

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Уханова Інна Олегівна,
“ ____ ” _____ 20__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»
на тему:
УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ
«АГРОСТАР ЕКСПОРТ»)

Виконавець:
студентка ФМЕ, гр.43М
Вольська Олександра Іванівна

/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Міндова Олена Ігорівна

/підпис/

АНОТАЦІЯ

Вольська О. І. Удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства (на прикладі ТОВ «Агростар Експорт»).

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024 рік.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес здійснення сільськогосподарським підприємством експортної діяльності.

У роботі визначена сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства, з'ясовані чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства, розглянуті методичні підходи щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства.

Здійснена організаційно-економічна характеристика ТОВ «Агростар Експорт», проаналізовані показники експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт», проведена оцінка чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт».

Розроблені напрями підвищення експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт», обґрунтовані можливості експорту ТОВ «Агростар Експорт» органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу.

Ключові слова: експорт, сільськогосподарське підприємство, аналіз, експортний потенціал, удосконалення, органічна продукція, Європейський Союз.

ANNOTATION

Volska O. I. Improving the export activity of an agricultural enterprise (on the example of LLC «Agrostar Export»).

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 292 «International Economic Relations» under the educational program «International Economic Relations». – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2024.

The bachelor's qualification work consists of three sections. The object of the study is the process of export activity by an agricultural enterprise.

In the work, the essence of the export activity of an agricultural enterprise is defined, the factors influencing the export activity of an agricultural enterprise are clarified, methodical approaches to improving the export activity of an agricultural enterprise are considered.

The organizational and economic characteristics of LLC «Agrostar Export» were carried out, the indicators of the export activity of LLC «Agrostar Export» were analyzed, the factors influencing the current state of export activity of LLC «Agrostar Export» were evaluated.

Directions for increasing the export potential of LLC «Agrostar Export» have been developed, substantiated opportunities for LLC «Agrostar Export» export of organic agricultural products to the countries of the European Union.

Key words: export, agricultural enterprise, analysis, export potential, improvement, organic products, European Union.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства	7
1.2. Чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства	13
1.3. Методичні підходи щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства	21
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОСТАР ЕКСПОРТ»	28
2.1. Організаційно-економічна характеристика сільсько-господарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»	28
2.2. Аналіз показників експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»	38
2.3. Оцінка чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»	47
Висновки до розділу 2	53
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОСТАР ЕКСПОРТ»	54
3.1. Напрями підвищення експортного потенціалу сільсько-господарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»	54
3.2. Обґрунтування можливостей експорту органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу	64
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному глобалізованому світі удосконалення експортної діяльності для українських сільськогосподарських підприємств має велике значення. Це обумовлено тим, що експорт дозволяє сільськогосподарським підприємствам вийти на більш широкі ринки за межами власної країни, що особливо актуально для України з обмеженим внутрішнім попитом на сільськогосподарську продукцію. Також продаж продукції на іноземних ринках може допомогти сільськогосподарським підприємствам стабілізувати доходи, оскільки ризики розподіляються між кількома ринками. При цьому, слід відзначити, що експортні ринки часто вимагають вищої якості продукції та новітніх технологій, що відповідно стимулює інноваційний розвиток сільськогосподарських підприємств, а сертифікація продукції для експорту підвищує довіру до сільськогосподарських підприємств на міжнародному рівні. Експорт також спонукає сільськогосподарські підприємства до розробки та реалізації довгострокових стратегій розвитку. Збільшення експорту може стимулювати сільськогосподарські підприємства здійснювати інвестиції в автоматизацію, розширення виробничих потужностей та покращення якості продукції. Отже, удосконалення експортної діяльності відкриває для сільськогосподарських підприємств не тільки фінансові та економічні переваги, але й стимулює їх інституційний та технологічний розвиток.

Дослідженню теоретичних та практичних засад експортної діяльності підприємств присвячено багато наукових праць вчених-економістів. Зокрема, цю проблему вивчали Т. І. Алексєєва, С. А. Аль-Оста, В. П. Андришин, Л. М. Березіна, Н. О. Вацик, Б. О. Волков, М. І. Григор'єва, А. С. Долгова, Е. А. Зінь, О. А. Кириченко, О. І. Коблянська, Ю. Г. Козак, В. В. Козик, О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, А. В. Нікітіна, Л. Л. Носач, О. Л. Ортинська, О. М. Петухова, Т. В. Подольська, І. В. Сидоришина, Р. М. Скриньковський, Т. М. Циганкова та інші. Однак, при цьому, в науковій літературі недостатньо уваги приділено експортній діяльній безпосередньо сільськогосподарських підприємств.

Мета кваліфікаційної роботи – провести дослідження сучасного стану та шляхів удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства на прикладі ТОВ «Агростар Експорт».

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних дослідницьких завдань:

- 1) визначити сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства;
- 2) з'ясувати чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства;
- 3) розглянути методичні підходи щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства;
- 4) здійснити організаційно-економічну характеристику сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»;
- 5) проаналізувати показник експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»;
- 6) провести оцінку чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» ;
- 7) розробити напрями підвищення експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»;
- 8) обґрунтувати можливості експорту ТОВ «Агростар Експорт» органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу .

Об'єктом дослідження є процес здійснення сільськогосподарським підприємством експортної діяльності.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства.

Методи дослідження. У процесі написання кваліфікаційної роботи були використані як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження. Так, під час вивчення теоретико-методичних засад удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства були застосовані такі методи, як аналіз економічної літератури, синтез, системно-структурний метод, метод ключових

понять, порівняння та групування. В процесі проведення аналізу сучасного стану експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» були використані економіко-статистичний метод, горизонтальний та вертикальний аналіз, індексний метод, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, а також табличний та графічний методи. Під час обґрунтування шляхів удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» були застосовані експертний метод, наукове абстрагування, проектний метод та узагальнення отриманих результатів.

Інформаційну базу дослідження склали наукові періодичні публікації, монографічні видання українських вчених в сфері міжнародної економіки, нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій та досліджень, електронні ресурси світової мережі Internet, фінансова та статистична звітність сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт», а також результати власних досліджень.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра були опубліковані така стаття:

1. Вольська О.І., Міндова О.І. Удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства. Збірник наукових праць кафедри міжнародних економічних відносин ОНЕУ «Світова економіка та міжнародні економічні відносини». Випуск 5. 2024 (у друці).

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднують вісім підрозділів, висновків, списку використаних джерел із 51 найменування. Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок. Основний зміст викладено на 74 сторінках. Робота містить 16 таблиць та 22 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства

До ключових елементів економіки України, безумовно, належить агропромисловий комплекс, базою якого є сільськогосподарське виробництво. Крім того, саме сільське господарство сприяє забезпеченню населення продуктами харчування, а різні виробництва – сировиною, що обумовлює формування продовольчої безпеки держави. В Україні існує досить значний сільськогосподарський потенціал, оскільки саме на її території перебуває велика частка земель, що обробляються, в тому велика частина всіх чорноземів світу. Крім того, на території України спостерігаються значні ландшафтні та кліматичні відмінності, що забезпечує необхідні умови для максимального розширення спектру вирощування сільськогосподарських культур і розведення тварин, а це, в свою чергу, зумовлює зростання можливостей для експорту сільськогосподарської продукції на світовий ринок. Отже, можна стверджувати, що «сільське господарство є пріоритетною та експортно-орієнтованою галуззю національної економіки» [44, с. 102].

Враховуючи вищевикладене слід відзначити, що в умовах глобалізації світового господарства, коли поступово згладжуються економічні кордони між країнами, особливого значення для розвитку національної економіки набуває зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів сільськогосподарського сектору в контексті здійснення експортних операцій. Адже просування вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовий ринок дає можливість розширити ринки збуту для національного товаровиробника і збільшити його дохід, що матиме позитивні зміни як для самого сільськогосподарського підприємства, так і для держави в цілому.

Огляд економічної наукової літератури дозволив виявити різні підходи до визначення сутності категорії «експортна діяльність сільськогосподарського підприємства», які мають свої переваги та недоліки у застосуванні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Наукові підходи до визначення поняття

«експортна діяльність сільськогосподарського підприємства»

Автор	Сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства
Н. Є. Скоробогатова	Це операції сільськогосподарського підприємства, які передбачають продаж та вивезення товарів агропромислового призначення за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту.
О. А. Кириченко	Це діяльність сільськогосподарського підприємства, яка спрямована на реалізацію та вивезення за межі держави сільськогосподарської продукції для передачі їх у власність іноземному контрагенту, при цьому для сільськогосподарського підприємства не має значення, що покупець робитиме з цією продукцією.
Н. С. Дука, Е. А. Зінь	Це комплекс операцій з продажу продукції сільськогосподарського призначення вітчизняними суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення сільськогосподарської продукції за межі митного кордону, включаючи реекспорт сільськогосподарської продукції через митний кордон держави.
Т. М. Циганкова	Це діяльність сільськогосподарського підприємства, яка направлена на вивіз виробленої продукції з митної території країни за кордон без зобов'язання її зворотного ввозу.
О. І. Коблянська, Ю. В. Сліпченко	Це комерційна діяльність сільськогосподарського підприємства, що пов'язана з продажем та вивезенням за кордон агропромислової продукції для передачі її у власність іноземному контрагенту.
В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як	Це операції, які передбачають продаж та вивезення сільськогосподарської продукції за кордон для її передачі у власність іноземному контрагенту. Експортна діяльність виступає складовою зовнішньої торгівлі і є для сільськогосподарського підприємства важливим джерелом отримання прибутку.
О. Л. Ортинська, А. В. Череп	Це комплекс дій, господарська діяльність, організована в послідовність певних етапів та функцій щодо виходу сільськогосподарського підприємства на зовнішній ринок.
В. Є. Єрмаченко, С. В. Лабунська, О. Г. Малярєвська	Це продаж сільськогосподарської продукції українськими суб'єктами ЗЕД (резидентами) іноземним суб'єктам господарської діяльності (нерезидентам), враховуючи оплату у негрошовій формі, з вивезенням чи без вивезення сільськогосподарської продукції через митний кордон держави, включаючи реекспорт.
Н. О. Вацик	Це зовнішньоекономічна операція, що проводиться сільськогосподарським підприємством, яка передбачає його залучення до міжнародного бізнесу та характеризуються мінімальними зобов'язаннями та ризиком для ресурсів сільськогосподарського підприємства.
Р. М. Скриньковський, О. В. Ключак, О. С. Процевят	Це реалізація суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на зовнішньому ринку певного обсягу сільськогосподарської продукції, виробленої на території національної держави.
О. Г. Мельник, М. Я. Нагірна	Це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж сільськогосподарської продукції з обов'язковим її переміщенням через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції партнеру з-за кордону.

Джерело: складено автором за даними [46; 21; 18; 50; 22; 25; 38; 17; 8; 48]

Проведений аналіз показав, що кожен підхід до трактування сутності експортної діяльності сільськогосподарського підприємства має свої особливості і може використовуватись у конкретних цілях.

В даній роботі під експортною діяльністю сільськогосподарського підприємства в цілому будемо розуміти сукупність дій з боку підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, пов'язану з проведенням організаційних заходів з підготовки та продажу сільськогосподарської продукції іноземним суб'єктам господарювання. Відповідно можна стверджувати, що експортна діяльність сільськогосподарського підприємства – це процес продажу сільськогосподарської продукції за межами власної країни з метою отримання прибутку та розширення ринків збуту.

Для того, щоб повніше зрозуміти сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства, необхідно визначити, що ж змушує його виходити на зарубіжні ринки, тобто які основні мотиви проведення експортної діяльності (рис. 1.1).

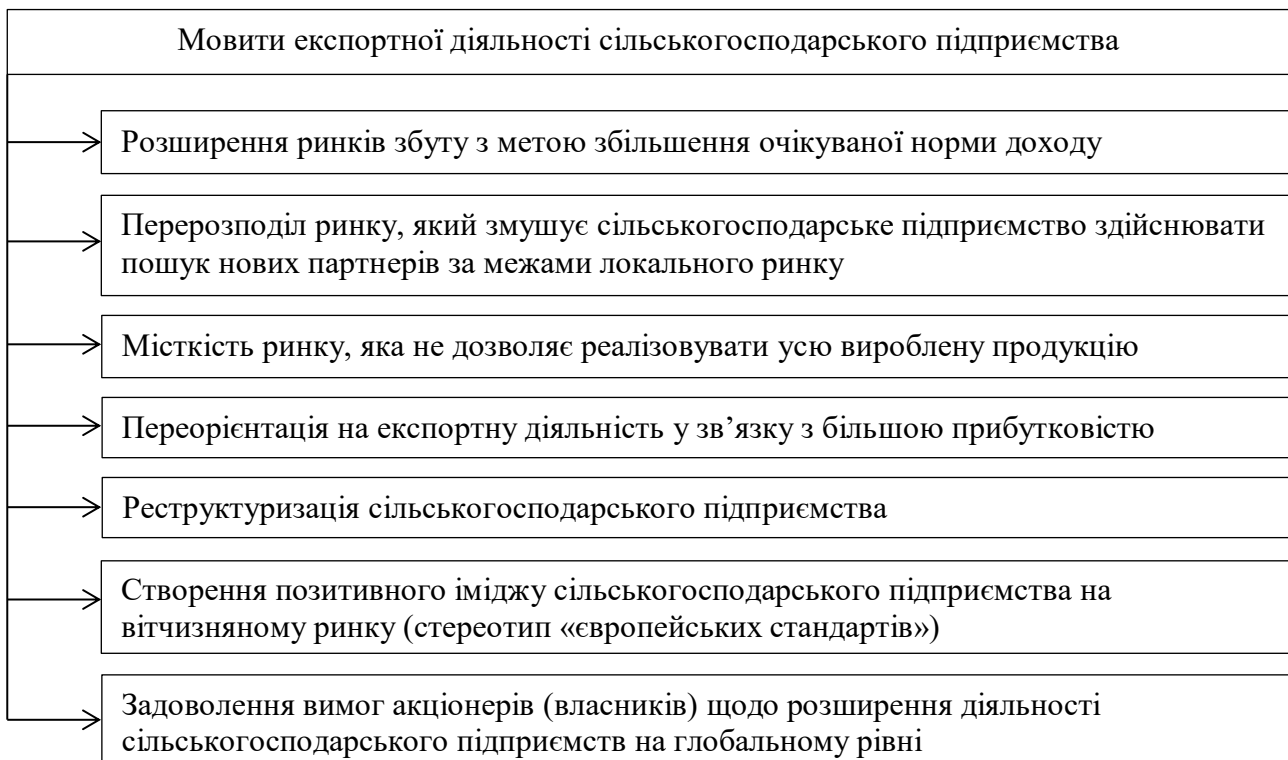


Рис. 1.1. Основні мотиви здійснення сільськогосподарським підприємством експортної діяльності

Джерело: складено автором за даними [29; 23; 9; 45]

При цьому, організаційно-економічну сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства можна розглядати за такими аспектами:

1. Розширення ринків збуту. Експорт дозволяє сільськогосподарським підприємствам розширити свій ринок збуту, залучити нових клієнтів та покупців за кордоном. Це особливо важливо у зв'язку з можливістю компенсування внутрішніх ринкових коливань та забезпечення стабільної попиту на сільськогосподарську продукцію.

2. Диверсифікація ризиків. Експорт дозволяє зменшити економічні ризики для сільськогосподарських підприємств, оскільки вони не залежать виключно від внутрішнього ринку. Різноманітність ринків збуту допомагає зменшити вплив таких факторів як погода, врожайність, політична обстановка тощо.

3. Отримання додаткових доходів. Експорт дозволяє сільськогосподарським підприємствам отримувати додаткові прибутки внаслідок продажу своєї продукції за кордоном. Це може бути особливо важливим для сільськогосподарських підприємств у періоди надмірної виробничої потужності чи низьких цін на внутрішньому ринку.

4. Підвищення конкурентоспроможності. Експорт змушує сільськогосподарські підприємства підвищувати якість своєї продукції, вдосконалювати технології та пристосовувати свої виробничі процеси до міжнародних стандартів. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на світовому ринку.

5. Технологічний обмін. Експорт може включати в себе обмін технологіями та інноваціями між сільськогосподарськими підприємствами різних країн. Це сприяє впровадженню нових методів виробництва та підвищенню продуктивності.

Отже, за своїм характером експортна діяльність сільськогосподарського підприємства є економічною категорією, що втілює розвиток економічних відносин в національному і міжнародному прояві. Відповідно, експортну діяльність сільськогосподарського підприємства можна трактувати як систему відносин, що виникають між економічними суб'єктами в процесі виробництва,

розподілу, обміну та споживання сільськогосподарської продукції на зарубіжних ринках. При цьому, основні види сільськогосподарської продукції, які поставляються агропромисловими підприємствами на експорт, можуть бути згруповані наступним чином (рис. 1.2).

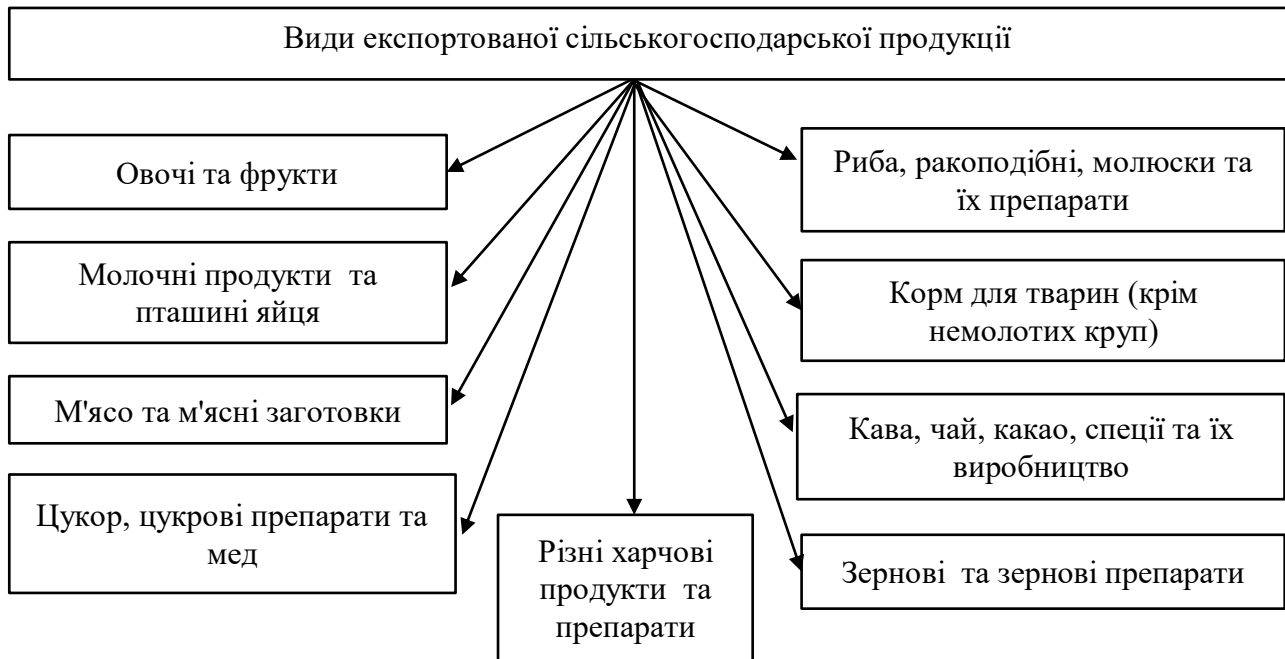


Рис. 1.2. Види продукції сільськогосподарських підприємств, що виступають об'єктами експортної діяльності

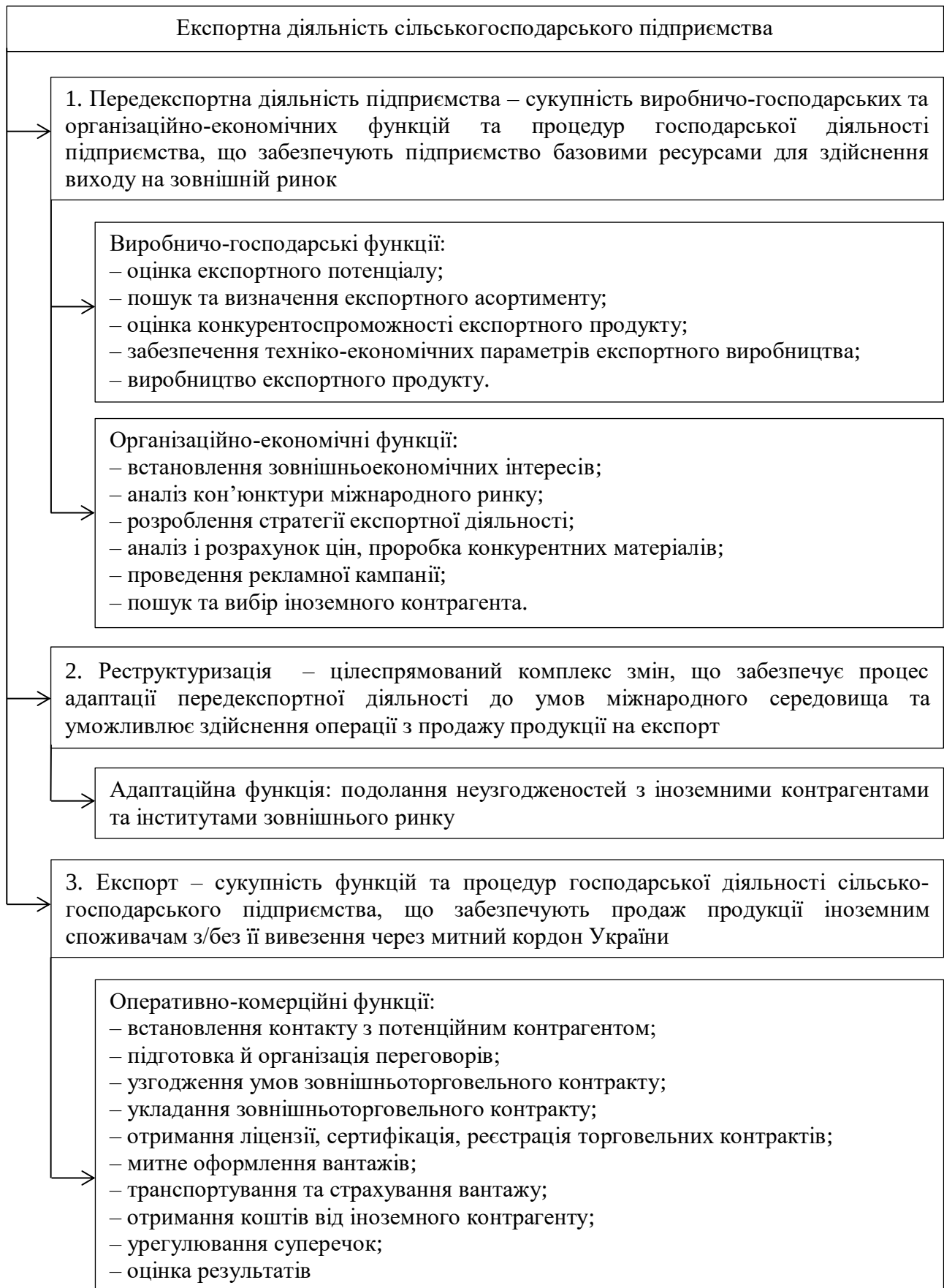
Джерело: складено автором за даними [36, с. 681]

Ураховуючи вищезазначене, сутність експортної діяльності сільськогосподарського підприємства можна представити у вигляді моделі з трьома компонентами, структурними елементами якої виступають:

1) передекспортна діяльність – базові ресурси сільськогосподарського підприємства, якими забезпечено виконання виробничо-господарських та організаційно-економічних функцій та процедур господарської діяльності на внутрішньому ринку та планування його виходу на зовнішній ринок;

2) реструктуризація – засіб адаптації сільськогосподарського підприємства до зовнішнього середовища за рахунок змін в організаційній структурі та функціональних сферах діяльності підприємства;

3) експорт – безпосередньо продаж сільськогосподарської продукції українськими суб'єктами ЗЕД іноземним споживачам (рис. 1.3).



