитку в структурі компанії

Директор з організаційного розвитку повинен підпорядковуватися безпосередньо генеральному директору, як і решта виконавчих директорів. По-перше, це дає змогу проведення організаційних змін, для яких потрібні відповідні повноваження та безпосередня супервізія керівника компанії. Функція управління розвитком організації – це одна з функцій генерального менеджменту і за відсутності директора

з організаційного розвитку дану роботу виконує СЕО. По-друге, найбільше конфліктів виникає на перетині різних функціоналів і чим вище вони в ієрархії організаційної структури, тим більший масштаб даних конфліктів (наприклад, між комерційною та виробничою службою, фінансовою та комерційною тощо). Директор з організаційного розвитку є "регулювальником", інтегратором на рівні виконавчої служби компанії.

У підпорядкуванні директора з організаційного розвитку мають перебувати служба з оптимізації бізнес-процесів, служба ІТ та служба HR. Така структура впливає із процесу організаційного розвитку. Предметом діяльності директора з організаційного розвитку є проблеми на стику областей: інновації, процеси, інформаційні технології та люди. Спочатку оптимізується процес, а потім вже підбираються відповідні працівники та виконується автоматизація процесу.

Список використаних джерел

1. Іцхак Адізес. Управління життєвим циклом корпорацій. 2018.
2. Г.Є.Мошек, В.Л.Федоренко, О.В.Коваленко, М.В.Ковальчук, А.С.Соломко, В.Е.Зельдіч, Г.П.Сиваненко. Менеджмент організації. Теорія та практика. 2020
3. Гудзь О. Є., Старинець О. Г. Парадигма побудови системи антикризового управління підприємством. 2017
4. Дюк А.А. Концепція організаційного розвитку підприємств в контексті стратегічних трансформацій. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. 2012.
5. Г.А. Дорошук. Управління організаційним розвитком: теоретичні та концептуальні основи. 2016

УДК 330.341

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ

Скiбiцький О., PhD студент,
Тюрiна А.А., к.е.н, доцент кафедри
адмiнiстративного менеджменту та ЗЕД
*Нацiональний унiверситет бiоресурсiв i
природокористування України, м. Київ, Україна*

Загальноприйнята концепція сталого розвитку передбачає необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Вперше поняття «сталий розвиток» згадується в доповіді «Наше спільне

майбутнє» (1987 р.). як «розвиток, який задовольняє потреби нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [1]. Цікавим є трактування сталого розвитку як сукупної системи управління організацією, що являє собою збалансований, гармонійний та довготривалий розвиток організації, діяльність якої націлена на забезпечення цілісної рівноваги з урахуванням перемінних зовнішніх умов функціонування та досягнення стійких ефективних результатів діяльності підприємства [2]. Інші вчені визначають сталий розвиток як систему суспільного виробництва, що забезпечує раціональне співвідношення між економічним зростанням, оптимізацією якісного стану ресурсного забезпечення, розвитком духовних та матеріальних потреб суспільства [3].

В основу сталого розвитку бізнесу перш за все покладено потенціал підприємства до впровадження певних змін та новацій на всіх рівнях. Сталий розвиток підприємства розглядається більшістю дослідників як об'єкт впливу численних внутрішніх і зовнішніх чинників, які підприємство має враховувати та щодо яких має досягати стійкості [3]. Так, ми поділяємо думку вчених, щодо того, що концепт управління сталим розвитком підприємства включає в себе поєднання зовнішнього та внутрішнього середовища підприємництва шляхом прямого впливу інформації, потреб ринку, національних та міжнародних вимог з одного боку, та зворотного впливу через ефективно вибудовану систему управління з урахуванням потенціалу підприємства, стратегії компанії та компетенцій персоналу з іншого боку (рис. 1.) [4].

Управління сталим розвитком на рівні держави базується на прийнятих стратегіях, цільовій програмі та програмі соціально-економічного розвитку. При формуванні стратегічних цілей управління важливо враховувати, що концепція сталого розвитку передбачає спрямування цілей за трьома напрямками – навколишнє середовище, суспільство та економічне зростання.