**Рис. 1.3. Структурна трикомпонентна модель експортної діяльності
сільськогосподарського підприємств**

Джерело: складено автором за даними [2, с. 216]

Отже, під структурною трикомпонентною моделлю експортної діяльності сільськогосподарського підприємства слід розуміти склад та послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації та експорту, сукупність відповідним цим стадіям функцій (виробничо-господарські, організаційно-економічні, адаптаційні, оперативно-комерційні), реалізація яких дозволяє сільськогосподарському підприємству здійснювати керовану, систематичну та ефективну експортну діяльність.

1.2. Чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства

Експортна діяльність сільськогосподарських підприємств здійснюється на рівні виробничо-збутових структур та орієнтована на отримання певного розміру прибутку. При цьому експортна діяльність сільськогосподарських підприємств виступає складовою частиною виробничо-комерційної діяльності цих суб'єктів господарювання та характеризується самодостатністю у виборі іноземних партнерів, номенклатури сільськогосподарської продукції, встановлення цін, обсягів та строків поставок. У зв'язку з цим важливої ролі набуває визначення чинників, що впливають на здійснення та розвиток експортної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Слід відзначити, що згідно довідниковій літературі поняття «чинник» розглядається як «умова, рушійна силу будь-якого процесу або явища» [7, с. 1314]. За іншим довідниковим джерелом: чинник – це «суттєва обставина в будь-якому явищі, процесі, вихідна складова будь-чого» [16, с. 923].

Експортна діяльність сільськогосподарських підприємств піддається впливу різноманітних чинників, які можна класифікувати за різними критеріями. Однак, найпоширенішою класифікацією чинників, що впливають на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств є їх поділ за ступенем охоплення середовища впливу – чинники внутрішнього середовища та чинники зовнішнього середовища.

Так, наприклад, до чинників впливу внутрішнього середовища на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна віднести:

- 1) виробничі можливості підприємства (рівень виробництва, якість та види сільськогосподарської продукції визначають можливості для експорту);
- 2) технічна оснащеність (стан та рівень технічної оснащеності підприємства впливає на ефективність та конкурентоспроможність продукції);
- 3) якість сільськогосподарської продукції (дотримання міжнародних стандартів якості та безпеки є ключовим фактором для експортного успіху);
- 4) маркетинг та брендінг (здійснення маркетингових досліджень та розробка ефективних стратегій просування продукції на міжнародних ринках визначають ефективність експортної стратегії підприємства);
- 5) система збуту (ефективне управління ланцюгом збуту є важливим фактором для забезпечення своєчасності постачання продукції на експорт).

Також до чинників внутрішнього середовища, які впливають на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна додати:

- 1) основні цілі та завдання експортної діяльності;
- 2) інформаційну базу експортної діяльності;
- 3) ресурсне забезпечення експортної діяльності;
- 4) технологію виробництва експортної продукції тощо [31, с. 65].

Внутрішні чинники впливу на експортні поставки пов'язані з діяльністю сільськогосподарського підприємства, його зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією, об'єктивними та психологічними характеристиками менеджменту. У зв'язку з цим, до внутрішніх факторів впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства можна віднести також наявність або нестачу фінансових ресурсів на підприємстві, новітніх технологій, систему контролю якості продукції та процесів, персоналу зі значним досвідом роботи, науково-дослідну базу підприємства.

Вважаємо, що найбільш прийнятним підходом до класифікації чинників впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств є їх поділ на організаційні, виробничі, технологічні, маркетингові та трудові (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Внутрішні чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства

Група внутрішніх чинників	Види внутрішніх чинників
Організаційні чинники	– розмір сільськогосподарського підприємства; – організаційна структура сільськогосподарського підприємства
Виробничі чинники	– наявність достатньої кількості ресурсів для виробничої діяльності; – рівень якості сільськогосподарської продукції
Технологічні чинники	– рівень технологічного забезпечення; – відповідність міжнародним нормам та стандартам; – проведення наукових досліджень та розробок
Маркетингові чинники	– інформаційна забезпеченість; – застосування маркетингових досліджень; – наявність стратегії експорту; – наявність стратегії ціноутворення; – наявність стратегії просування сільськогосподарської продукції; – вибір ринків збуту та каналів розповсюдження; – планування та організація експортної діяльності
Трудові чинники	– кваліфікація персоналу; – рівень продуктивності праці; – оцінка результатів праці та стимулювання; – плинність кадрів на підприємстві

Джерело: складено автором за даними [3, с. 36]

Отже, внутрішні чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства – це чинники, що безпосередньо пов’язані з його функціонуванням, які передбачають внутрішнє формування підприємства, можуть впливати як позитивно, так і негативно на розвиток експортних поставок.

В свою чергу зовнішні чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства виникають у зовнішньому середовищі по відношенню до підприємства та впливають на розвиток експортної діяльності підприємства ззовні. Чинники цього типу не піддаються контролю з боку менеджменту сільськогосподарського підприємства.

Так, наприклад, до чинників впливу зовнішнього середовища на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна віднести:

1) рівень світових цін на сільськогосподарську продукцію (зміни у світових цінах на сільськогосподарські товари можуть впливати на прибутковість експортної діяльності);

2) рівень попиту на сільськогосподарських ринках (зміни в попиті на

міжнародних ринках визначають споживчий інтерес до сільськогосподарської продукції);

3) торговельні обмеження (тарифи, квоти та інші торговельні бар'єри можуть обмежувати доступ сільськогосподарських підприємств до деяких ринків);

4) конкуренція на міжнародних ринках сільськогосподарської продукції (її високий рівень негативно впливає на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств);

5) валютні ризики (зміни валютних курсів можуть впливати на прибутковість експортних операцій);

6) політичні та правові фактори (політична та правова стабільність в країні є важливим чинником для успішної експортної діяльності).

В свою чергу, вчені О. Г. Мельник та М. Я. Нагірна до чинників впливу зовнішнього середовища на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств зараховують: економічну ситуацію в країнах експортера та контрагентів; політико-правові обставини; імпортерів-споживачів сільськогосподарської продукції; постачальників тощо [31, с. 65].

Науковці Л. Г. Ліпич та А. О. Фатенок-Ткачук до чинників впливу зовнішнього середовища на діяльність сільськогосподарських підприємств в сфері експортних поставок відносять: політико-правові чинники, загальноекономічні чинники, законодавчі чинники, адміністративні чинники, природно-кліматичні чинники, психологічно-соціальні чинники, технологічні чинники, історичні чинники, а також чинники стандартизації та взаємозамінності [30, с. 30].

За місцем виникнення зовнішні чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств включають в себе характеристики галузі, внутрішніх та експортних ринків. До них належать можливість виходу підприємства на світовий ринок і жорстка конкуренція, диференціація попиту та пропозиції, досконалість державної системи регулювання зовнішньо-торговельної діяльності (стимулюючі програми розвитку експортного виробництва, оформлення нульової ставки ПДВ та ін.).

В цілому всю сукупність зовнішніх чинників впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна розділити на чинники, що виникають у зовнішньому макросередовищі та зовнішньому мікросередовищі. Так, зовнішні чинники макросередовища – це чинники, що виникають у результаті державної політики на галузевому, державному чи міжнародному рівнях. Вони представлені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Зовнішні чинники макросередовища, що здійснюють вплив на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства

Група чинників	Види чинників
Макроекономічні чинники	– рівень і темп інфляції; – інвестиційний та інноваційний клімат; – розвиненість ринкової інфраструктури
Державно-адміністративні чинники	– державне регулювання та державна підтримка; – експортні бар'єри; – бюрократизація
Нормативно-правові чинники	– нормативно-правова база регулювання ЗЕД; – наявність міжнародних договорів про співробітництво; – рівень громадського контролю за діяльністю правової системи
Соціальні (демографічні) чинники	– вікова та кваліфікаційна структура населення; – рівень безробіття населення; – рівень життя населення; – міграційні процеси; – національний стереотип ведення бізнесу; – наявність національного менталітету
Наукові чинники	– технологічний та технічний рівень; – автоматизація виробництва; – кількість винаходів, патентів
Політичні чинники	– політична стабільність в країні; – політична ситуація в країні; – військові конфлікти в країні; – політичні реформи в країні
Природно-кліматичні чинники	– географічне положення; – кліматичні умови; – забезпеченість природними ресурсами; – сезонність продукції; – стихійні лиха
Соціально-культурні чинники	– середній рівень освіти населення; – рівень володіння населення іноземними мовами, інформаційними технологіями; – забезпеченість населення закладами культури
Екологічні чинники	– параметри екосистеми країни; – рівень витрат з бюджету на охорону навколишнього середовища; – тенденції застосування вторинної переробки сировини

Джерело: складено автором за даними [3, с. 37]

В свою чергу, зовнішні чинники мікросередовища, що здійснюють вплив на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств, це чинники, які

виникають внаслідок діяльності конкурентів, обслуговування споживачів, тобто з'являються і діють на рівні сільськогосподарських підприємств (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Зовнішні чинники мікросередовища, що здійснюють вплив на експортну діяльність сільськогосподарського підприємства

Група чинників	Види чинників
Фінансові чинники	– мотивація; – державна політика щодо покращення інвестиційної привабливості; – підтримка ліквідності та забезпечення платоспроможності
Галузеві чинники	– інтенсивність технологічного розвитку сільськогосподарської галузі; – конкурентоспроможність товарів конкурентів; – організаційно-технічний рівень конкурентів; – ринкова стратегія конкурентів; – загроза чи можливість приходу нових конкурентів; – можливість появи товарів-замінників
Економічні чинники	– стан банківської системи; – наявність системи кредитування та страхування експорту; – наявність консалтингових та маркетингових компаній (послуг); – рівень цін на ресурси; – якість ресурсів
Технічні чинники	– діяльність науково-дослідних установ; – рівень технічного забезпечення; – доступність засобів комунікації та інформації
Інформаційно-освітні чинники	– можливості підготовки спеціалістів ЗЕД; – заходи з поліпшення взаємозв'язків з контактною аудиторією

Джерело: складено автором за даними [3, с. 38]

Слід відзначити, що в науковій літературі [31; 47; 5] існують й інші підходи до класифікації чинників, що здійснюють вплив на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств.

Так, за ступенем керованості чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна поділити на три групи:

1) об'єктивні, що не дозволяють суб'єкту господарювання впливати через чинник на економіку експортної діяльності (наприклад, податки, мита, тарифи на трубопровідний та залізничний транспорт, ціни на світовому ринку);

2) суб'єктивні, у яких підприємство може впливати на економіку експортної діяльності, вибираючи альтернативні варіанти (наприклад, фрахт, оренда транспорту, навантаження в портах, а також тарифні та нетарифні бар'єри на ринку, які можуть вплинути на міжнародні переговори);

3) кон'юктурні, що відображають суб'єктивні фактори, які виникають у

певний момент часу (наприклад, арбітраж).

За характером визначення чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств поділяються на:

1) кількісні (кількість продукції експорту, кількість персоналу зі значним досвідом і знанням ЗЕД, кількість конкурентів тощо);

2) якісні (середньорічний обсяг сільськогосподарських товарів, вивезених із країни).

За інтенсивністю чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств можна згрупувати на:

1) основні (економічні, політичні, географічні, наукові тощо);

2) другорядні (соціально-демократичні, психологічні тощо).

За кількістю об'єктів чинники впливу на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств класифікується на:

1) інтегральні (діють на декілька параметрів зміни обсягу експорту);

2) селективні (діють на один параметр зміни обсягу експортних поставок).

Слід звернути увагу й на чинники, що здійснюють негативний вплив на експортну діяльність сільськогосподарських підприємств. Так, в рамках здійснення зовнішньої торгівлі сільськогосподарські підприємства часто стикаються із низкою серйозних проблем, причому деякі із них притаманні експорту в цілому, а деякі – саме сільськогосподарській галузі. Серед них можна виділити такі:

1. Абсолютна залежність від попиту на сільськогосподарську продукцію на зовнішніх ринках. Ця проблема характерна для будь-якої сфери експорту, тому що без наявності відповідного попиту підприємству просто нема кому продавати свої товари. Якщо у зв'язку з будь-якими причинами попит по всьому світу або в окремій країні-партнері значно впаде, то сільськогосподарське підприємство не зможе реалізувати запланований обсяг продукції і зазнає певних збитків, а коли попит різко зростає, підприємство може просто не встигнути виробити достатню кількість товару, для того щоб покрити понесені збитки, що також може призвести до виникнення труднощів у взаєминах з іноземними партнерами.

2. Сильна залежність сільськогосподарського підприємства від ціни на його продукцію на зовнішніх ринках. По суті, підприємство не може абсолютно самостійно встановити ціну на свій товар навіть у тому випадку, якщо всередині країни вона є прийнятною, оскільки при виході на експорт продукції за занадто високою ціною попиту просто не буде, а дуже низька ціна може викликати недовіру у партнерів щодо якості товарів, що поставляються.

3. Значний рівень конкуренції як у країні, і на міжнародній арені. Продукція вітчизняного АПК є досить конкурентоспроможною як у рамках внутрішньої торгівлі, так і зовнішньої, проте сільське господарство є однією з конкурентних сфер економіки. Тобто для сільськогосподарських підприємств постійно існують ризики, пов'язані з тим, що інші підприємства можуть стати більш конкурентоспроможними в будь-якому напрямку і тим самим підвищать свою привабливість для іноземних партнерів.

4. Досить складні процеси отримання дозвільної документації, сертифікації сільськогосподарської продукції та реалізації інших важливих процедур під час експорту товарів. Ця проблема є характерною не тільки для агропромислового комплексу, але й для інших галузей економіки, і вирішити її сільськогосподарському підприємству самостійно неможливо.

5. Висока вартість запровадження інновацій, необхідних для збільшення конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках. Крім того, оновлення парку сільськогосподарської техніки та обладнання також є дуже дорогим процесом, який необхідний для підвищення ефективності виробництва. Це негативно позначається як на якості сільськогосподарської продукції, так і на її собівартості, що важливо для іноземних партнерів.

6. Актуальним є і питання нестачі іноземних інвестицій, що не дає можливості для розвитку технічної та технологічної складових виробництва, а також розширення асортименту та напрямів експортної діяльності [12, с. 116].

1.3. Методичні підходи щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарського підприємства

Експортна діяльність підприємств сільського господарства України, як напрямок їх зовнішньоекономічної діяльності на даний момент часу є досить важливою. При цьому існує низка проблем, що перешкоджають розвитку експорту в сільськогосподарських підприємствах. У зв'язку з цим, доцільно навести ряд методичних підходів щодо удосконалення експортної діяльності підприємств аграрної сфери.

Так, наприклад, вчені А. В. Нікітіна та І. В. Юдіна з метою забезпечення високоефективної моделі експортної діяльності сільськогосподарських підприємств, пропонують наступний комплекс заходів:

- 1) реалізація програми технічного переозброєння сільськогосподарського підприємства за рахунок технічних і технологічних, а також реконструктивно-капітальних заходів;
- 2) зміна структури сільськогосподарської продукції для збільшення питомої ваги випуску найбільш рентабельної продукції;
- 3) зниження питомої ваги бартерних операцій та взаємозаліків;
- 4) формування надійних схем забезпечення сільськогосподарського підприємства сировиною;
- 5) впровадження заходів щодо мінімізації негативного впливу зміни цін на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- 6) оновлення стану обслуговуючих та ремонтних служб сільськогосподарського підприємства відповідно до виробництва та реалізації експортної продукції [34, с. 26-27].

Науковці О. М. Петухова та А. М. Ямкова стверджують, що якщо сільськогосподарське підприємство вибирає варіант прямого продажу своєї продукції на зовнішній ринок, а не через посередника, то йому необхідно організувати експортну службу (відділ ЗЕД). На думку вчених, створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах аграрного сектору виправдано,

якщо: частка експорту сільськогосподарської продукції велика в загальному обсягу; за часом зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно; виробляється продукція з високим рівнем конкурентоспроможності на міжнародних ринках, бажано унікальна за своїми властивостями; існує невисокий рівень конкуренції на відповідному сегменті світового ринку; на сільськогосподарському підприємстві існує необхідна кількість працівників із експортної діяльності [41, с. 51].

З точки зору Т. В. Подольської, досить важливим моментом у зміцненні експортних позицій сільськогосподарського підприємства та його конкурентоспроможності є розширення асортиментного ряду продукції, що експортується, або ж удосконалення якості вже існуючої, оскільки в рамках випуску нових або оновлення існуючих позицій вона стає менш залежною від будь-якого ключового товару, що спрямовується на експорт. Це важливо, оскільки у ситуації різкого падіння чи зростання попиту даний товар сільськогосподарського підприємства може недостатньо пристосуватися до нових умов і зазнати значних збитків. Тому більш диверсифікована структура експорту підвищує безпеку сільськогосподарського підприємства у цьому разі. Також, на думку автора, сьогодні для багатьох сільськогосподарських підприємств важливим пунктом вдосконалення їх експортної діяльності є підвищення якості продукції, управління, виробництва та ведення експортних операцій за допомогою використання останніх технічних, технологічних та управлінських розробок. Так, використання більш ефективних методів випуску продукції, управління та продажу в сукупності з високотехнологічним виробництвом сприяють зростанню ефективності експортної діяльності та скорочення собівартості експортно-орієнтованої продукції [42, с. 408].

В свою чергу, вчені О. М. Петрига, Ю. О. Прус та Т. І. Яворська [40] вважають, що актуальними є і заходи, які спрямовані на зміну якісної структури персоналу сільськогосподарських підприємств, відповідальних за їх експортну діяльність. Сьогодні багато працівників підприємств сільського господарства не мають достатнього рівня кваліфікації, і у разі будь-яких технічних, технологічних

чи управлінських новинок в господарській діяльності їм буде досить складно пристосуватися до нових реалій. У зв'язку з цим доцільно розглянути такий захід, як залучення молодих висококваліфікованих кадрів, що можливо через укладання договорів з університетами. Так, наприклад, сільськогосподарські підприємства можуть забезпечити оплату кількох цільових місць для студентів за спеціальністю ЗЕД за умови обов'язкового подальшого відпрацювання. Також для працюючого персоналу, який пов'язаний із експортною діяльністю, необхідно регулярно проводити курси підвищення кваліфікації.

Що ж до проблем укладання зовнішньоторговельних контрактів, сільськогосподарським підприємствам необхідно за допомогою компетентних юристів та економістів раціонально оцінювати ризики, які можуть супроводжувати кожен із них. Найбільш оптимальними є варіанти укладання договорів з досить відомими іноземними партнерами, які мають перевірену історію та гарну репутацію, але не зациклюватися на якомусь одному регіоні, оскільки це створить залежність від його попиту. У цьому контексті слід погодитись з думкою О. Г. Кубай та Ю. В. Денег, що «експорт сільськогосподарської продукції має бути диверсифікований» [28, с. 89].

Також з точки зору Ю. Г. Козака [24], Л. Л. Носач [35], І. А. Островського [39] та інших вчених, для сільськогосподарських підприємств завжди існує ризик несплати за їх експортовану продукцію, оскільки ряд зовнішньоторговельних договорів передбачає «пост-оплату» за фактом отримання. Це приносить певні проблеми та призводить до непередбачених витрат. Тому сільськогосподарським підприємствам від ведення справ з такими іноземними партнерами краще відмовитися, віддавши перевагу найбільш стабільним та довгостроковим зовнішньоторговельним контрактам.

Слід відзначити, що оскільки у вітчизняних сільськогосподарських підприємств є достатні потужності і можливості для стабільних поставок продукції за кордон і розширення їх обсягів, їм варто звернути увагу на зовнішні ринки, що найбільш активно розвиваються. Такими є ринки країн азіатського регіону. У багатьох із них зараз накопичується достатня кількість фінансів, і вони

активно розвивають свої зовнішні торговельні зв'язки. А оскільки продукція АПК є достатньо затребуваною, вона має всі шанси поборотися за місце на новому ринку. Це призведе не тільки до зростання прибутку та зміцнення конкурентних позицій вітчизняних сільсько-господарських підприємств на світовому ринку, але і створить безліч можливостей для розширення їх господарської діяльності [42, с. 409].

Щодо інноваційного аспекту удосконалення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств, то в економічній літературі розглядається кілька напрямків:

1. Регулярний моніторинг науково-технічних та інших розробок у сфері інноваційного сільськогосподарського виробництва. Крім того, важливо звертати увагу не тільки на найбільш популярні та відомі розробки з-за кордону, але й намагатися використовувати вітчизняні новинки, оскільки вони є найбільш вигідними для вітчизняних сільськогосподарських організацій, а також можуть принести навіть більший економічний прибуток.

2. Постійний розвиток інноваційної діяльності всередині сільськогосподарських підприємств, а також використання зовнішніх можливостей у цій сфері. На більшості вітчизняних сільськогосподарських підприємств відсутній спеціальний підрозділ, який займався б науково-технічними дослідженнями або інноваційним маркетингом, тобто немає окремих фахівців, які могли б займатися виключно питаннями розвитку інноваційного потенціалу для підвищення ефективності експортної діяльності. Раціональним методом може стати впровадження штату співробітників, які займатимуться цим питанням, найкраще молодих спеціалістів, оскільки їхні погляди найчастіше є найсучаснішими та відповідають вимогам ринку.

3. Розвиток усередині аграрних організацій механізмів, форм і методик трансферу інновацій як з наукового середовища, так і з практичного досвіду інших підприємств. Тобто необхідно налагодити відносини з науково-дослідними підприємствами або отримати доступ до певних ліцензій або патентів для того, щоб впровадити інновації у свою діяльність. Безумовно, це вимагатиме певних

витрат на початковому періоді, але економістам підприємства необхідно буде розрахувати терміни окупності та раціональність даних вкладень, виходячи з чого керівництво буде усвідомлювати необхідність та прибутковість цих нововведень у майбутньому періоді.

4. Також необхідний перегляд технологічного забезпечення підприємств, насамперед парку сільськогосподарської техніки, виявлення тих одиниць, які стали найменш ефективними або ж приносять значні витрати, що не перекривають доходи від їхньої діяльності, з метою подальшого оновлення парку сільськогосподарської техніки. Загалом частина сільськогосподарської техніки в українській державі є досить застарілою, що перешкоджає реалізації інноваційного потенціалу та негативно впливає на конкурентоспроможність підприємств особливо щодо тих країн, де є максимально сучасний парк техніки.

5. З метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, конкурентоспроможності сільськогосподарських організацій, а також для того, щоб виділити вітчизняну продукцію агропромислового комплексу на зарубіжних ринках, раціонально впроваджувати нові види продукції, наприклад, у напрямку екологічно чистої або фермерської екопродукції для поставки в зарубіжні екомаркети, на зарубіжні ринки, в кафе та ресторани. Зараз цей напрямок є досить популярним, він цікавий споживачам, але не сильно розвинений у нашій країні. У той же час він з найбільшою імовірністю дасть позитивний економічний ефект, а також в цілому збільшить впізнаваність вітчизняної сільськогосподарської продукції у зарубіжних споживачів [11, с. 18-19].

На основі вищевикладеного можна стверджувати, що удосконалення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств має включати в себе ряд стратегій та дій, спрямованих на підвищення ефективності, конкурентоспроможності та розширення ринків збуту. В табл. 1.5 представлені ключові аспекти, які слід врахувати для удосконалення експортної діяльності підприємств аграрної галузі.

Таблиця 1.5

Напрями удосконалення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств

Сфера	Напрями удосконалення
Маркетинг та дослідження ринку	– проведення досліджень зовнішніх ринків та аналіз попиту на сільськогосподарську продукцію для виявлення нових можливостей; – адаптація маркетингової стратегії до конкретних вимог та особливостей ринків зарубіжних країн.
Якість продукції	– покращення якості сільськогосподарської продукції відповідно до міжнародних стандартів; – отримання сертифікатів якості на продукцію та визнання підприємства як екологічно чистого виробника
Технологічна модернізація	– впровадження новітніх технологій у сільське господарство для підвищення виробничої потужності та зниження витрат; – використання інформаційних систем для ефективного управління виробництвом та логістикою
Логістика та доставка	– оптимізація ланцюга постачання продукції та логістичних процесів; – використання сучасних технологій для відстеження вантажів та оптимізації маршрутів доставки сільськогосподарської продукції
Формування сильного бренду	– створення та підтримка сильного бренду, який визначається якістю та надійністю продукції; – використання бренду для відмінності від конкурентів на міжнародних ринках
Розвиток партнерства	– укладення стратегічних партнерських угод з дистриб'юторами, роздрібними мережами та іншими ключовими гравцями на міжнародних ринках збуту; – активна участь підприємства у міжнародних виставках та ярмарках для залучення нових партнерів
Фінансове управління	– ефективне бюджетування та фінансове планування для забезпечення стійкості та розвитку сільськогосподарського підприємства; – застосування фінансових інструментів для мінімізації валютних ризиків
Розвиток персоналу	– підвищення кваліфікації персоналу шляхом освітніх та тренінгових програм; – вивчення та впровадженню найкращих практик у сфері організації та управління експортною діяльністю
Управління ризиками	– визначення та управління потенційними ризиками, пов'язаними зі змінами валютних курсів, тарифами, політичною ситуацією тощо; – диверсифікація експорту з метою зниження рівня ризику
Соціальна відповідальність	– впровадження етичних стандартів у виробництві та бізнес-практиці; – активна участь підприємства у програмах соціальної відповідальності та сталого розвитку

Джерело: складено автором за даними [13; 4; 15; 6; 1]

Слід відзначити, що постійний аналіз ринкових умов, стратегічне планування та гнучкість в управлінні допоможуть сільськогосподарському підприємству оптимізувати свою експортну діяльність та досягти більшого успіху на міжнародних ринках.

Висновки до розділу 1

1. Експортна діяльність сільськогосподарського підприємства – це сукупність його дій як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, яка пов'язана з проведенням організаційно-економічних заходів з підготовки та продажу виробленої сільськогосподарської продукції іноземним контрагентам.

2. Експортна діяльність сільськогосподарських підприємств піддається впливу різноманітних чинників, які можна класифікувати за різними критеріями: за місцем виникнення, за ступенем керованості, за характером визначення, за інтенсивністю впливу, за періодом дії, за кількістю об'єктів впливу, за результатами впливу тощо.

3. До основних методичних підходів щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств можна віднести: покращення маркетингу та проведення досліджень зовнішніх ринків; підвищення якості експортованої сільськогосподарської продукції; технологічна модернізація виробничих потужностей; оптимізація ланцюгів постачання експортованої сільськогосподарської продукції; створення та підтримка сильного бренду на міжнародних ринках; розвиток партнерства шляхом укладення угод із зарубіжними контрагентами та участі у міжнародних виставках і ярмарках; фінансове планування та мінімізації валютних ризиків; підвищення кваліфікації працівників, які відповідальні за експортну діяльність; зниження рівня ризику шляхом диверсифікація експорту тощо.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОСТАР ЕКСПОРТ»

2.1. Організаційно-економічна характеристика сільсько-господарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»

Об'єктом аналізу в даній роботі виступає українське підприємство ТОВ «Агростар Експорт», яке було створене в 2017 році. Це компанія, яка займається експортними поставками сільськогосподарських товарів (продукції рослинництва; живих сільськогосподарських тварин – великої та малої рогатої худоби, вівців, баранів, свиней; замороженої м'ясної продукції – яловичини та баранини), а також транспортними та експедиторськими послугами з доставки цих товарів. Основні відомості про підприємство подані в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні відомості про підприємство

Показник	Дані
Повне найменування	ТОВ «Агростар Експорт» (LLC Agrostar Export)
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Код ЄДРПОУ	41710898
Індивідуальний податковий номер	417108915536
Юридична адреса	Україна, 65039, місто Одеса, пропект Гагаріна, буд. 12а, оф. 1407
Директор	Балабаш Валентин Сергійович
Статутний капітал	1000000 грн.
Телефон	+38 073 053 73 57
E-mail	agrostar-od@ukr.net

Джерело: складено автором за даними [26; 49]

В статуті ТОВ «Агростар Експорт» наведено досить значний перелік напрямків діяльності, якими може займатися даний суб'єкт господарювання, яке працює на ринку сільськогосподарської продукції. Однак, зареєстрованими в Державній податковій службі України є види господарської діяльності, які представлені на рис. 2.1.

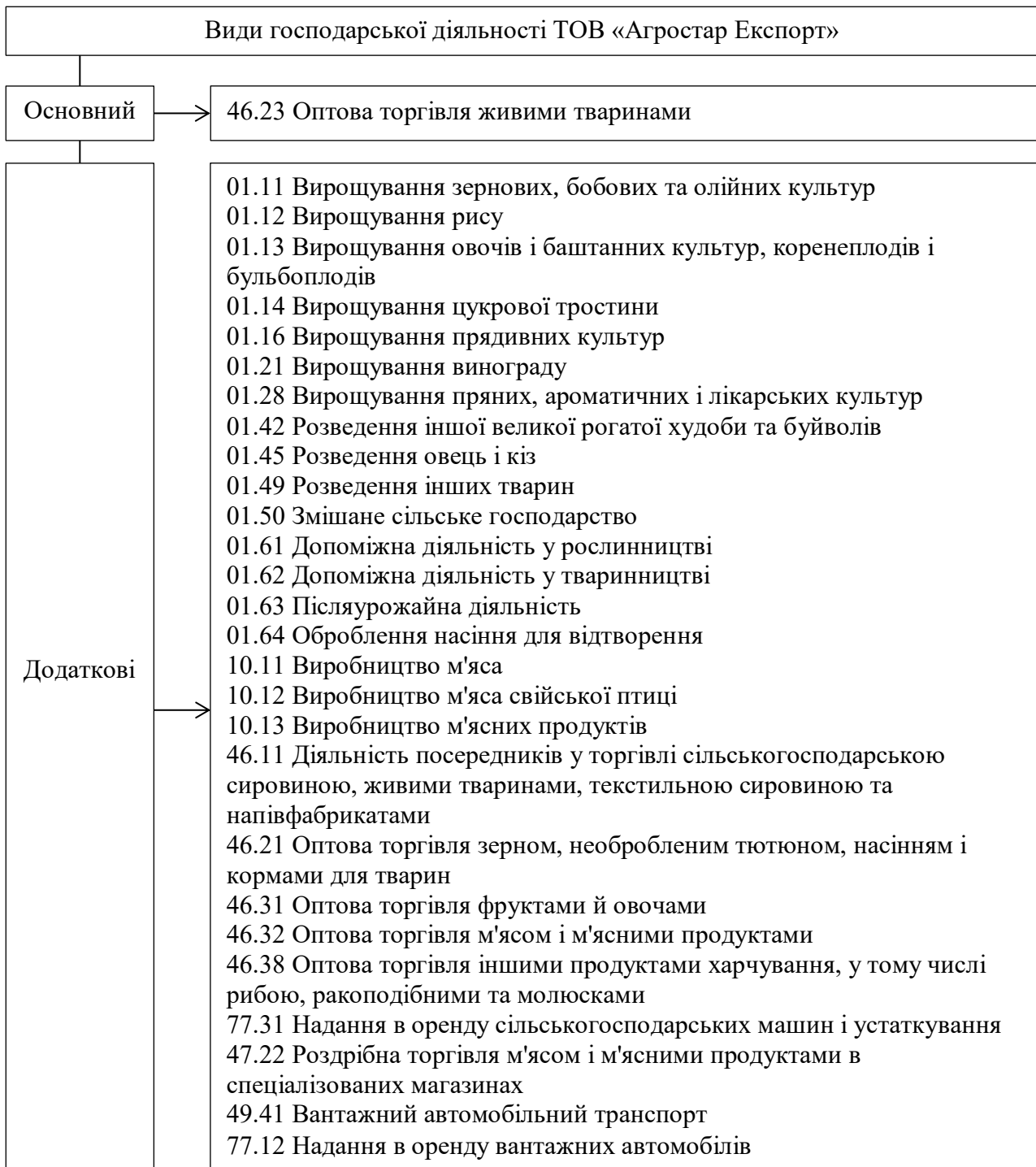


Рис. 2.1. Види господарської діяльності ТОВ «Агростар Експорт»
згідно КВЕД України

Джерело: складено автором за даними [26; 49]

ТОВ «Агростар Експорт» постачає тварин, які утримуються на фермах, де проводять усі необхідні ветеринарні та карантинні обробки відповідно до вимог країни-імпортера. ТОВ «Агростар Експорт» має автопарк європейських спеціалізованих скотовозів, зареєстрованих в AsMAP (Асоціація міжнародних

автомобільних перевізників).

Необхідно відзначити, що ТОВ «Агростар Експорт» свою історію писало з чистого аркуша: проектували та запускали виробничі майданчики, освоювали та впроваджували передові технології, створювали нові робочі місця. За 6 років роботи вдалося вибудувати ефективний та масштабний бізнес. Сьогодні ТОВ «Агростар Експорт» працює на вістрі розвитку експорту різної сільськогосподарської продукції тваринництва, займаючи лідируючу позицію за ключовими показниками діяльності, випереджаючи не лише вітчизняні, а й західні компанії.

До конкурентних переваг ТОВ «Агростар Експорт» можна віднести:

1) чесність і відкритість – ТОВ «Агростар Експорт» тримає своє слово і дотримується домовленостей, воно відкрите до діалогу та впровадження нових практик;

2) екологічність та натуральність продукції – контроль біобезпеки на всіх етапах виробництва та постачання сільськогосподарської продукції, застосування сировини найвищої якості;

3) технологічність та своєчасність доставки продукції – ТОВ «Агростар Експорт» впроваджує передові технології та автоматизує бізнес-процеси, добиваючись при цьому високих результатів та лідируючих позицій на ринку;

4) стратегічний підхід – максимальна концентрація на результатах діяльності та всебічний аналіз;

5) увага до деталей – в діяльності ТОВ «Агростар Експорт» немає дрібниць, усі кроки та принципи роботи налагоджені та систематизовані;

6) ефективність – ТОВ «Агростар Експорт» є лідером в своєму сегменті ринку за ключовими якісними показниками.

В ТОВ «Агростар Експорт» працюють висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи на міжнародних ринках в галузі оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Для здійснення своєї діяльності ТОВ «Агростар Експорт» застосовує класичну лінійно-функціональну організаційну структуру управління (рис. 2.2).

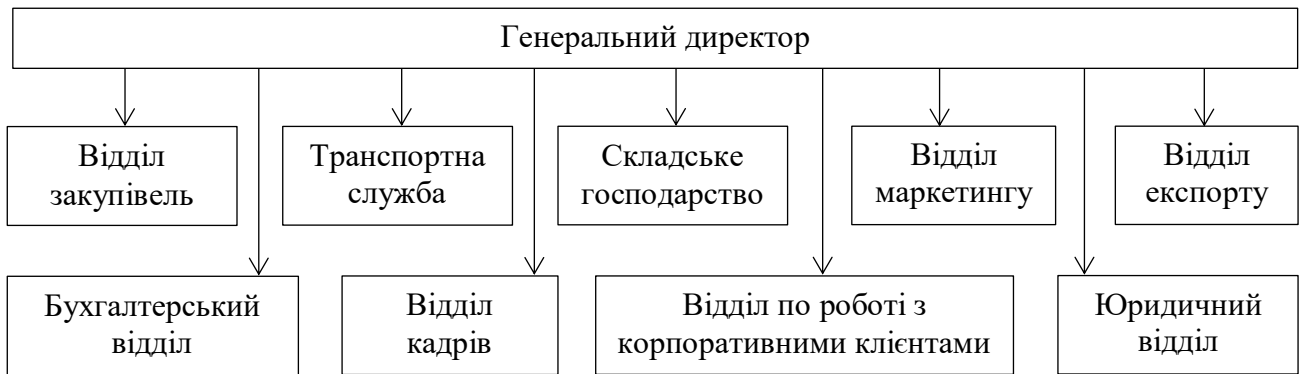


Рис. 2.2. Організаційна структура ТОВ «Агростар Експорт»

Джерело: складено автором за даними підприємства

Організаційна структура ТОВ «Агростар Експорт» базується на розділенні функцій та обов'язків між різними структурними одиницями за принципом функціональної спеціалізації та ієрархічної підпорядкованості. При цій структурі управління рішення зазвичай приймаються на верхньому рівні ієрархії та передаються вниз по ланцюгу підпорядкування. Кожен працівник має чітко визначену зону відповідальності та повноважень у межах своєї функціональної області.

Слід підкреслити, що незважаючи на достатньо високий рівень конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції, ТОВ «Агростар Експорт» за життєвим циклом перебуває на стадії «розвиток». Це викликано, передусім, наявністю стабільного попиту на сільськогосподарську продукцію підприємства за кордоном, а також, значними обсягами її експорту. При цьому, не останню роль у даній ситуації зіграли уміння працівників ТОВ «Агростар Експорт» працювати в ринковому середовищі, а також наявність достатніх фінансових та кваліфікованих людських ресурсів.

Однак в 2022-2024 роках масштаби діяльності ТОВ «Агростар Експорт» дещо зменшалися, що було викликано військовими діями на території України та обмеженнями виїзду чоловіків за кордон.

Для економічної характеристики ТОВ «Агростар Експорт» важливе значення має аналіз показників його господарської діяльності. На підставі фінансової звітності ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки, яка

представлена в додатках до роботи, проаналізуємо ключові економічні показники ТОВ «Агростар Експорт». Спочатку проведемо оцінку балансу підприємства (табл. 2.2). Відзначимо, що ТОВ «Агростар Експорт» використовує спрощену (скорочену) звітність мікропідприємства.

Таблиця 2.2

Аналіз балансу ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки

Показник	2021 рік		2022 рік		2023 рік		Відхилення 2023 року від 2021 року	
	Тис. грн.	Частка, %	Тис. грн.	Частка, %	Тис. грн.	Частка, %	Тис. грн.	%
Актив								
Необоротні активи	1539,6	5,01	1247,1	2,26	1070,4	1,96	-469,2	-30,48
Оборотні активи	29206,8	94,99	53828,6	97,74	53502,5	98,04	24295,7	83,19
Всього	30746,4	100,00	55075,7	100,00	54572,9	100,00	23826,5	77,49
Пасив								
Власний капітал	13462,7	43,79	26485,8	48,09	39881,1	73,08	26418,4	196,23
Позиковий капітал	17283,7	56,21	28589,9	51,91	14691,8	26,92	-2591,9	-15,00
Всього	30746,4	100	55075,7	100	54572,9	100	23826,5	77,49

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

За результатами проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

1. Активна частина балансу ТОВ «Агростар Експорт» представлена необоротними активами (нематеріальні активи та основні засоби) і оборотними активами (запаси, поточна дебіторська заборгованість, гроші та їх еквіваленти, інші оборотні активи). Загальний розмір активів ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки збільшився на 23826,5 тис. грн. (77,49%).

2. Частка необоротних активів в загальній вартості активів незначна і в динаміці зменшується з 5,01% у 2021 році до 1,96% у 2023 році. При цьому розмір необоротних активів ТОВ «Агростар Експорт» за досліджуваний період часу знизився на 469,2 тис. грн. (30,48%).

3. В свою чергу вартість оборотних активів підприємства показує тенденцію до зростання за 2021-2023 роки – їх розмір збільшився на 24295,7 тис. грн.

(83,19%). Також зросла й їх частка в загальній вартості активів: з 94,99% у 2021 році до 98,04% у 2023 році.

4. Пасивна частина балансу ТОВ «Агростар Експорт» включає власний капітал (zareestrovaniy payoviy kapital ta nerozpodilennyi przybutok) і позиковий капітал (dovgostrokoviy ta potochni zobov'язannya). Загальний розмір пасивів ТОВ «Агростар Експорт» за аналізований проміжок часу збільшився на 23826,5 тис. грн., що складає 77,49%.

5. Частка власного капіталу в загальній вартості пасивів ТОВ «Агростар Експорт» в динаміці зросла з 43,79% у 2021 році до 73,08% у 2023 році. При цьому вартість власного капіталу за 2021-2023 роки підвищилася на 26418,4 тис. грн. або 196,23%.

6. Розмір позикового капіталу ТОВ «Агростар Експорт» за досліджуваний період часу зменшився на 2591,9 тис. грн. (15,0%). А частка позикового капіталу в загальній вартості пасивів підприємства в динаміці знизилася з 56,21% до 26,92%.

7. В цілому валюта балансу ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки збільшилася, що вказує на інтенсифікацію господарської діяльності підприємства протягом досліджуваного періоду часу.