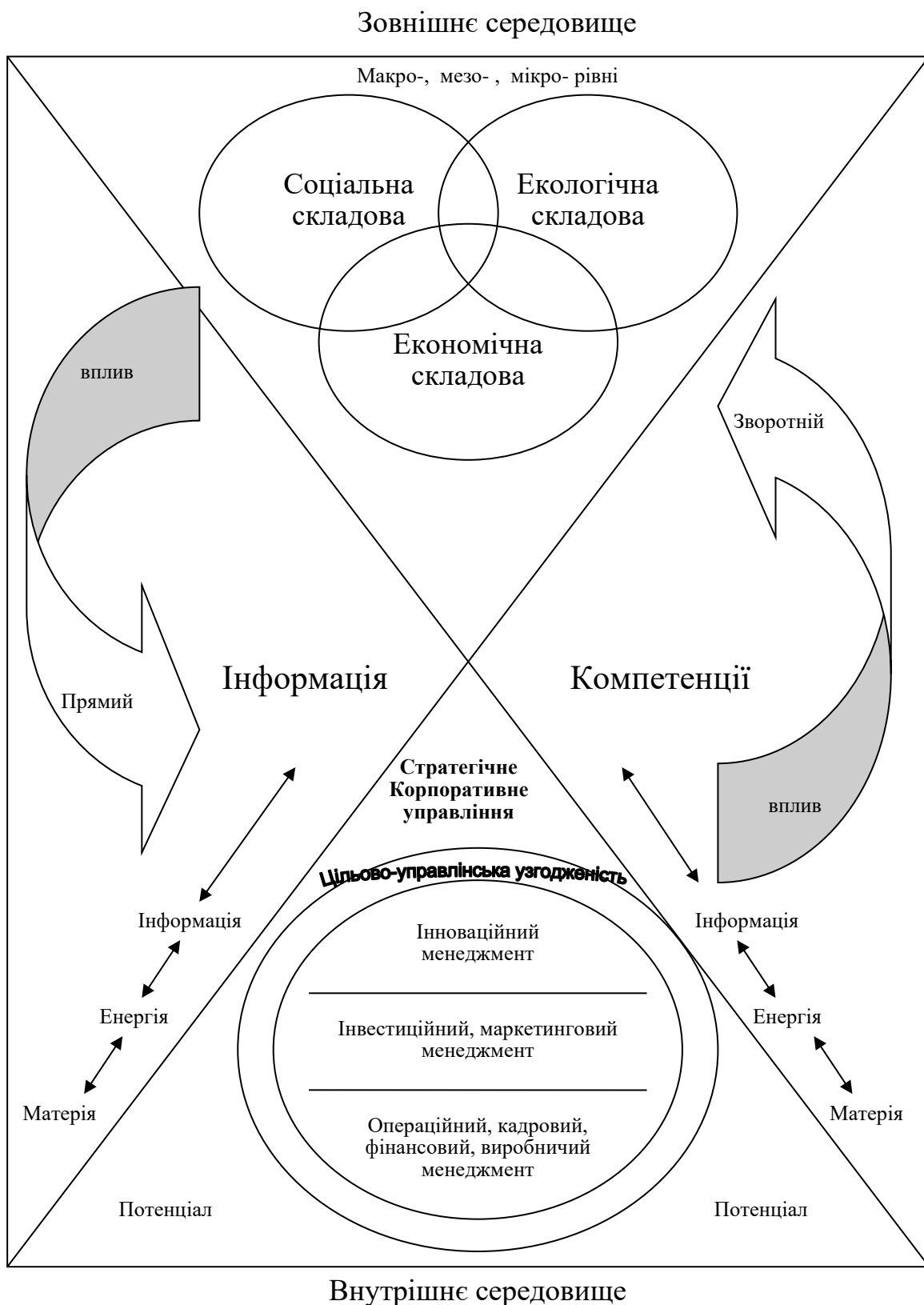


Рис.1. Концепт управління сталим розвитком підприємства [3].