Слід підкреслити, що важливою складовою фінансово-економічного стану ТОВ «Агростар Експорт» виступає його ліквідність, яка за твердженням Н. А. Волкової, Р. М. Волчек та О. М. Гайдаєнко визначається як «здатність підприємства перетворювати свої активи у грошові кошти для покриття всіх необхідних платежів у мірі настання їх терміну, при цьому ліквідність відображає здатність підприємства в будь-який момент часу здійснювати необхідні витрати» [10, с. 279]. Іншими словами, це можливість ТОВ «Агростар Експорт» наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання. Ліквідність ТОВ «Агростар Експорт» можна охарактеризувати спеціальними показниками, а саме коефіцієнтами абсолютної, проміжної та загальної ліквідності. Динаміка цих показників за 2021-2023 роки представлена роки в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки

Показник	Нормативне значення	Звітні роки			Відхилення 2023 року від 2021 року	
		2021	2022	2023	Абсолютне	Відносне, %
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-0,25	0,175	0,377	0,634	0,460	263,17
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,8-1,0	1,128	1,577	3,255	2,127	188,51
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,0-2,0	1,679	1,830	3,256	1,578	93,99

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

За результатами проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яку частину поточних зобов'язань ТОВ «Агростар Експорт» може бути погашено за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів. Даний коефіцієнт в динаміці зростає з 0,175 у 2021 році до 0,634 у 2023 році (на 0,46 пунктів). Станом на 2023 рік за рахунок найбільш ліквідних активів ТОВ «Агростар Експорт» може погасити 63,4% своїх поточних зобов'язань.

2. Коефіцієнт проміжної ліквідності показує прогнозовані платіжні можливості ТОВ «Агростар Експорт» в умовах своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Цей коефіцієнт вище нормативного значення протягом всього аналізованого періоду часу і динаміці зріс на 2,127 пунктів. Тобто, можна стверджувати, що ТОВ «Агростар Експорт» має можливість оплатити свої поточні зобов'язання в будь який момент часу.

3. Коефіцієнт загальної ліквідності показує достатність у ТОВ «Агростар Експорт» оборотних коштів для покриття своїх поточних зобов'язань. Його рівень в динаміці зріс з 1,679 у 2021 році до 3,256 у 2023 році (на 1,578 пунктів). Отже, оборотні активи ТОВ «Агростар Експорт» значно перевищують його поточні зобов'язання, що свідчить наявність запасу фінансової міцності.

Отже, ТОВ «Агростар Експорт» є ліквідним та платоспроможним. Всі показники ліквідності підприємства в динаміці зростають і станом на 2023 рік перевищують нормативні значення.

Далі приділимо увагу показникам фінансової стійкості ТОВ «Агростар Експорт». Під фінансовою стійкістю ТОВ «Агростар Експорт» слід розуміти

«стабільне перевищення доходів підприємства над його видатками, що забезпечує вільне маневрування грошовими коштами підприємства і сприяє підвищенню ефективності господарської діяльності» [10, с. 264]. Проаналізуємо фінансову стійкість ТОВ «Агростар Експорт» за допомогою системи аналітичних коефіцієнтів, представлених в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Агростар Експорт»
за 2021-2023 роки

Показник	Нормативне значення	Звітні роки			Відхилення 2023 року від 2021 року	
		2021	2022	2023	Абсолютне	Відносне, %
Коефіцієнт фінансової автономії	$\geq 0,5$	0,438	0,481	0,731	0,293	66,90
Коефіцієнт фінансової залежності	≥ 1	2,284	2,079	1,368	-0,915	-40,08
Коефіцієнт фінансового ризику	≤ 1	1,284	1,079	0,368	-0,915	-71,31
Коефіцієнт мобільності	$> 0,5$	18,970	43,163	49,984	31,013	163,48
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\geq 0,1$	0,886	0,953	0,973	0,088	9,88
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами	≥ 1	1,254	3,491	2985,4	2984,2	238011,9
Коефіцієнт автономії джерел формування запасів	збільшення	0,408	0,469	0,725	0,317	77,69
Коефіцієнт кредиторської заборгованості	зменшення	0,674	0,476	0,416	-0,258	-38,30
Коефіцієнт співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю	1,0	1,415	2,519	9,679	8,264	583,91

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

За результатами проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

1. Коефіцієнт фінансової автономії характеризує незалежність ТОВ «Агростар Експорт» від зовнішніх джерел фінансування його господарської діяльності. У 2021-2022 роках його значення було нижче нормативного, а в 2023 році підвищилося до рівня 0,731, що свідчить про підвищення фінансової

стійкості підприємства та його незалежності від кредитів та займів.

2. В динаміці за 2021-2023 роки значення коефіцієнта фінансової залежності зменшилося на 0,915 пунктів і на кінець 2023 року склало 1,368. Це значить, що в 2023 році на кожні 1,368 гривні, вкладених в активи ТОВ «Агростар Експорт», припадає 1 гривня власних коштів та 0,368 гривні – позикових.

3. Зниження коефіцієнта фінансового ризику з 1,284 у 2021 році до 0,368 у 2023 році свідчить про послаблення залежності ТОВ «Агростар Експорт» від позикових коштів і, відповідно, про підвищення його фінансової стійкості.

4. Значення коефіцієнта мобільності за весь аналізований період часу дуже високе і в динаміці зросло на 163,48%. Це обумовлено переважанням оборотних активів підприємства над необоротними. Оптимальне співвідношення між цими видами активів має становити: 30% оборотних на 70% необоротних. Однак в ТОВ «Агростар Експорт» станом на 2023 рік частка оборотних активів в загальній їх структурі становить 98%, а оборотних відповідно всього лиш 2%.

5. Значення коефіцієнта маневреності власного капіталу ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки збільшилося на 0,088 (9,88%). Станом на 2023 рік даний коефіцієнт дорівнює 0,973, а це означає, що 97,3% власного капіталу ТОВ «Агростар Експорт» перебуває в мобільній формі. Тобто ці власні кошти направлені на фінансування поточної діяльності підприємства.

6. Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами в 2023 році дуже стрімко зріс. Це пов'язано з тим, що у 2023 році запасів в ТОВ «Агростар Експорт» майже не залишилося – їх вартість ставила всього 13 тис. грн.

7. Коефіцієнт автономії джерел формування запасів за досліджуваний період часу збільшився на 77,69% і на кінець 2023 року склав 0,725. Це значить, що джерела формування запасів ТОВ «Агростар Експорт» на 72,5% складаються з його власних оборотних коштів.

8. Коефіцієнт кредиторської заборгованості ТОВ «Агростар Експорт» в динаміці зменшився з 0,674 у 2021 році до 0,416 у 2023 році, тобто на 38,3%. Це позитивна тенденція, яка свідчить про підвищення фінансової стійкості

досліджуваного підприємства.

9. Коефіцієнт співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю з плином часу суттєво зріс – з 1,415 у 2021 році до 9,679 у 2023 році. Це свідчить про те, що в ТОВ «Агростар Експорт» більш ніж достатньо дебіторською заборгованості, щоб розрахуватися зі своїми кредиторами.

Отже, можна стверджувати, що на даний момент часу ТОВ «Агростар Експорт» є фінансово стійким підприємством, при цьому в динаміці за 2021-2023 роки показники його фінансової стійкості мають тенденцію до суттєвого підвищення.

Далі розрахуємо показники рентабельності, які є найважливішими показниками ефективності діяльності ТОВ «Агростар Експорт». Показники рентабельності характеризують остаточні результати господарювання, а їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. У табл. 2.5 представлені розраховані коефіцієнти рентабельності досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.5

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Агростар Експорт»
за 2021-2023 роки, %

Найменування показника	Звітні роки			Відхилення 2023 року від 2021 року
	2021	2022	2023	
Рентабельність сукупних активів підприємства	11,75	23,65	25,38	13,63
Рентабельність власного капіталу підприємства	26,83	49,17	34,73	7,90
Рентабельність інвестицій підприємства	26,83	49,17	30,78	3,95
Рентабельність продукції підприємства	14,93	10,66	5,95	-8,98
Рентабельність продажів підприємства	9,39	7,51	4,52	-4,87

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Згідно наведених даних можна зробити наступні висновки:

1. Рентабельність сукупних активів характеризує величину прибутку ТОВ «Агростар Експорт», отриману з одиниці засобів, вкладених в сукупні активи. За аналізований період часу цей показник збільшився з 11,75% у 2021 році до 25,38% у 2023 році, тобто на 13,63%.

2. Рентабельність власного капіталу показує, що протягом аналізованого періоду часу засоби, що належать ТОВ «Агростар Експорт», використовуються достатньо ефективно. Цей показник за 2021-2023 роки збільшився на 7,9% і в 2023 році склав 37,73%.

3. Рентабельність інвестицій характеризує майстерність управління інвестиціями в ТОВ «Агростар Експорт». Так, в 2021 році кожна вкладена у підприємство гривня приносила 26,83 копійки прибутку. У 2022 році відбулося підвищення даного показника до 49,17 коп., а в 2023 році – зниження до рівня 30,78 коп.

4. Рентабельність реалізованої продукції визначає ефективність витрат ТОВ «Агростар Експорт». Динаміка цього показника має тенденцію до зменшення з 14,93% у 2021 році до 5,95% у 2023 році. В цілому за три роки рентабельність реалізованої продукції зменшилася на 8,98%. Це в більшій мірі пов'язано зі значним зростанням собівартості реалізованої продукції.

5. Рентабельність продажів ТОВ «Агростар Експорт» показує аналогічну динаміку. Відбулося зниження цього показника з 9,39% у 2021 році до 4,52% у 2023 році. В цілому за досліджуваний період часу рентабельність продажів зменшилася на 4,87%.

Отже, можна стверджувати, що в 2021-2023 роках ТОВ «Агростар Експорт» здійснювало ефективну господарську діяльність. Воно було прибутковим протягом досліджуваного періоду часу. При цьому рентабельність його сукупних активів, власного капіталу та інвестицій в динаміці зростала. Однак спостерігалася тенденція до зниження рівня рентабельності продукції та рентабельності продажів.

2.2. Аналіз показників експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»

Експортна діяльність сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» полягає в поставці за кордон різноманітної аграрної продукції, як галузі

тваринництва, так і галузі рослинництва. Експортні поставки підприємство здійснює власним спеціалізованим транспортом. ТОВ «Агростар Експорт» здійснює експорт сільськогосподарської продукції на основі укладених угод із зарубіжними партнерами. При цьому ТОВ «Агростар Експорт» гарантує якість експортованої продукції, а також їх конкурентну вартість. Протягом всього часу своєї діяльності, ТОВ «Агростар Експорт» здобуло позицію надійного постачальника сільськогосподарської продукції.

Незважаючи на військові дії на території української держави, ТОВ «Агростар Експорт» адаптувалося до змін, продовжує розвивати свою експортну діяльність, а також забезпечувати широкий асортимент сільськогосподарської продукції та її високу якість відповідно до ринкового попиту на зарубіжних ринках.

Далі проведемо аналіз показників експортної діяльності досліджуваного підприємства. Почнемо з оцінки динаміки обсягів експорту (рис. 2.3).

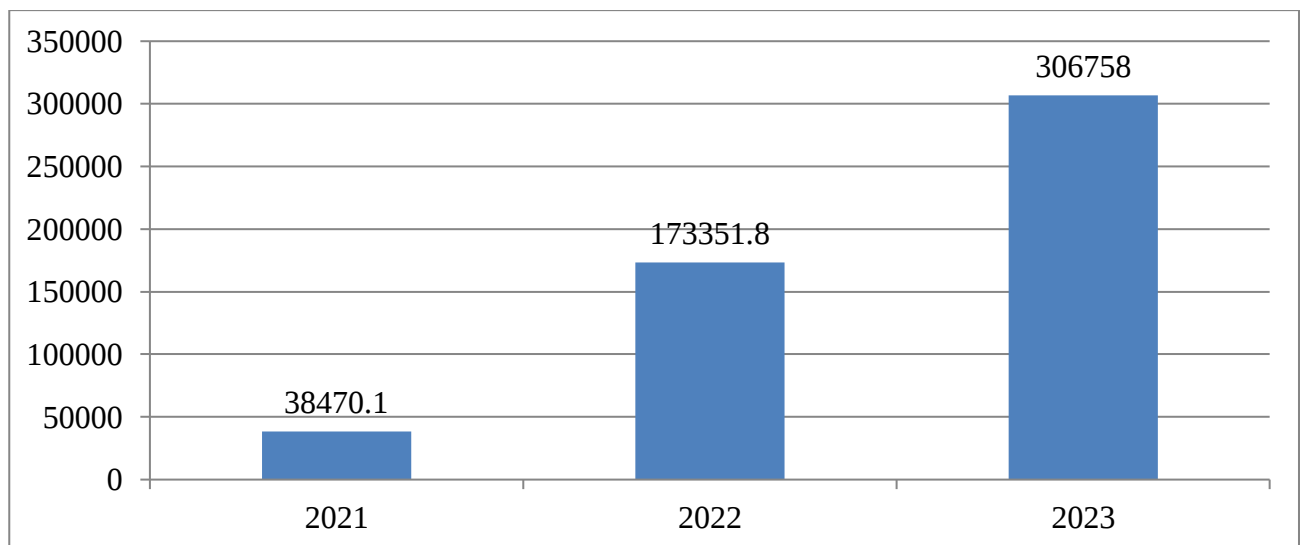


Рис. 2.3. Динаміка обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки, тис. грн.

Джерело: складено автором за даними підприємства

Отже, можна зробити висновок, що обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» мають чітку тенденцію до зростання. Так, в 2022 році порівняно з 2021 роком експортні поставки сільськогосподарської продукції зросли на 134881,7 тис. грн. В свою чергу в 2023 році порівняно з 2022 роком обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» збільшилися на 133406,2

тис. грн. В цілому за досліджуваний період часу дохід ТОВ «Агростар Експорт» від здійснення експортних поставок продукції сільськогосподарства зріс на 268287,9 тис. грн. Це свідчить про інтенсифікацію зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства.

Далі проаналізуємо темпи зростання експорту сільськогосподарської продукції, яку ТОВ «Агростар Експорт» реалізує на зарубіжних ринках (рис. 2.4).

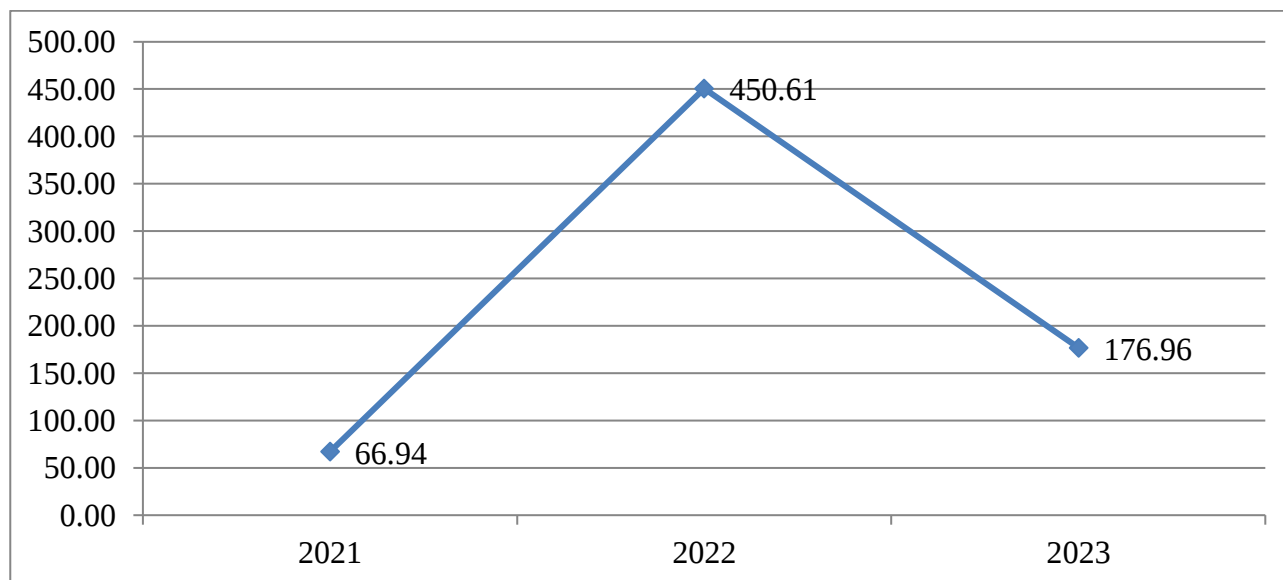


Рис. 2.4. Темпи зростання експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки, %

Джерело: складено автором за даними підприємства

Відповідно до вказаних даних, можна стверджувати, що в 2021 році обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» зменшилися на 33,06%, в 2022 році збільшилися на 350,61%, а в 2023 році зросли на 76,96%. Це підтверджує виявлену раніше тенденцію про активізацію експортних поставок сільськогосподарського підприємства за останні три роки.

Наступним етапом аналізу експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» є вивчення показників, що характеризують експортні поставки підприємства за складом, регіональною спрямованістю та суб'єктною структурою. Почнемо з оцінки експортної діяльності підприємства за галузевим складом сільськогосподарської продукції (рис. 2.5).

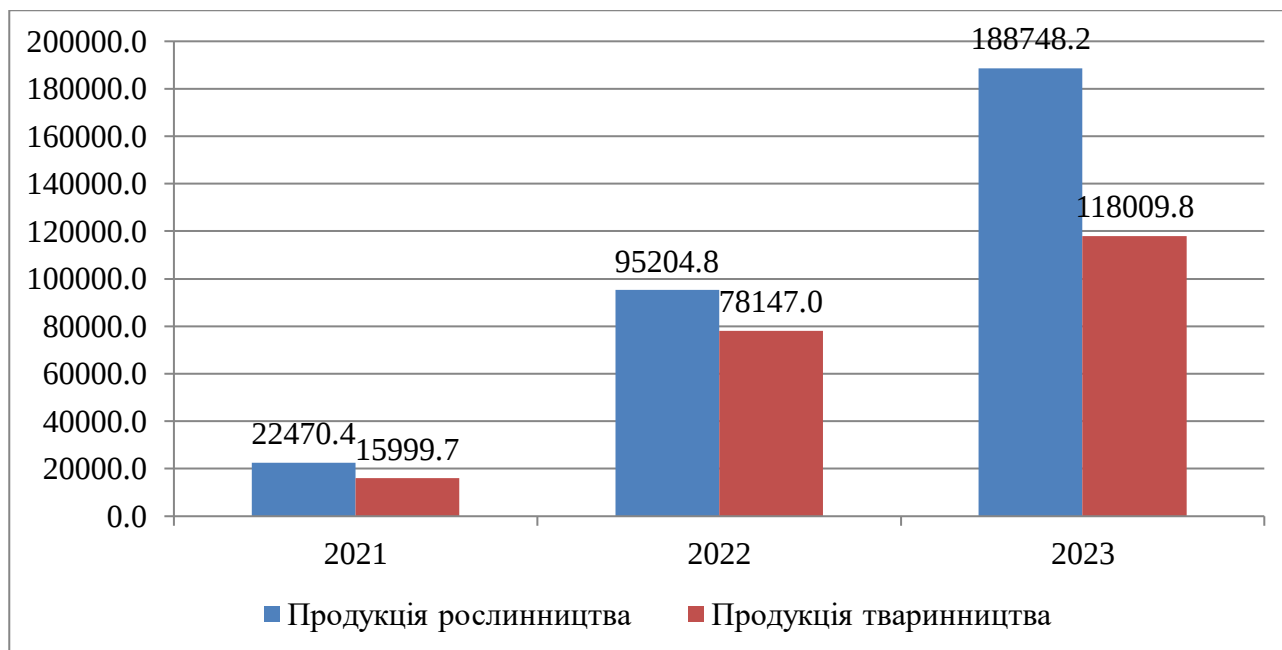


Рис. 2.5. Динаміка експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт»

за складом сільськогосподарської продукції за 2021-2023 роки, тис. грн.

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Отже, можна зробити висновок, що обсяг експорту підприємством продукції рослинництва в 2022 році порівняно з 2021 роком збільшився на 72734,4 тис. грн. (323,7%). В свою чергу експортні поставки продукції рослинництва в 2023 році порівняно з 2022 роком зросли на 93543,4 тис. грн. (98,2%). В цілому за аналізований проміжок часу обсяги експорту продукції рослинництва збільшилися на 166277,8 тис. грн.

Динаміка експорту продукції тваринництва має аналогічну тенденцію. Так, в 2022 році порівняно з 2021 роком його обсяг зріс на 62147,3 тис. грн. (388,4%), а в 2023 році порівняно з 2022 роком – на 39862,8 тис. грн. (51,0%). В цілому за 2021-2023 роки експортні поставки підприємством продукції тваринництва зросли на 102010,1 тис. грн.

Далі розглянемо структуру експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за галузевою спрямованістю сільськогосподарської продукції (рис. 2.6).

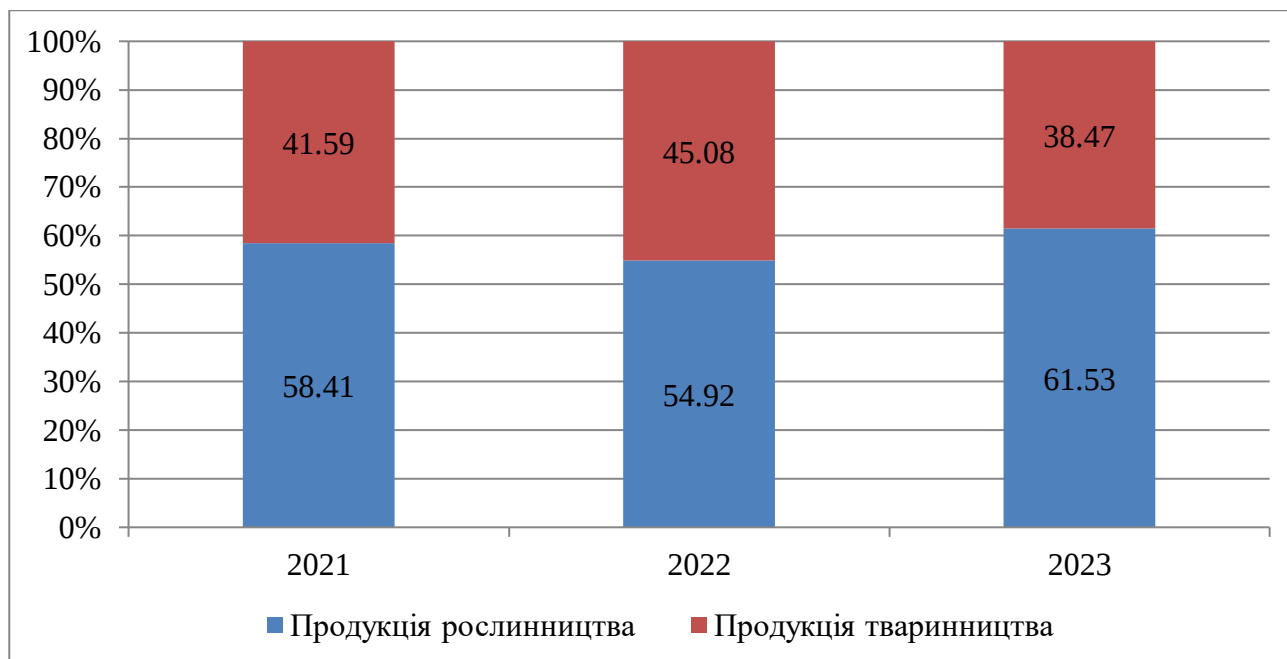


Рис. 2.6. Структура експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» за галузевою спрямованістю за 2021-2023 роки, %

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Отже, можна зробити висновок, що в структурі експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» більшу частину займає продукція рослинництва (зернові, бобові та олійні культури, овочі, баштанні культури, коренеплоди тощо). При цьому, слід відзначити, що в динаміці частка продукції рослинництва в загальному обсязі експорту збільшилася 58,41% у 2021 році до 61,53% у 2023 році, тобто на 3,12%. Щодо продукції тваринництва (велика та мала рогата худоба, свині, вівці, свійська птиця тощо), то її частка в структурі експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» в динаміці зменшилася з 41,59% у 2021 році до 38,47% у 2023 році, тобто на 3,12%.

Далі розглянемо експортну діяльність ТОВ «Агростар Експорт» за географічною ознакою, тобто за країнами, в які поставляється сільськогосподарська продукція підприємства (рис. 2.7).

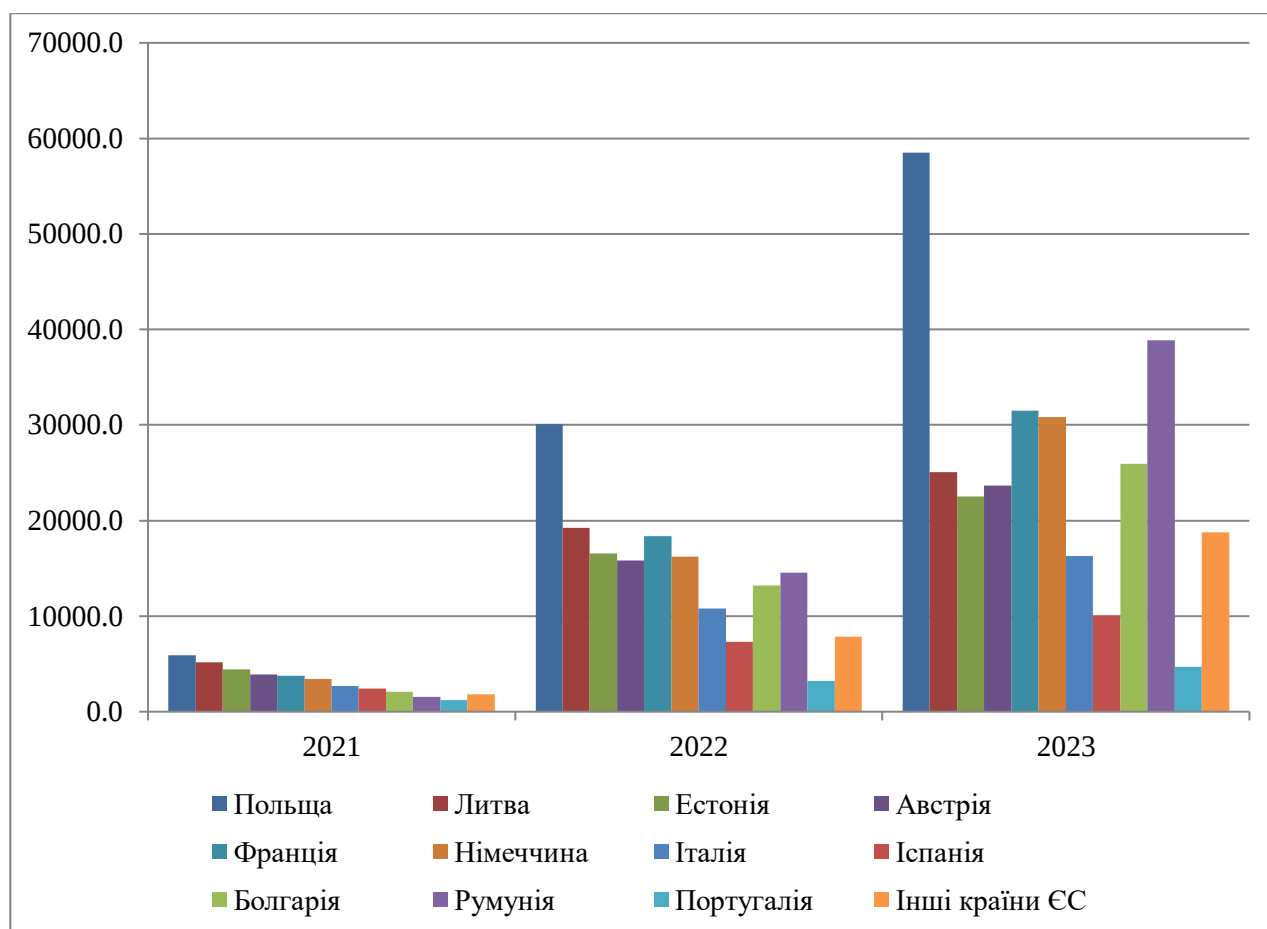


Рис. 2.7. Динаміка експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» за географічною ознакою за 2021-2023 роки, тис. грн.

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

За наведеними даними можна зробити висновок, що за 2021-2023 роки експорт сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» збільшився до всіх країн Європейського Союзу: в Польщу – на 52567 тис. грн.; в Литву – на 19926 тис. грн., в Естонію – на 18100 тис. грн., в Австрію – на 19765 тис. грн., у Францію – на 27753 тис. грн., у Німеччину – на 27367 тис. грн., в Італію – на 13581 тис. грн., в Іспанію – на 7646 тис. грн., в Болгарію – на 23867 тис. грн., в Румунію – на 37304 тис. грн., в Португалію – на 3466 тис. грн., в інші країни ЄС – на 16946 тис. грн. Слід відзначити, що після початку війни в Україні в 2022 році основними країнами, через які транспортується сільськогосподарська продукція ТОВ «Агростар Експорт» стали Польща, Румунія та Болгарія.

Вважаємо за доцільне розглянути й структуру експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за географічною ознакою (рис. 2.8).

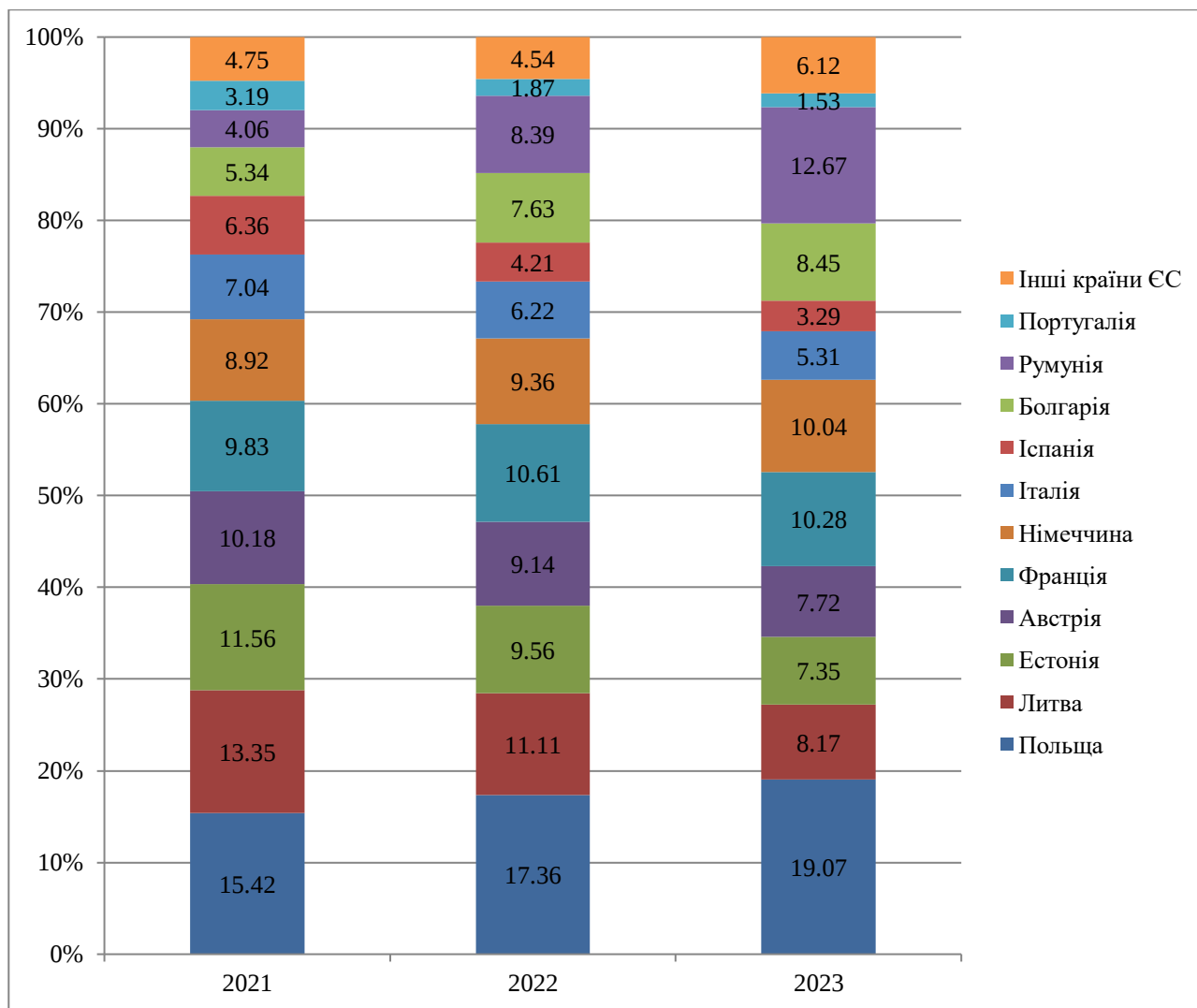


Рис. 2.8. Структура експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» за географічною ознакою за 2021-2023 роки, %

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Отже, можна зробити висновок, що станом на 2023 рік основними імпортерами сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» були Польща (19,07%), Румунія (12,67%), Франція (10,28%), Німеччина (10,04%), Болгарія (8,45%) та Литва (8,17%). Той факт, що ключовим імпортером сільськогосподарської продукції для ТОВ «Агростар Експорт» виступає Польща, пов'язаний з територіальною близькістю цієї держави з Україною та наявністю налагоджених зовнішньоекономічних зв'язків між ними.

Далі проведемо аналіз ефективності експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт». Абсолютний економічний ефект від експорту сільськогосподарської продукції підприємства за аналізований період часу представлений на рис. 2.9.

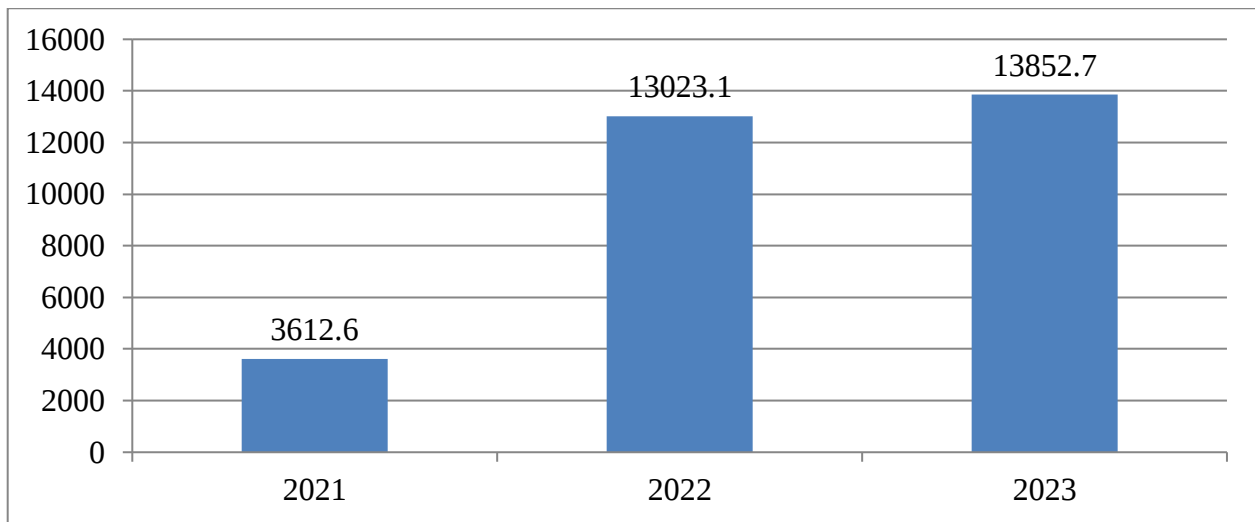


Рис. 2.9. Динаміка чистого прибутку ТОВ «Агростар Експорт»
від експортної діяльності за 2021-2023 роки, тис. грн.

Джерело: складено автором за даними підприємства

Можна зробити висновок, що у 2022 році порівняно з 2021 роком обсяг чистого прибутку ТОВ «Агростар Експорт» від здійснення експортних поставок сільськогосподарської продукції значно збільшився – на 9410,5 тис. грн. (260,5%). В свою чергу в 2023 році порівняно з 2022 роком розмір чистого прибутку підприємства від здійснення експортної діяльності підвищився на 829,6 тис. грн. (6,4%).

Далі розглянемо рівень рентабельності експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за останні три роки (рис. 2.10).

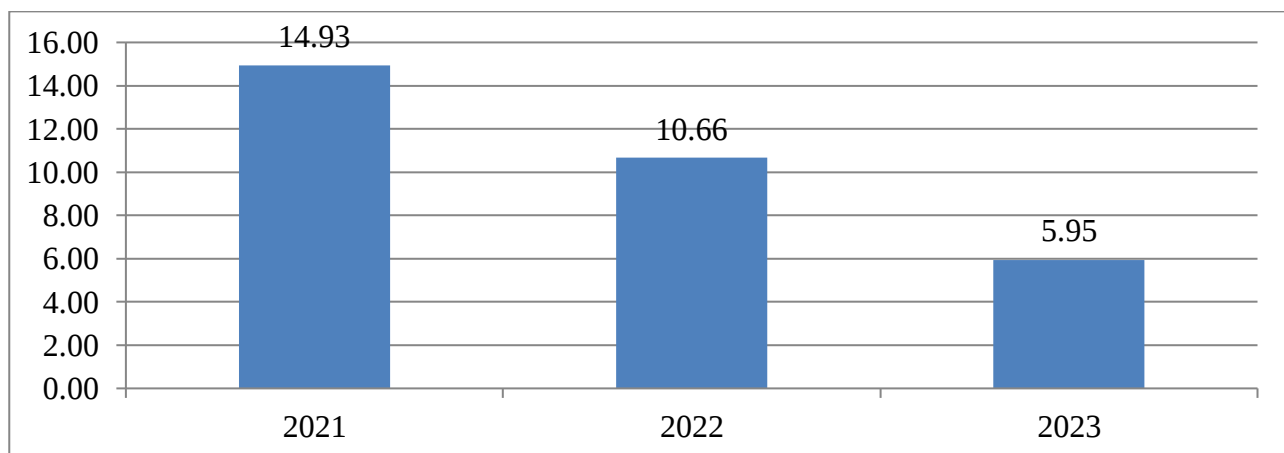


Рис. 2.10. Динаміка рентабельності експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки, %

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Як видно з наведених даних рівень рентабельності експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» в динаміці зменшується, а саме з 14,93% у 2021 році до 10,66% у 2022 році та до 5,95 у 2023 році. Це пов'язано основним чином зі зростанням витрат на здійснення експортних поставок сільськогосподарської продукції.

Також слід звернути увагу й на показник протермінованості зобов'язань за експортними поставками підприємством сільськогосподарської продукції (рис. 2.11).

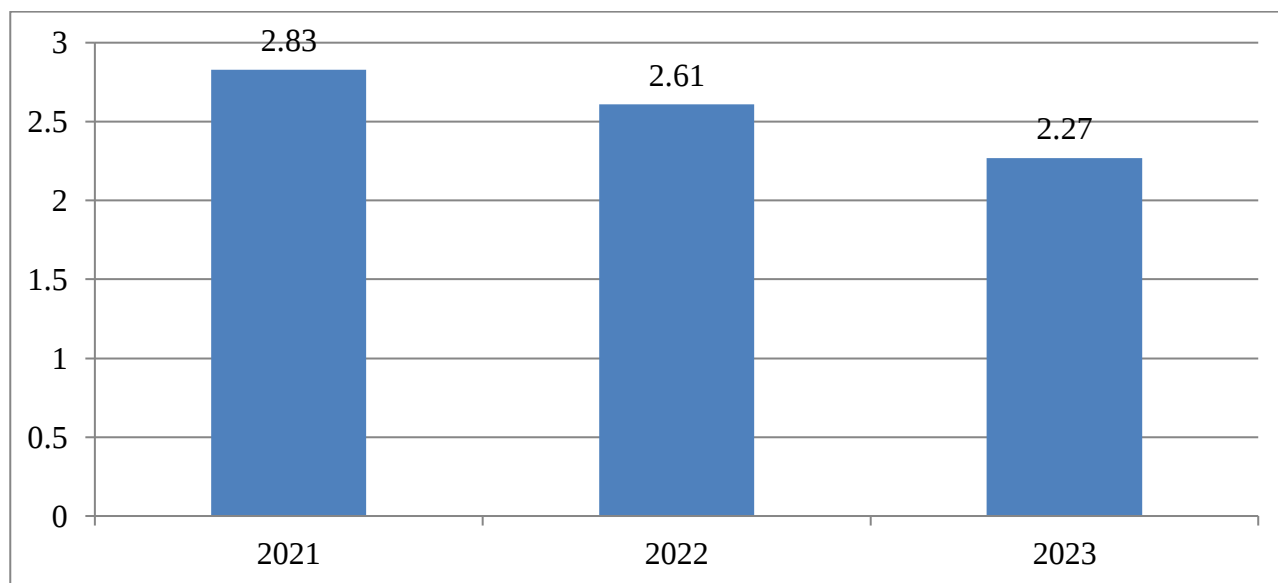


Рис. 2.11. Динаміка показника протермінованості зобов'язань за експортними поставками ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки, %

Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Наведені дані свідчать про те, що відсоток протермінованих на протязі року експортних контрактів за аналізований період часу зменшився: з 2,83 у 2021 році до 2,61% у 2022 році та до 2,27% у 2023 році. Це свідчить про підвищення рівня виконання ТОВ «Агростар Експорт» своїх договірних зобов'язань перед іноземними контрагентами.

В цілому можна стверджувати, що обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» в натуральному та грошовому вимірі за 2021-2023 роки суттєво зросли, однак негативним моментом є зниження рентабельності експортної діяльності.

2.3. Оцінка чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»

З метою оцінки чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» проведемо SWOT-аналіз. Слід відзначити, що SWOT-аналіз є стратегічним інструментом для оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства, а також зовнішніх можливостей та загроз, що впливають на організацію. Акронім «SWOT» походить від англійських слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості) і Threats (Загрози).

Спочатку SWOT-аналіз був заснований на озвучуванні та структуруванні знань про поточну ситуації та наявні тенденції, але пізніше його сфера застосування розширилася додатком для планування, конструювання стратегій, аналізу факторів конкурентного оточення та конкурентної розвідки. SWOT-модель дає аналітикам безцінний інструмент інтелектуальної роботи, який дозволяє сформулювати відомі, але розрізнені та безсистемні уявлення про підприємство та зовнішнє середовищі у вигляді логічно узгодженої схеми взаємодії сил і слабкостей, можливостей та загроз.