Для управління сталим розвитком на рівні підприємства базовими є цілі розвитку в довгостроковій перспективі, оскільки розвиток є умовою збереження життєдіяльності підприємства. Тож, концепція сталого розвитку бізнесу визначає

певний комплексний підхід до функціонування підприємств, що передбачає інтеграцію та взаємозв'язок економічного, соціального та екологічного аспектів діяльності, при якому збалансовано темпи економічного зростання та відтворення природних ресурсів задля можливості задоволення потреб наступним поколінням. Така синергія дозволяє екологізувати виробничу діяльність підприємства, забезпечити соціальну стабільність із одночасним зростанням показників прибутковості та залучення інвестицій на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our common future.* Brundtland report. UN, 4 Aug. 1987. 374 p.
2. Гросул В. А., Мамаєва Г. С. Теоретичні підходи щодо визначення сутності стійкого розвитку підприємства. *Сталий розвиток економіки.* 2012. № 7. С. 104–107.
3. Байдала В., Єрмаков О., Тюріна А., Нагорний В. Нагорна О., Рубан О. Соціально-економічні виклики у контексті сталого розвитку аграрного бізнесу: монографія. Київ: Вид. «Нова столиця», 2023. 208 с.
4. Васюткіна Н. В. Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект: монографія. К.: Ліра-К, 2014. 334 с.

UDC 338.432:339

PROSPECTS OF PRODUCTION AND EXPORT OF UKRAINIAN FEED IN THE CONTEXT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION

Grynyuk S.V., Ph.D. student

Faichuk O.M., Ph.D., Associate Professor,
Department of Administrative Management and
Foreign Economic Activity,
*National University of Life and Environmental
Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

Ukraine, known for its significant agricultural capacities, holds key positions in the global market for agricultural crops. The production of sunflower, soy, corn, wheat, barley, and rapeseed underscores the country's important role in the global agricultural sector.

Ukraine is the world leader in sunflower production with an annual output of 14 million tons and ranks among the top ten producers of soy, corn, and other crops.

Despite strong positions in the agricultural sector, feed production in Ukraine remains relatively low compared to other countries. The total production amounts to about 5,2 million tons per year, significantly trailing leaders such as the USA (185 million tons) and China (170 million tons). However, the national strategy includes increasing production to 15-20 million tons over the next decade, which should open new opportunities for the industry's development [4,5]

However, Ukraine remains one of the leading producers and exporters of feeds for agricultural animals in Europe, despite military actions that have significantly altered all sectors of the agricultural industry. These circumstances have prompted a rethinking of logistics and import-export strategies, particularly in the context of reduced domestic production of high-tech feed products. The forced emigration of the working population, which is involved in production processes, complicates the situation, as many technological processes require skilled specialists.

A significant problem remains the dominance of offshore companies among the main importers of feeds, leading to the outflow of profits and tax deductions out of the country. This worsens the economic condition of the agricultural sector and reduces the potential for development and income growth. According to the Ministry of Finance of Ukraine, despite logistical difficulties, a significant amount of feeds has been exported, but the total volumes remain below potential. Storing large stocks of feeds poses additional challenges due to the limited capacity of storage facilities and the high cost of maintaining inventories. Expanding domestic consumption capabilities can help increase the value-added of products and reduce dependence on imports. Developing new solutions in feed logistics will not only increase export revenue but also create new jobs, contributing to employment growth in the agro-food sector. Investments in modern equipment and staff training will play a key role in ensuring the success of these initiatives.

The feed market in Ukraine can be divided into several key segments. Poultry feed dominates the market, accounting for 66.2% of total production. Swine feed holds a 19.5%

share, indicating significant demand in this segment. Feed for cattle and other types of feed hold smaller shares but are also important for the full development of the industry [6].