Метою побудови SWOT-матриці для ТОВ «Агростар Експорт» є фокусування уваги на формуванні чотирьох груп стратегій, кожна з яких використовує певну парну комбінацію внутрішніх та зовнішніх обставин. Спільному аналізу піддаються пари показників, внаслідок чого з кожної формується набір відповідних стратегій, назви яких відповідають назвам аналізованих внутрішніх та зовнішніх обставин. Існують такі основні види стратегій: WT (слабкості – загрози, міні – міні) – мінімізувати слабкості та загрози; WO (слабкості – можливості, міні – maxі) – мінімізувати слабкості та підвищити можливості; ST (сили – загрози, maxі – міні) – максимально збільшити сили та мінімізувати загрози; SO (сили – можливості, maxі – maxі) – одночасно максимізувати сили та можливості. Матриця SWOT-аналізу ТОВ «Агростар Експорт» представлена в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Матриця SWOT-аналізу експортної діяльності ТОВ «Агρόстар Експорт»

Зовнішнє середовище Внутрішнє середовище	<i>Можливості (Opportunities)</i> 1. Завоювання нових зарубіжних ринків за допомогою маркетингу. 2. Збільшення обсягів продажу за рахунок поліпшення якості продукції, знижок тощо. 3. Можливість зайняти певну нішу органічної аграрної продукції на світовому продовольчому ринку. 4. Розширення асортиментного профілю продукції. 5. Створення філіалів (представництв) в країнах Європейського Союзу.	<i>Загрози (Threats)</i> 1. Військові дії на території України. 2. несприятлива економічна ситуація в країні. 2. Низький рівень конкурентоздатності продукції підприємства на світовому ринку. 3. Поява на ринку конкурентів продукція яких відрізняється кращими споживчими якостями або нижчою вартістю. 4. Недосконала податкова система. 5 Зростання внутрішніх закупівельних цін на продукцію підприємства
<i>Сильні сторони (Strengths)</i> 1. Продукція підприємства користується попитом за кордоном. 2. Підприємство має змогу обирати партнерів (посередників) самостійно. 3. Досвід роботи на ринках зарубіжних країн. 4. Наявність фінансової бази для розвитку. 5. Обсяг експортних поставок має тенденцію до зростання. 6. Висока продуктивність праці при невеликій чисельності персоналу.	<i>SO-стратегія</i> 1. Для завоювання свого споживача та боротьби із конкурентами провести сегментацію споживчого ринку за рівнем доходу та географічній ознаці та активно використовувати в роботі з цими сегментами методи стимулювання збуту сільськогосподарської продукції. 2. Використовуючи потенціал працівників та досвід роботи покращувати якість та асортимент продукції.	<i>ST-стратегії</i> 1. Зниження рівня поточних витрат шляхом зростання обсягів продажу. 2. Проводити порівняльний якісний аналіз власної продукції та аналогічної продукції на зарубіжних ринках з метою виявлення своїх конкурентних переваг. 3. Застосовувати наявний фінансовий та кадровий потенціал підприємства для створення та реалізації стратегії диверсифікації діяльності та виходу на нові ринки.
<i>Слабкі сторони (Weaknesses)</i> 1. Не використовується упаковка та маркування. 2. Недосконала політика ціноутворення. 3. Слабка реалізація рекламних заходів. 4. Висока сезонність в діяльності підприємства. 5. Віддаленість підприємства від центрів збуту. 6. Внутрішні конфлікти персоналу	<i>WO-стратегії</i> 1. Задовольнити потреби іноземних споживачів шляхом нарощування обсягів постачання продукції з одночасним вирівнюванням ціни реалізації та зростанням якості продукції. 2. Збільшивши обсяги реалізації, частину отриманого прибутку направляти на рекламу	<i>WT-стратегії</i> 1. Активне використання реклами сільськогосподарської продукції підприємства в зарубіжних країнах. 2. Створення зручної, оригінальної та недорогої упаковки з торговельним знаком підприємства. 3. Провести підвищення кваліфікації персоналу та створити сприятливий соціально-психологічний клімат.

Джерело: складено автором

Здійснивши SWOT-аналіз ТОВ «Агростар Експорт», визначивши його сильні і слабкі сторони, окресливши можливості та загрози діяльності підприємства, можна сформулювати наступні рекомендації.

Насамперед, керівництву ТОВ «Агростар Експорт» слід звернути особлива увага на квадрат «WT», інформація якого відображає найслабші сторони та найбільші загрози, які можуть завдати підприємству непоправної шкоди.

Щодо оптимізації експортної діяльності, то підприємству необхідно розвивати свої сильні сторони, пов'язані з асортиментом та якістю сільськогосподарської продукції та всіма способами посилювати та розвивати свій експортний потенціал.

Також керівництву ТОВ «Агростар Експорт» необхідно звернути увагу на потенційних покупців та канали збуту продукції. ТОВ «Агростар Експорт» можна порадити використовувати на повну силу всю потужність наявних каналів збуту та відкривати закордонні представництва, адже це дасть можливість максимізувати обсяги продажу та підвищити прибутковість.

Іншими перспективними напрямками (можливостями) зростання та розвитку експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» є модернізація та оновлення основних засобів, розширення асортименту та географії продажів сільськогосподарської продукції, впровадження сучасних процесів переробки продукції тваринництва, а також зростання кваліфікації персоналу.

Проведений SWOT-аналіз ТОВ «Агростар Експорт» дозволив розробити комбінації, які необхідно враховувати при проектуванні управлінських рішень щодо формування експортної стратегії діяльності підприємства:

- проведення заходів щодо збільшення обсягів продажу і зниження поточних витрат;
- підвищення споживчих властивостей (якості) продукції та розширення її асортименту;
- забезпечення прибутковості за рахунок зниження реалізаційної ціни і завоювання більшої частки ринку;
- сегментація споживачів за рівнем доходу та географічною ознакою;

- розробка для кожного стратегічного сегменту ринку заходів щодо стимулювання збуту сільськогосподарської продукції;
- створення упаковки і маркування продукції;
- застосування системи диференційованих цін;
- порівняльний якісний аналіз вітчизняної продукції з іноземною;
- активне використання реклами на іноземних ринках.

Наведені рекомендації за результатами SWOT-аналізу можуть бути враховані при проектуванні управлінських рішень щодо активізації експортних поставок ТОВ «Агростар Експорт», що дозволить підвищити ефективність його господарської діяльності та більш повно задовольняти потреби споживачів на зарубіжних ринках сільськогосподарської продукції.

Далі проведемо PEST-аналіз чинників впливу на сучасний стан експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт». Слід відзначити, що PEST-аналіз є стратегічним інструментом, який використовується для аналізу зовнішнього середовища, що впливає на бізнес підприємства. Акронім «PEST» представляє чотири основні категорії чинників, які слід розглядати:

- 1) політичні (Political) – політичні конфлікти, політичні реформи, зміни у правлінні, податкова політика, державне регулювання бізнесу тощо;
- 2) економічні (Economic) – зростання ВВП, інфляція, безробіття, обмінний курс, інвестиційна активність, ставки процентів тощо;
- 3) соціальні (Social): демографічні чинники, зміни в споживчій поведінці, культурні чинники, ставлення до екології тощо;
- 4) технологічні (Technological): нові технології, наукові дослідження, автоматизація бізнес-процесів, цифрова трансформація тощо.

PEST-аналіз чинників впливу на експортну діяльність ТОВ «Агростар Експорт» проводився за допомогою працівників (експертів) підприємства в два етапи: на першому етапі експерти ставили оцінку впливу чинників на експортну діяльність за п'ятибальною системою оцінок (5 балів – найбільший вплив, 1 бал – найменший вплив), а на другому етапі визначалася ступінь (ймовірність) впливу цих факторів (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

PEST-аналіз експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт»

Фактори	Експерти (міра впливу)				Середня оцінка	Ступінь впливу, %
	№1	№2	№3	№4		
Political						
1. Проведення військових дій на території України	4	5	4	4	4,25	7,39
2. Зміна політичної ситуації в країнах ЄС	2	1	2	2	1,75	3,04
3. Погіршення торговельних відносин між Україною та країнами ЄС	2	2	1	2	1,75	3,04
4. Підвищення ставки експортного мита та виникнення інших торговельних обмежень	1	2	3	2	2,00	3,48
5. Зміни в законодавчій базі України та зарубіжних країн	2	3	1	1	1,75	3,04
Всього	-	-	-	-	11,50	20,00
Economic						
1. Несприятливе економічне середовище в зарубіжних країнах	3	3	2	2	2,50	4,35
2. Підвищення курсу долара та євро відносно гривні	2	1	3	2	2,00	3,48
3. Збільшення податкового навантаження на бізнес	3	2	3	3	2,75	4,78
4. Підвищення рівня інфляції	3	3	4	3	3,25	5,65
5. Недоступність кредитних ресурсів	1	2	1	1	1,25	2,17
Всього	-	-	-	-	11,75	20,43
Social						
1. Дефіцит кваліфікованих працівників ЗЕД	3	2	3	4	3,00	5,22
2. Скорочення чисельності працездатного населення	4	2	4	3	3,25	5,65
3. Значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівників	3	2	3	3	2,75	4,78
4. Низький культурний рівень населення	3	2	4	2	2,75	4,78
5. Зниження рівня та якості освіти населення	4	1	2	3	2,50	4,35
Всього	-	-	-	-	14,25	24,78
Technological						
1. Науково-технічний прогрес в сфері експортної діяльності	5	3	4	3	3,75	6,52
2. Використання сучасних інформаційних технологій	3	4	4	5	4,00	6,96
3. Автоматизація бізнес-процесів	5	3	5	4	4,25	7,39
4. Технологізація транспортування продукції на зарубіжні ринки	4	5	3	4	4,00	6,96
5. Оновлення технологій на підприємстві	3	4	4	5	4,00	6,96
Всього	-	-	-	-	20,00	34,78
Загальна оцінка	—	—	—	—	57,50	100,00

Джерело: складено автором

За результатами проведеного PEST-аналізу можна зробити висновок, що на

експортну діяльність ТОВ «Агростар Експорт» здійснюють вплив такі чинники зовнішнього середовища, як політичні (20,0%), економічні (20,43%), соціальні (24,78%) та технологічні (34,78%). При цьому найбільший вплив на експортну діяльність підприємства здійснюють такі фактори, як:

1) політичні чинники: проведення військових дій на території України (7,39%), а також підвищення ставки експортного мита та виникнення інших торговельних обмежень між Україною та іншими державами (3,48%);

2) економічні чинники: збільшення податкового навантаження на бізнес (2,75%), а також підвищення рівня інфляції (3,25%);

3) соціальні чинники: дефіцит кваліфікованих працівників в сфері зовнішньоекономічної діяльності (3,0%), а також скорочення чисельності працездатного населення (3,25%);

4) всі технологічні чинники: науково-технічний прогрес в сфері експортної діяльності (3,75%), використання на підприємстві сучасних інформаційних технологій (4,0%), автоматизація бізнес-процесів (4,25%), технологізація транспортування продукції на зарубіжні ринки (4,0%), а також оновлення технологій на підприємстві (4,0%).

Таким чином, за допомогою SWOT та PEST були проаналізовані основні чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, які обумовлюють результативність експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт». Вважаємо, що результати SWOT та PEST аналізу допоможуть керівництву ТОВ «Агростар Експорт» зрозуміти вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на його експортну діяльність та прийняті адекватні стратегічні рішення відповідно до цих факторів. Тобто, тільки детальний аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища дозволить ТОВ «Агростар Експорт» бути упевненим у майбутньому і контролювати свою поточну експортну діяльність. Усе це говорить про те, що ТОВ «Агростар Експорт» повинно постійно й уважно стежити за всіма змінами свого оточення, використовуючи для цього сучасні методи стратегічного аналізу.

Висновки до розділу 2

1. ТОВ «Агростар Експорт» – це підприємство, яке спеціалізується на експортних поставках різноманітної сільськогосподарської продукції. Для здійснення своєї діяльності ТОВ «Агростар Експорт» застосовує класичну лінійно-функціональну організаційну структуру управління. Валюта балансу ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки збільшилася, що вказує на інтенсифікацію господарської діяльності підприємства. Результати аналізу свідчать про те, що ТОВ «Агростар Експорт» є ліквідним, платоспроможним та фінансово стійким підприємством. На протязі 2021-2023 роках ТОВ «Агростар Експорт» досить ефективно здійснювало свою господарську діяльність.

2. Обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» мають чітку тенденцію до зростання – за 2021-2023 роки експортні поставки сільськогосподарської продукції зросли на 134881,7 тис. грн. В галузевому розрізі за 2021-2023 роки обсяги експорту продукції рослинництва збільшилися на 166277,8 тис. грн., а продукції тваринництва – на 102010,1 тис. грн. ТОВ «Агростар Експорт» здійснює експорт сільськогосподарської продукції до країн ЄС, при цьому ключовими партнерами для підприємства є контрагенти з Польщі, Румунії, Франції, Німеччини, Болгарії та Литви. Розмір чистого прибутку підприємства від здійснення експортної діяльності за 2021-2023 роки підвищився на 10240,1 тис. грн., однак її рентабельність в динаміці зменшилася на 8,98%, що пов'язано зі зростанням витрат на здійснення експортних поставок сільськогосподарської продукції.

3. Оцінка чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт», була проведена за допомогою SWOT та PEST аналізу. SWOT-аналіз дозволив розробити комбінації, які необхідно враховувати при проектуванні управлінських рішень щодо формування експортної стратегії діяльності підприємства. Результати PEST-аналіз стверджують, що на експортну діяльність ТОВ «Агростар Експорт» здійснюють вплив такі чинники зовнішнього середовища, як політичні (20,0%), економічні (20,43%), соціальні (24,78%) та технологічні (34,78%).

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОСТАР ЕКСПОРТ»

3.1. Напрями підвищення експортного потенціалу сільсько- господарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»

Експортний потенціал сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» визначає його здатність збільшувати обсяги продажів за кордоном. Він включає можливості підприємства збувати свої товари на іноземних ринках, конкуруючи з місцевими та іншими міжнародними гравцями.

При цьому експортний потенціал ТОВ «Агростар Експорт» залежать від ряду умов:

- 1) якість і конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції – товари повинні відповідати або перевищувати стандарти якості та вимоги, які існують на цільових ринках.
- 2) знання іноземних ринків – глибоке розуміння культурних особливостей, споживацьких уподобань і регуляторних вимог в різних країнах;
- 3) логістичні можливості – ефективність та надійність ланцюжків постачання і логістики, здатність забезпечити своєчасну доставку товарів;
- 4) маркетинг та збут – наявність стратегії з просування товарів на зовнішніх ринках, включаючи брендинг, рекламу та продаж;
- 5) фінансова стійкість – здатність підприємства інвестувати у розширення на нові ринки, включаючи дослідження ринку, маркетингові кампанії і логістичну підтримку.
- 6) підтримка від держави – наявність урядових програм, які сприяють експортній діяльності, включаючи фінансові стимули, інформаційну підтримку та дипломатичну допомогу.

Розвиток експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт» вимагає комплексного підходу до управління якістю, маркетингом, логістикою та

стратегічним плануванням, а також активного вивчення і адаптації до умов цільових ринків. Для покращення експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт» можна виділити кілька стратегічних напрямів, кожен з яких вимагає детальної уваги та спеціалізованих дій (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Напрями покращення експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт»

Напрямок	Характеристика
Дослідження та аналіз зовнішніх ринків	– вивчення культурних, економічних і політичних аспектів потенційних ринків збуту сільськогосподарської продукції для адаптації маркетингової та бізнес-стратегії; – визначення нішевих сегментів ринку, де продукти підприємства можуть бути особливо конкурентоспроможними
Адаптація продукції до зарубіжних ринків	– адаптація товарів до вимог і уподобань місцевих споживачів на експортних ринках; – забезпечення відповідності продуктів міжнародним стандартам і нормам, таким як СЕ маркування в ЄС
Розробка бренду та маркетингові зусилля на зовнішніх ринках	– розробка і просування бренду, який резонує з міжнародною аудиторією; – використання онлайн платформ для просування продуктів на міжнародному рівні, включаючи соціальні медіа, SEO та інтернет-рекламу.
Оптимізація логістичних процесів та постачання	– оптимізація ланцюжка постачань для зниження витрат і забезпечення своєчасної доставки товарів; – вибір і співпраця з надійними логістичними партнерами, які мають досвід роботи на цільових ринках
Встановлення партнерських відносин на зовнішніх ринках	– налагодження зв'язків з місцевими дистриб'юторами, агентами та іншими партнерами, які можуть допомогти з просуванням продукції; – регулярна участь у міжнародних торгових ярмарках і виставках для розширення бізнес-мережі і прямих продажів
Фінансування та інвестиції в розвиток ЗЕД	– пошук інвесторів або використання урядових грантів і субсидій для фінансування експортних ініціатив; – розробка стратегій фінансового планування для забезпечення стабільності та здатності витримувати ризики міжнародної торгівлі.
Постійне вдосконалення	– регулярний збір зворотного зв'язку від зарубіжних клієнтів і адаптація бізнес-стратегій відповідно до цього; – інвестиції в навчання та розвиток персоналу для підвищення їхніх компетенцій у міжнародній торгівлі

Джерело: складено автором

Запропоновані напрями допоможуть ТОВ «Агростар Експорт» не тільки покращити свій експортний потенціал, але й забезпечити тривалу стабільність та зростання на міжнародних ринках.

Керівництву ТОВ «Агростар Експорт» слід більше уваги приділяти

можливостям розвитку експортного потенціалу підприємства та підвищенню міжнародної конкурентоспроможності його сільськогосподарської продукції. В умовах мінливого зовнішнього середовища, розвитку інноваційних технологій, постійного застосування науково-технічного прогресу, розширення обсягів продажу, перед ТОВ «Агростар Експорт» постає завдання підвищення рівня присутності на зовнішніх ринках для досягнення вищого рівня рентабельності експорту та захоплення максимальної кількості споживачів.

Одним із рекомендованих заходів для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» та вирішення проблем щодо його розвитку є створення закордонного представництва в Польщі. Вибір цієї країни обумовлений тим, що Польща є основним імпортером сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт». Також, розширення експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» на польському ринку може бути перспективним, зважаючи на ряд факторів, які представлені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Фактори, що сприяють експорту продукції ТОВ «Агростар Експорт»
на ринок Польщі

Фактор	Характеристика
Економічні відносини між Україною та Польщею	– Україна та Польща мають хороші двосторонні торговельні відносини, а також обидві країни є частиною ширших міжнародних торговельних угод, що спрощує ведення бізнесу; – близькість до Польщі знижує логістичні витрати та спрощує управління ланцюжком поставок
Маркетингові можливості	– Польща має великий та різноманітний споживчий ринок з високим попитом на імпортні товари, що створює можливості для українських товарів; – культурні схожості між Україною та Польщею можуть сприяти кращому прийняттю продуктів українських брендів польськими споживачами
Юридичні аспекти	– знання підприємством європейських стандартів якості та безпеки, які є вимогливішими, ніж національні стандарти; – відповідність регламентам ЄС, щоб успішно вести бізнес у Польщі
Логістика та постачання	– Польща має розвинену логістичну інфраструктуру, що сприяє ефективному розподілу товарів; – можливості оренди складу для продукції в Польщі, що може зменшити витрати та спростити логістику

Джерело: складено автором

Створення спільного закордонного представництва (із залученням місцевих

працівників – експертів у сфері просування сільськогосподарської продукції на польський ринок) обумовлене необхідністю підвищення експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт». Польща, будучи членом Європейського Союзу, має стабільну економіку та добре розвинену торговельну інфраструктуру, тому вказані вище фактори будуть сприяти експорту сільськогосподарської продукції ТОВ «Агростар Експорт» на польському ринку.

Створення ТОВ «Агростар Експорт» закордонного представництва в Польщі може принести значні переваги. Це не тільки допоможе зміцнити позиції ТОВ «Агростар Експорт» на міжнародному ринку, але й сприятиме його довгостроковому росту та успіху (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Переваги створення ТОВ «Агростар Експорт» закордонного представництва
в Польщі

Перевага	Характеристика
Покращення доступу до ринку	– представництво допоможе краще розуміти потреби та вподобання місцевих споживачів, що сприятиме адаптації продукції; – представництво на місці забезпечить можливість швидше реагувати на зміни ринкових умов та вимог споживачів
Зміцнення бренду та репутації	– пряма присутність на ринку допоможе підвищити рівень довіри до бренду та впізнаваність підприємства; – наявність місцевого офісу дозволить підтримувати більш тісні та ефективні відносини з клієнтами та партнерами
Ефективність логістики та постачання	– оптимізація ланцюгів постачання через більш ефективне планування та управління запасами на місцевому рівні; – можливість зниження транспортних витрат і витрат на зберігання товарів, що покращить загальну ефективність підприємства
Використання місцевих працівників	– найм співробітників, які розуміють місцевий бізнес та культуру, допоможе покращити експортну діяльність підприємства; – інвестиції в розвиток місцевих співробітників можуть сприяти оптимізації торговельних процесів
Комплексне вирішення юридичних питань	– можливість краще розбиратися в місцевих законах, забезпечуючи дотримання всіх необхідних стандартів та норм; – ефективніший захист права та інтересів підприємства на місцевому рівні
Місьцеве інвестування та співпраця	– можливість укладення партнерств з місцевими підприємствами, що може відкривати нові ринки та канали дистрибуції; – участь у місцевих соціальних проектах, підвищення корпоративної відповідальності та позитивного іміджу

Джерело: складено автором

Отже, відкриття ТОВ «Агростар Експорт» закордонного представництва в Польщі може стати значущим кроком для підвищення експортного потенціалу

підприємства, що не тільки забезпечить безпосередній доступ до привабливого європейського ринку, але й значно покращить загальну конкурентоспроможність підприємства та стійкість бізнесу.

Планується, що закордонне представництво ТОВ «Агростар Експорт» буде знаходитися в прямому підпорядкуванні відділу експорту підприємства (рис. 3.1).

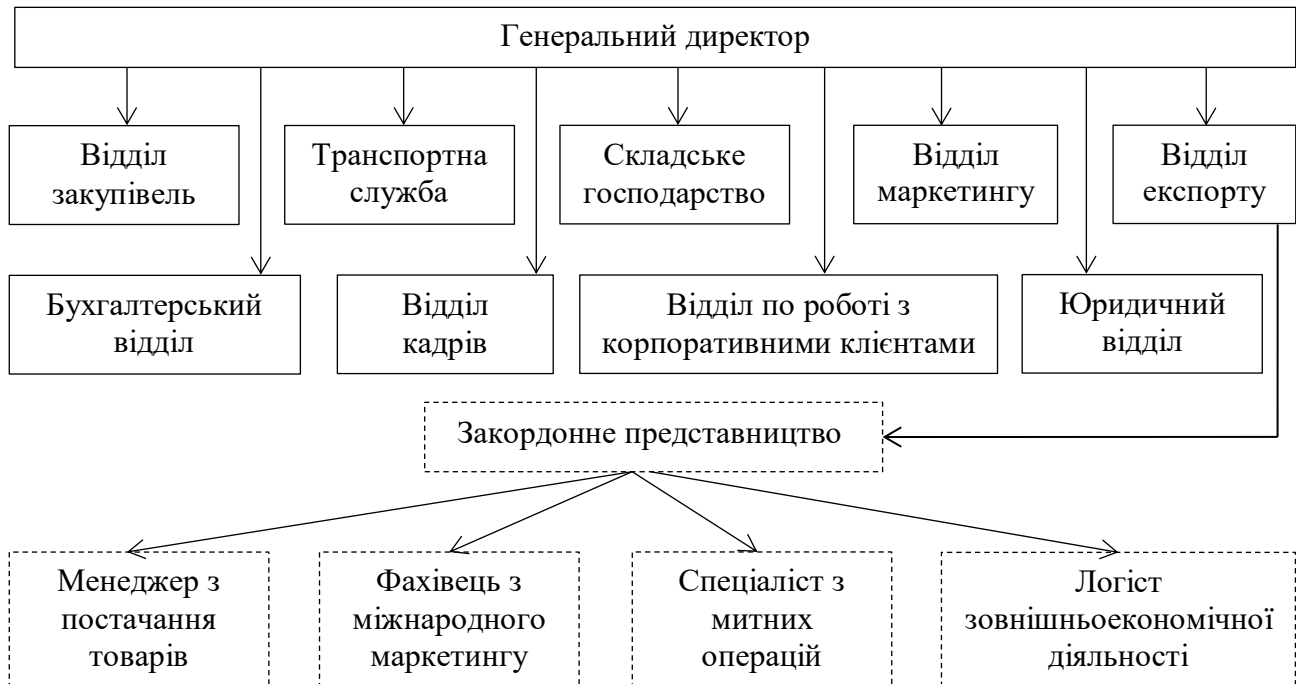


Рис. 3.1. Реорганізована організаційна структура ТОВ «Агростар Експорт»

Джерело: складено автором

Враховуючи те, що до планів ТОВ «Агростар Експорт» не входить здійснення одиничних зовнішньоторговельних операцій з разовою чи періодичною поставкою товарів, а пріоритетним завданням виступає побудова міцних зв'язків із закордонними партнерами, то створення закордонного представництва в Польщі є доцільним заходом. При цьому в рамках запропонованої структури управління експортною діяльністю ТОВ «Агростар Експорт» передбачається залучення з ринку праці Польщі додаткових співробітників.

Закордонне представництво ТОВ «Агростар Експорт» має виконувати ряд важливих функцій, які будуть сприяти розширенню бізнесу, збільшенню обсягів продажів продукції підприємства на польському ринку (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Основні функції закордонного представництва ТОВ «Агростар Експорт»
в Польщі

Функція	Характеристика
Маркетинг та просування продукції	– збір та аналіз інформації про місцевий ринок, конкурентів, потенційних клієнтів та потреби споживачів; – пристосування продукції підприємства до вимог і вподобань місцевих споживачів; – розробка і впровадження маркетингових кампаній та рекламних заходів для підвищення впізнаваності бренду та продуктів компанії.
Продажі та розподіл	– організація та координація продажів, включаючи прямий продаж, роботу з дистриб'юторами та ритейлерами; – оптимізація логістичних операцій та управління ланцюгами постачання для забезпечення ефективної доставки товарів.
Клієнтська підтримка	– надання післяпродажної підтримки, сервісних послуг, та вирішення рекламаций; – збір та аналіз зворотного зв'язку від клієнтів для покращення продукції підприємства.
Регуляторна відповідність	– забезпечення дотримання місцевих та міжнародних законів, норм, стандартів якості та безпеки; – отримання необхідних ліцензій та сертифікатів для ведення діяльності на місцевому ринку.
Партнерство	– встановлення та розвиток партнерських відносин з місцевими підприємствами, урядовими структурами та іншими зацікавленими сторонами; – активна участь у місцевих торгових асоціаціях, індустріальних кластерах та інших професійних мережах.
Інвестиції та розвиток	– ідентифікація та реалізація можливостей для внутрішнього зростання на місцевому ринку; – сприяння інноваційним проектам і розвитку нових продуктів або поліпшенню існуючих, адаптованих до місцевого ринку.

Джерело: складено автором

Закордонне представництво має відігравати ключову роль у забезпеченні ефективного здійснення експортних операцій ТОВ «Агростар Експорт» в Польщі, що має проявлятися в наступному:

1) закордонне представництво повинне постійно здійснювати маркетингові дослідження ринку сільськогосподарської продукції Польщі (з метою вивчення попиту і смаків споживачів, структури ринку), що в подальшому дасть можливість зрозуміти як правильно необхідно організовувати підхід до організації та стимулюванні експортної діяльності, її технологічного забезпечення, налагодження збутового процесу;

2) закордонне представництво в Польщі має працювати над налагодженням ділових зв'язків та підбором партнерів, з якими доцільно заключити зовнішньоторговельні договори, що охоплює організацію роботи з дилерами, брокерами, торговими агентами, відділами митниці, споживачами;

3) закордонному представництву слід працювати над організацією міжнародних переговорів, прийняттям та виїздом делегації зі спеціалізованою зовнішньоторговельною місією;

4) працівники закордонного представництва повинні здійснювати контроль за проведенням експортних операцій, оформленням документів та обліком проведення розрахунків;

5) закордонне представництво в Польщі має сприяти залученню науково-технологічного співробітництва для модернізації технологій транспортування та зберігання сільськогосподарської продукції, а також її продажу, які б відповідали сучасним вимогам;

6) закордонне представництво має активно приймати участь та займати ключову роль у розробці експортної стратегії ТОВ «Агростар Експорт»;

7) на закордонне представництво буде покладатися функція розповсюдження міжнародної реклами, організація у прийнятті участі в міжнародних виставках, ярмарках, аукціонах, конкурсах, торгах, тощо;

8) закордонне представництво має активно працювати у сфері застосування митно-тарифних методів регулювання зовнішньої торгівлі для підвищення ступеня рівня безпеки підприємства та обігу грошових коштів за результатами реалізованих експортних операцій.

Вищенаведені функції дозволять закордонному представництву ТОВ «Агростар Експорт» ефективно управляти місцевою діяльністю, адаптуватися до ринкових умов, розширювати ринкову частку та підвищувати конкурентоспроможність підприємства на глобальному рівні.

Слід відзначити, що оскільки ТОВ «Агростар Експорт» є експертно-орієнтованим підприємством та має специфічні особливості виходу на зовнішній ринок, то експортний відділ повинен активізувати роботу всіх інших структурних

підрозділів підприємства. Через те, що сьогодні всі процеси в ТОВ «Агростар Експорт» спрямовуються на налагодження співпраці на закордонних ринках, то експортний відділ ТОВ «Агростар Експорт» має стати головною структурною одиницею підвищення його експортного потенціалу, на який не тільки покладатиметься реалізація експортних функцій, а і безпосередня близькість, взаємодія та регулювання переважної кількості господарських процесів на підприємстві. Це свідчить про те, що експортний відділ ТОВ «Агростар Експорт» має досліджувати і аналізувати не тільки можливості включення підприємства до співпраці з іноземними контрагентами, а і можливості самого підприємства відповідати всім потрібним вимогам для участі у такі співпраці.

У зв'язку з цим, на рис. 3.2 наведена структурна організація здійснення експортних операцій ТОВ «Агростар Експорт» на основі активізації експортного відділу ЗЕД в ній.

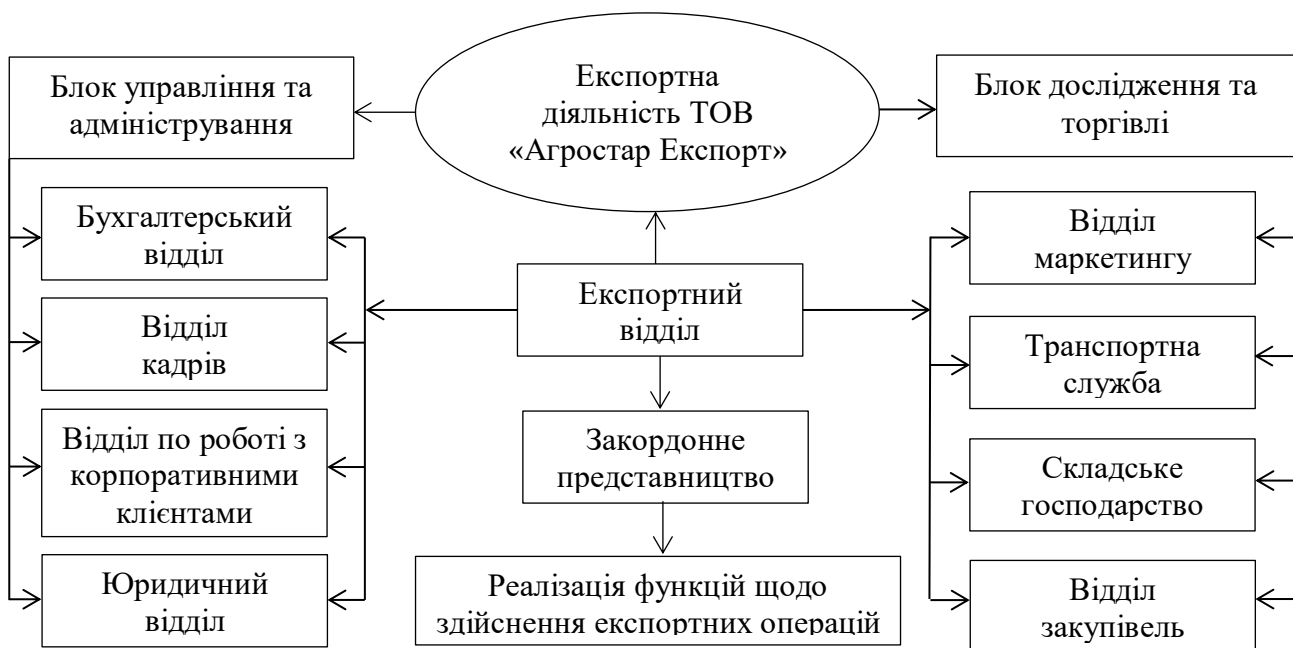


Рис. 3.2. Структурна організація здійснення експортної діяльності

ТОВ «Агростар Експорт» для підвищення експортного потенціалу

Джерело: розроблено автором

Отже, здійснення експортних операцій в ТОВ «Агростар Експорт» вимагає ретельної співпраці експортного відділу з багатьма іншими структурними відділами підприємства, оскільки вирішення питань дослідження ринку, підписання зовнішньоторговельних контрактів, організації доставки

сільськогосподарських товарів, впровадження нових технологій, використання митно-тарифних заходів під час експорту, збут продукції вимагають реалізації багатьох задач, які слід покладати на тісну співпрацю всіх працівників ТОВ «Агростар Експорт» з відділом експорту.

Планується, що створене закордонне представництво ТОВ «Агростар Експорт» в Польщі буде здійснювати два базових напрямів діяльності, а саме: організація та розвиток експортної діяльності, а також проведення митних операцій.

У рамках першого напрямку діяльності (організація експортних поставок сільськогосподарської продукції) передбачається реалізація досить широкого кола робіт (рис. 3.3).

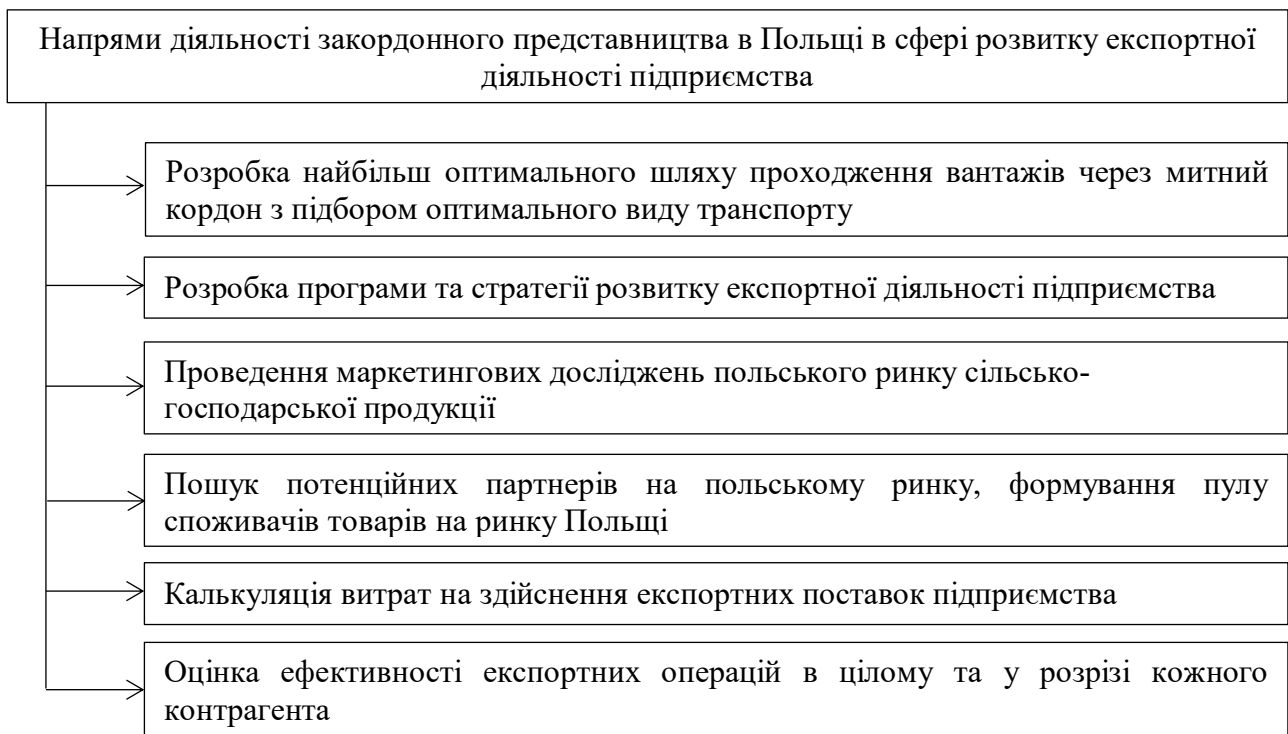


Рис. 3.3. Рекомендовані напрями діяльності закордонного представництва в Польщі в сфері підвищення експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт»

Джерело: розроблено автором

В свою чергу, в рамках другої сфери діяльності закордонного представництва ТОВ «Агростар Експорт» (проведення митних операцій та здійснення митного оформлення сільськогосподарської продукції) передбачається, що він виконуватиме функції, які представлені на рис. 3.4.

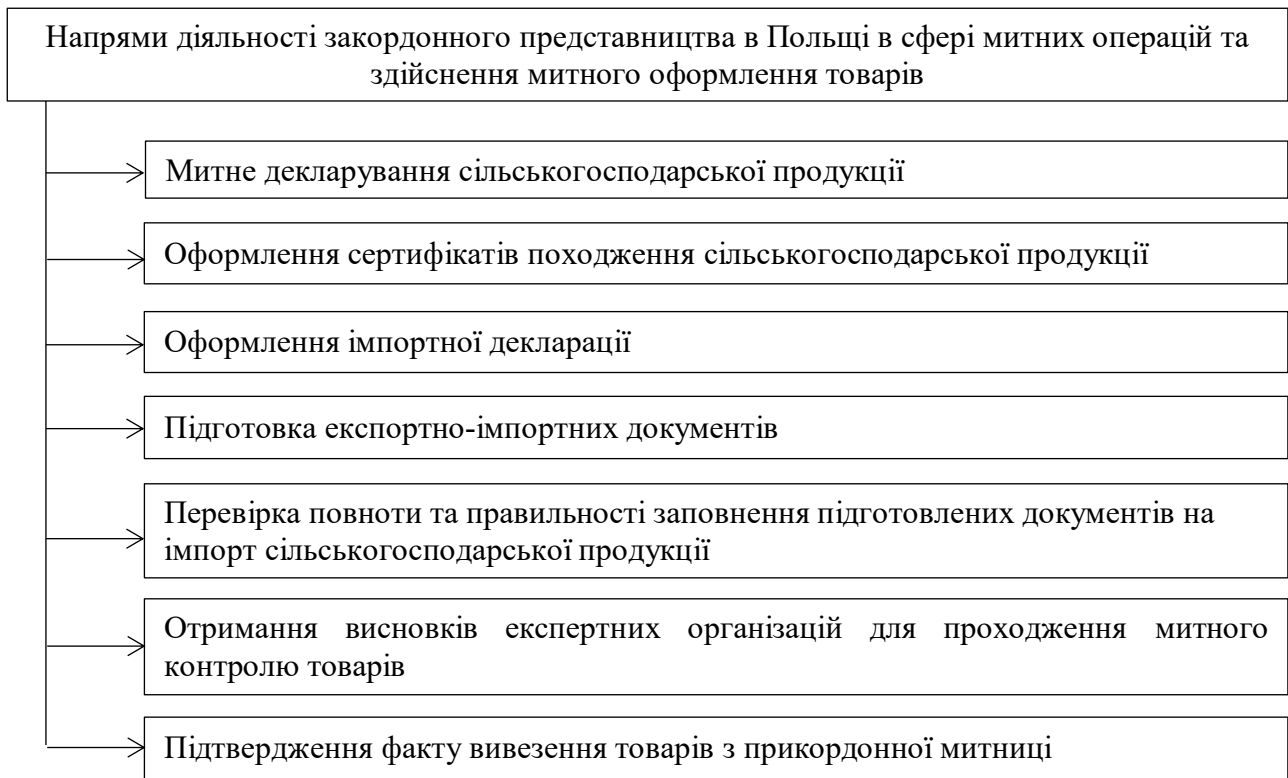


Рис. 3.4. Ключові напрями діяльності закордонного представництва в Польщі в сфері здійснення митних операцій та митного оформлення товарів

Джерело: розроблено автором

Особливе місце у функціоналі експортного відділу ТОВ «Агростар Експорт» та закордонного представництва в Польщі в сфері здійснення митних операцій має бути відведене підготовці та оформленню всіх необхідних документів для сільськогосподарської продукції, що проходить через митні кордони.

У зв'язку з цим передбачається, що експортний відділ та закордонне представництво в Польщі здійснюватимуть підготовку та оформлення наступних видів документів: зовнішньоторговельний контракт; інвойс (рахунок); опис продукції; пакувальний лист; товарно-транспортна накладна міжнародного зразка; підтвердження права володіння вантажем, що відправляється; сертифікати, ліцензії та інші дозвільні документи для вивезення/ввезення сільськогосподарської продукції; документи, що підтверджують походження сільськогосподарської продукції (сертифікати, посвідчення про якість, торгову марку та фірму-виробника).

Як показує практика, саме оформлення цього набору документів найчастіше

викликає проблеми під час здійснення експортної діяльності в ТОВ «Агростар Експорт». Тому в цілях забезпечення якісного оформлення вказаних документів пропонується забезпечити постійне підвищення кваліфікації спеціаліста з митних операцій.

3.2. Обґрунтування можливостей експорту органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу

На даний момент часу для ТОВ «Агростар Експорт», як відомого експортера сільськогосподарської продукції до Європейського Союзу, перспективним напрямом розвитку зовнішньоекономічної діяльності є можливість експорту до країн ЄС органічної продукції.

Відзначимо, що органічна продукція – це «сільськогосподарська продукція, у тому числі харчові продукти та корми, отримані в результаті органічного виробництва» [43]. Ринок органічної продукції займає одне з головних місць у світовій економіці, зокрема і в країнах Європейського Союзу. У країнах ЄС існує великий попит на органічну продукцію і значні обсяги органічної продукції, а безпосередньо органічної сировини, з України експортується в ці країни для подальшого перероблення та споживання.

Згідно зданим галузевого звіту «The World of Organic Agriculture 2024» щодо розвитку світового органічного ринку в 2022 році, Україна оновила максимальний показник експорту органічної продукції. Незважаючи на повномасштабну російську агресію, Україна досягла найбільшої вартості експорту органічної агропродовольчої продукції на суму 208 млн. євро, перевищивши попередній пік 2021 року, який становив 188 млн. євро (рис. 3.5).

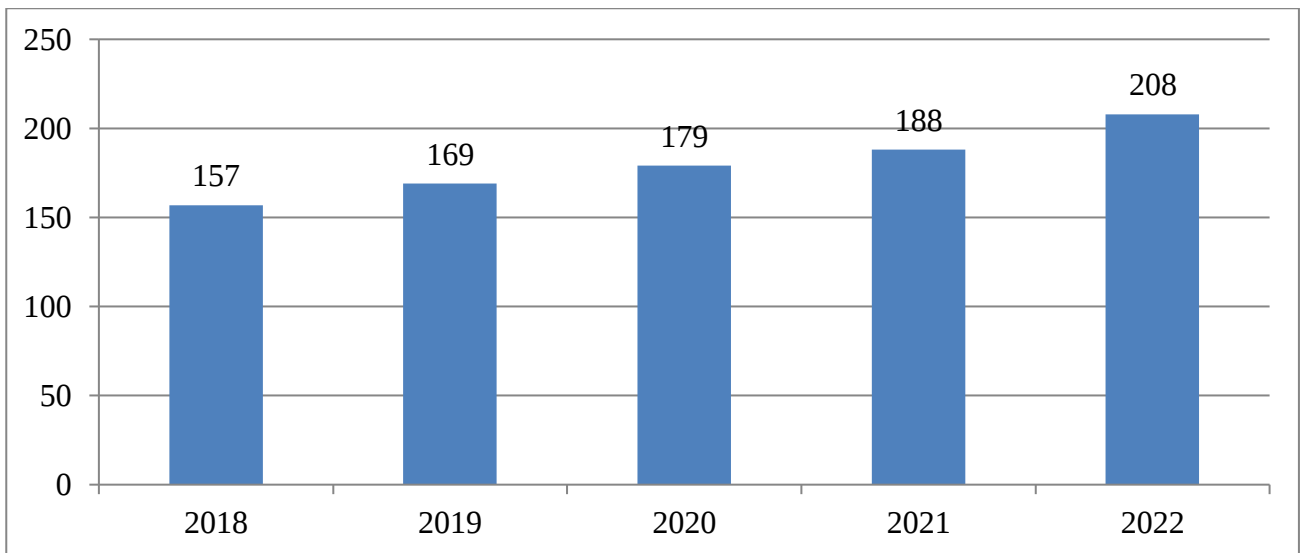


Рис. 3.5. Динаміка експорту української органічної агропродовольчої продукції до ЄС за 2018-2022 роки, млн. євро

Джерело: складено автором за даними [19]

При цьому, Україна покращила свої позиції на ринку Євросоюзу. За підсумками 2022 року Україна посіла третє місце в рейтингу країн-постачальників органічного продовольства з кількісним обсягом у 219 тис. т; тоді як у 2021 році Україна, відповідно, посідала п'яте місце та експортувала 189 тис. т органічної продукції [37]. Найбільші імпортери української органічної продукції в Європейському Союзі представлені на рис. 3.6.