Ukraine faces numerous challenges that could impact the further development of the feed market, including the ongoing war with Russia, political instability, and economic conditions. However, the strategic plan to develop the industry, aimed at utilizing internal agricultural resources and increasing production capacities, could help overcome existing barriers and open new markets.

Reorienting towards the production of derivative products with high added value can open new markets and provide additional income sources for the country, especially in challenging military conditions. Thanks to its geographical location, access to substantial agricultural resources, and plans for production expansion, Ukraine has every chance to become one of the key players in the global feed market. This will not only strengthen the country's economy but also contribute to the sustainable development of the agricultural sector at the international level.

References:

1. Gulavsky, V.T. (2016). Perspectives on Creating Additional Value in the Processing of Grain Crops. Grain Products and Feed, 63(3), 10-15. DOI: <https://doi.org/10.15673/gpmf.v63i3.214>.
2. Economic Problems of the 20th Century: International and Ukrainian Dimensions. Edited by S.I. Yuriy, Y.V. Saveliev. Kyiv: Knowledge, 2019. – 595 p.
3. Mudrak, R.P. (2019). Export of Ukrainian Food: Status, Trends, Reasons. Economy of Ukraine, (5), 70-79.
4. USDA Foreign Agricultural Service. "Ukraine: Grain and Feed Annual," April 2023. URL: <https://fas.usda.gov/data/ukraine-grain-and-feed-annual-7>
5. Southern Ag Today. "Outlook for Feed grain Fundamentals in the 2022/2023 Marketing Year," May 2022. URL: <https://southernagtoday.org/categories/crop-marketing/>
6. Alltech. "2023 Alltech Agri-Food Outlook," January 2023. URL: <https://www.alltech.com/en-gb/news/press-releases>

СУЧАСНИЙ СТАН СВІТОВОГО РИНКУ КУКУРУДЗИ ТА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Тимків Б.С., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії, спеціальність 051 «Економіка», ОНП «Економіка підприємств та галузей національного господарства»

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

Світовий ринок кукурудзи характеризується значним зростанням пропозиції від виробників та високою доступністю її для основних споживачів. Широка географія виробництва та шляхи логістики зробили світову торгівлю кукурудзою одним із найбільш динамічних та збалансованих ринків. За останні 20 років світова торгівля кукурудзою зросла з 80 до 200 млн. тонн, а виробництво в основних країнах-експортерах з 300 до 600 млн. тонн.

Глобальний індекс співвідношення запасів до використання кукурудзи має тенденцію до зростання протягом 20 років поспіль, як це показано в таблиці 1. Співвідношення запасів до використання показує баланс між попитом і пропозицією на певний товар. Вищі коефіцієнти запасів до використання означають наявність більшої пропозиції, тоді як нижчі коефіцієнти вказують на більш жорстку ситуацію з пропозиціями. Співвідношення запасів до використання мають значний вплив на ринок, і їх слід враховувати при створенні маркетингових планів. Слід зазначити, що зростання цього показника очікується і в наступному десятилітті.

Україна є значним гравцем на світовому ринку кукурудзи, на неї припадає 11,5% (до війни 13,1%) світової торгівлі.

Найбільше війна в Україні вплинула на прибутковість українського виробника через зростання логістичних ризиків і витрат. На ринку кукурудзи визначальним є рівень ціни пропозиції. Завдяки розвитку альтернативних логістичних шляхів (через сухопутний кордон з ЄС та дунайські порти) Україні вдалося зберегти темпи експорту

кукурудзи та основні ринки збуту (ЄС, Китай та Єгипет). Частка наземного транспорту зросла в 60 разів до 6,6 млн. тонн або понад 25% від загального експорту в 2022/23 МР.

Чорноморська зернова ініціатива, а згодом і власний зерновий коридор дозволили максимально використати потужності глибоководних портів Одеса, Чорноморськ і Південний.

Таблиця 1.

Баланс кукурудзи в Україні

Показник, млн. т				5MY	10MY	20MY
	2021/22	2022/23	2023/24	Avg*	Avg*	Avg*
Початкові запаси	0.5	11.0	4.5	1.4	1.2	1.0
Виробництво	42.0	27.0	30.5	30.8	28.0	18.0
експорт	25.0	28.5	29.5	24.5	20.6	11.6
Споживання	6.5	5.0	5.0	6.5	7.4	6.4
Кінцеві запаси	11.0	4.5	0.5	1.2	1.2	1.0
Запаси до споживання в Україні, %	34.9	13.4	1.4	3.9	4.3	5.6
Запаси до споживання в Світі, %	22.4	22.4	23.0	22.7	24.7	19.8

*до війни

Джерело: власні розрахунки

Війна сильно обмежила можливості України експортувати зерно. Прогнозується, що чистий експорт кукурудзи з України буде повільно зростати, досягнувши +5% від рівня 2021/22 до 2033/34. У 2023/24 роках змодельована територія України приблизно на 21% менша, ніж середній показник за п'ять років у 2021/22 роках.

Згідно з цим припущенням, оцінки експорту кукурудзи на 2023/24 МР можуть сягнути 29,5 млн. тонн, що на 7% вище в порівнянні з оцінкою 2022/23 МР (28,5 млн. тонн).

Виявлено тенденцію подальшого зростання виробництва та експорту кукурудзи в Україні попри війну. Найбільше війна в Україні вплинула на прибутковість українського виробника через зростання логістичних ризиків і витрат. На ринку кукурудзи визначальним є рівень ціни пропозиції. Досліджено, що завдяки розвитку альтернативних логістичних маршрутів вдалося запобігти значному зниженню експорту зерна. З урахуванням вжитих заходів для забезпечення експорту розроблено прогноз балансу кукурудзи. Згідно з припущенням, експорт кукурудзи на 2023/24 МР може сягнути 29,5 млн. тонн, що на 7% більше порівняно з оцінкою 2022/23 МР у 28,5 млн. тонн. Проте протягом наступного десятиліття очікується лише помірний експорт

Незважаючи на війну та ускладнення експортної логістики, Україна, ймовірно, залишиться в четвірці найбільших експортерів кукурудзи протягом наступних 10 років.

Ціни на світовому ринку кукурудзи в основному знизилися в 2023 році і, за прогнозами, залишаться нижче вищих рівнів, які спостерігалися в 2022 році, протягом наступних 10 років.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> [дата звернення: 29.12.2023].
2. Сайт Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства України. [URL: <https://minagro.gov.ua/news/zhniva-2023-v-ukrayini-namolocheno-792-mln-tonn-novogo-vrozhayu>]
3. Зовнішня торгівля продуктами АПК України. [URL: https://public.tableau.com/app/profile/fsuw/viz/v1_Export_of_Agriproducts_v2/Dashboard1]
4. USDA United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service URL: [<https://www.fas.usda.gov/regions/Ukraine>, дата звернення: 25.12.2023]
5. USDA United States Department of Agriculture Economic Research Service [URL: <https://www.ers.usda.gov/topics/crops/corn-and-other-feed-grains>, дата звернення: 25.12.2023]
6. FAO Cereal Supply and Demand Brief. [URL: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/en/> дата звернення: 25.12.2023].
7. Стратегічні орієнтири розвитку ринку зерна та механізму його регулювання. А.Д. Діброва, Л.В. Діброва, Я.О. Крилов, М.А. Діброва. Економіка АПК. 2019. [№ 6. С. 26-35]
8. А.Д. Діброва. Механізм внутрішньої підтримки виробництва кукурудзи в Україні та інших державах – основних виробниках і експортерах. Підприємство, господарство і право. 2006. [№10. С. 176-180.]
9. С.М. Кваша, С.О. Григор'єв. Сутність та особливості аграрного ринку. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2016. [Т. 21. Вип. 8. С. 56-59].

© Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності, факультет
аграрного менеджменту НУБіП України, 2024
© Автори, 2024