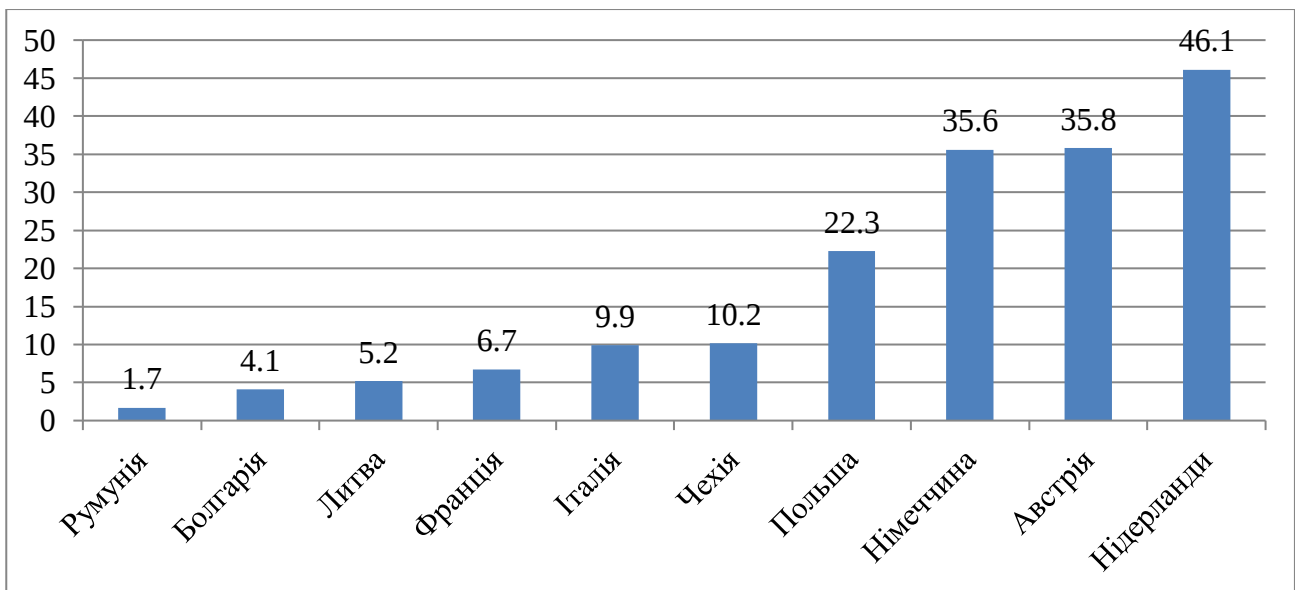


Рис. 3.6. Топ-країн імпортерів української органічної продукції в ЄС у 2022 році, млн. євро

Джерело: складено автором за даними [19]

Що стосується 2022 року, то у цьому році експорт органічної продукції до країн Європи становив 226,4 тис. тонн. Щодо 2023 року, то незважаючи на триваючу війну, рекордні показники експорту спостерігалися вже в січні та лютому. За ці два місяці 2023 року було експортовано 75,7 тис. тонн, що становить третину від загального обсягу експорту у 2022 році. З березня по травень 2023 року спостерігався значний спад експорту, який відновився вже в червні і демонструє позитивну динаміку [14].

Явним лідером серед торгових партнерів для української органічної продукції у 2022 році стали Нідерланди. До країни було відвантажено 101 тис. тонн органічної продукції, що становить майже 45% органічного експорту України. Серед країн-лідерів – Німеччина (33,1 тис. тонн, тобто 15% від загального експорту), Австрія (27,3 тис. тонн, тобто 12%), Швейцарія (17,7 тис. тонн, тобто 8%) та Польща (13,4 тис. тонн, тобто 6%) [32].

Як видно з наведених даних, найбільшими імпортерами української органічної продукції в ЄС в 2022 році були Польща, Німеччина, Австрія та Нідерланди. Відповідно ТОВ «Агростар Експорт» рекомендується здійснювати експортні поставки органічної продукції саме в ці країни.

Попри російсько-українську війну та негативні чинники, що зумовлені нею, у 2022 році до органічного ринку України приєдналися нові оператори та на ринок вийшло більше переробленої органічної продукції. Так, за останніми даними в Україні функціонують оператори, 85% з яких сертифіковані українським органом ТОВ «Органік Стандарт». Інші 15% операторів перебувають під контролем іноземних органів сертифікації [27].

Відтоді як 24 лютого 2022 року почалося широкомасштабне вторгнення російського ворога в Україну, органічний сектор України, як і весь аграрний сектор, постраждав. Проблеми, зумовлені війною, висвітлені окупованими землями, зруйнованими підприємствами, складами та інфраструктурою, дефіцитом палива та транспортних засобів. Однак виробники органічної продукції у регіонах, де не було активних бойових дій, за цей період не припиняли свою діяльність, або дещо призупинялися, але сьогодні успішно функціонують та

нарощують обсяги виробництва органічної продукції [33].

Також на національному рівні Україна налаштована на розвиток виробництва органічної продукції як одного з пріоритетних напрямів середньострокової «зеленої» трансформації сільського господарства. Зокрема, виробництво органічної продукції може відігравати важливу роль в адаптації та пом'якшенні змін клімату, основні положення чого було закладено на Міжнародній конференції з відновлення України (URC 2022), яка відбулась 4-5 липня 2022 року в Лугано (Швейцарія). Цей захід проводився з метою надання існуючим та потенційним міжнародним партнерам українських експортерів органічної продукції достовірної та актуальної інформації про стан органічного ринку та його можливості.

Щодо пріоритетів та перспектив розвитку експорту української органічної продукції, то слід відзначити, що важливою засадою цього стало отримання Україною статусу кандидата на членство в ЄС, що розширює можливості співпраці з країнами ЄС. Таким чином, виробники української органічної продукції отримали можливість збільшити власний експорт органічної продукції, знайти нові ринки збуту та нових клієнтів і партнерів.

Розглядаючи особливості розвитку експорту органічної продукції з України до ЄС, то слід відзначити, що протягом багатьох років Україна залишається надійним постачальником органічної продукції та входить до ТОП-5 постачальників органічної продукції до ЄС. Відтак, Україна відіграє важливу роль на міжнародному органічному ринку, що вказує на те, що багато компаній сьогодні готові продовжувати вести бізнес і експортувати, попри війну.

За даними, вказаними у матеріалах «Світ органічного сільського господарства. Статистика та нові тренди 2023», Україна посіла 4 місце за експортом органічної продукції до ЄС у 2019 та 2020 роках. Попри війну, очікується, що Україна продовжуватиме нарощувати обсяги органічного виробництва та експорту органічної продукції і посилювати свою лідерську роль як одного з провідних світових експортерів органічної продукції. У 2022 році Україна стала третім найважливішим постачальником органічної продукції до ЄС

переважно завдяки зростанню експорту органічної сої, пшениці і кукурудзи [51].

Зазначене вище дає підстави відзначити, що органічне виробництво в Україні має величезний потенціал, в тому числі експортний. У 2020 році лише 1,1% сільськогосподарських територій України використовувалися для органічного виробництва. Подальший розвиток цього напрямку виробництва має стратегічне значення не лише для глобальної продовольчої безпеки, але й для ефективного пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації країни до зміни клімату.

З метою демонстрації готовності українських експортерів органічної продукції продовжувати міжнародну торгівлю, ДУ «Офіс з розвитку підприємництва та експорту» спільно з об'єднанням «Органічна ініціатива» та органом сертифікації «Органік Стандарт» в рамках швейцарської підтримки (QFTP та OT4D) створено каталог українських експортерів органічної продукції. У цьому каталозі вказані потенційні партнери, зацікавлені в імпорті органічної продукції з України. Окрім того, визначено майже 100 виробників органічної продукції з усіх регіонів України з усією контактною інформацією та інформацією про їхню продукцію [20].

Попри всі труднощі, українські експортери органічної продукції продовжують експортувати та брати участь у міжнародних органічних ярмарках.

Доцільно відзначити, що українські виробники органічної продукції експортують понад 60 найменувань продукції, серед яких зернові (кукурудза, пшениця, ячмінь), олійні, соєві боби, соняшникова олія, фрукти та ягоди, овочі, гриби, горіхи, зелень і кетчупи, соки, борошно, мед, равлики. До лідерів органічної продукції експорту у 2022 році увійшли соєві боби (33,7 тис. тонн, тобто 15%), пшениця та спельта (24,2 тис. тонн, тобто 11%), макуха соняшника (13,2 тис. тонн, тобто 6%) та насіння соняшнику (13 тис. тонн, тобто 6%), соняшникова олія (8 тис. тонн, тобто 3,5%) [32].

ТОП-10 експортованих Україною органічних продуктів у 2022 році до ЄС представлений на рис. 3.7.

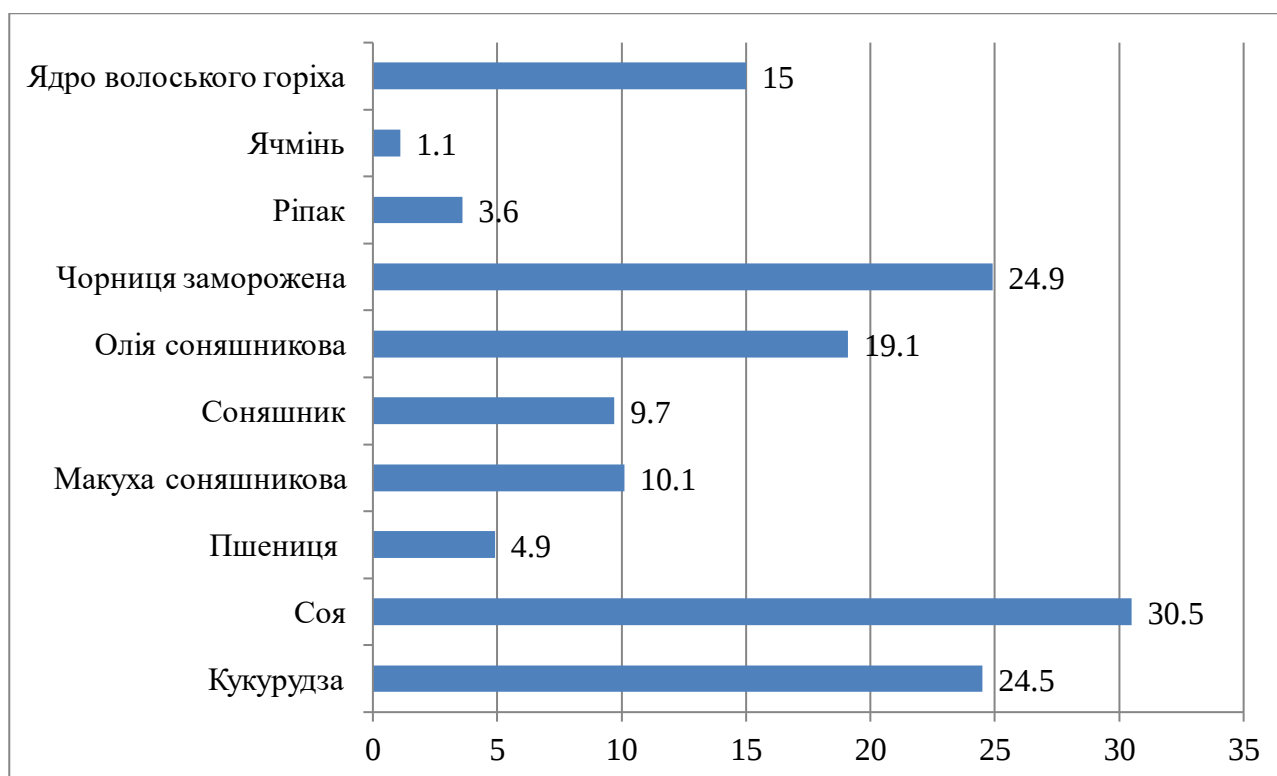


Рис. 3.7. ТОП-10 експортованих органічних продуктів з України в ЄС у 2022 році, млн. євро.

Джерело: складено автором за даними [19]

У зв'язку з цим, ТОВ «Агростар Експорт» рекомендується здійснювати експортні поставки органічної продукції саме тих видів, які представлені на рис. 3.7, оскільки вони користуються найбільшим попитом в країнах ЄС.

Стосовно транспортування органічної продукції, то більшість такої продукції в 2022 році експортувалася автомобільним транспортом (58,6%). Морським і річковим транспортом експортовано 26,8%, а залізничним – 14,6% [32]. Оскільки ТОВ «Агростар Експорт» має свій власний автопарк, то здійснення експортних поставок органічних продуктів до країн ЄС автомобільним транспортом буде не складним процесом.

Отже, можна стверджувати, що доцільність експорту ТОВ «Агростар Експорт» українських органічних продуктів до країн ЄС зумовлена наступними чинниками (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Доцільність експорту ТОВ «Агростар Експорт» українських органічних продуктів

до країн ЄС

Перевага	Характеристика
Відкриття нових ринків	– експорт органічної продукції дозволить підприємству збільшити свою клієнтську базу та частку зовнішнього ринку; – ЄС має велику кількість споживачів з високим рівнем доходу, які готові платити премію за органічні продукти
Покращення бренду та репутації	– продаж органічної продукції на ринках ЄС може покращити імідж і репутацію бренду, підвищивши його впізнаваність і віддачу від маркетингових інвестицій; – відповідність органічної продукції високим стандартам ЄС може служити доказом якості, що підвищує довіру до продукції
Збільшення прибутку	– органічні продукти зазвичай мають вищу роздрібну ціну в порівнянні з традиційними продуктами, що може збільшити прибутковість бізнесу; – доступ до нових міжнародних ринків може допомогти стабілізувати доходи, знижуючи вплив сезонності або коливань попиту на інших ринках
Фінансові та економічні стимули	– українські експортери можуть користуватися різними формами державної підтримки, включаючи дотації на сертифікацію, податкові пільги та інвестиційні гранти; – доступ до європейських фондів та програм сприяння торгівлі, що можуть підтримувати експансію на нові ринки.
Технологічний та професійний розвиток	– співпраця з європейськими партнерами може сприяти обміну технологіями та досвідом, що підвищить ефективність та інноваційність підприємства; – вимоги європейських ринків можуть стимулювати покращення управлінських практик та операційних процесів на підприємстві
Розширення виробничих можливостей	– доступ до нових ринків може стимулювати збільшення обсягів продажу та модернізацію автопарку; – розширення експортної діяльності може сприяти створенню нових робочих місць

Джерело: складено автором

Отже, можна стверджувати, що експорт ТОВ «Агростар Експорт» органічної продукції до країн ЄС не тільки відкриває нові комерційні можливості для підприємства, але й буде сприяти його сталому розвитку, покращенню фінансового стану та розширенню обсягів господарської діяльності.

Органічний потенціал ринку ЄС доволі масштабний, а попит на органічну продукцію лише зростатиме. У зв'язку з цим, наведемо основні кроки, які необхідно зробити ТОВ «Агростар Експорт» для налагодження систематичного постачання органічної продукції за кордон (рис. 3.8).

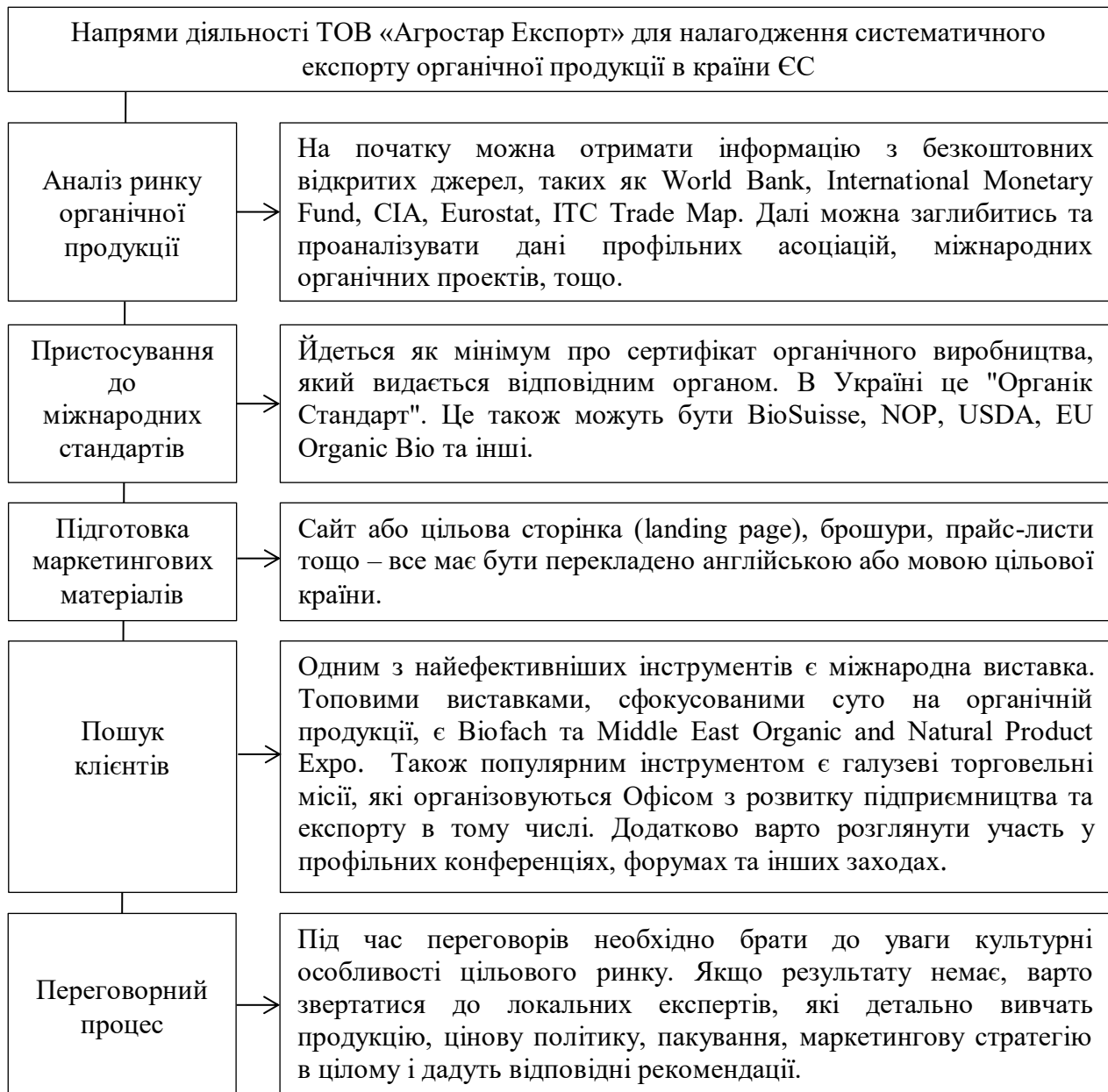


Рис. 3.8. Етапи діяльності ТОВ «Агростар Експорт» для налагодження експортних поставок органічної продукції в країни ЄС

Джерело: складено автором

Таким чином, можна стверджувати, що ТОВ «Агростар Експорт», яке активно працює на міжнародних ринках, зокрема на європейському, і є надійним експортером сільськогосподарської продукції, має всі можливості для активізації своїх експортних можливостей та налагодження партнерських відносин шляхом здійснення експортних поставок органічної продукції в країни Європейського Союзу.

Висновки до розділу 3

1. Розвиток експортного потенціалу ТОВ «Агростар Експорт» вимагає комплексного підходу до управління якістю, маркетингом, логістикою та стратегічним плануванням, а також активного вивчення і адаптації до умов цільових ринків. Одним із рекомендованих заходів для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» та вирішення проблем щодо його розвитку є створення закордонного представництва в Польщі із залученням місцевих експертів у сфері просування сільськогосподарської продукції. Створене закордонне представництво ТОВ «Агростар Експорт» в Польщі буде здійснювати два базових напрямів діяльності, а саме: організація та розвиток експортної діяльності, а також проведення митних операцій.

2. Для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» запропоновано здійснювати експортні поставки органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу. ТОВ «Агростар Експорт» рекомендується здійснювати експортні поставки органічної продукції в такі країни, як Польща, Німеччина, Австрія та Нідерланди. Також підприємству доцільно експортувати органічну продукцію таких видів, як: кукурудза, соя, пшениця, макуха соняшникова, соняшник, олія соняшникова, чорниця заморожена, ріпак, ячмінь та ядро волоського горіха.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумок, можна зробити наступні висновки.

1. Експортна діяльність сільськогосподарського підприємства – це сукупність його дій як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, яка пов'язана з проведенням організаційно-економічних заходів з підготовки та продажу виробленої сільськогосподарської продукції іноземним контрагентам. Також можна стверджувати, що експортна діяльність сільськогосподарського підприємства представляє собою процес продажу сільськогосподарської продукції за межами власної країни з метою отримання прибутку та розширення ринків збуту.

2. Експортна діяльність сільськогосподарських підприємств піддається впливу різноманітних чинників, які можна класифікувати за різними критеріями: за місцем виникнення (зовнішні та внутрішні), за ступенем керованості (об'єктивні, суб'єктивні та кон'юнктурні), за характером визначення (кількісні та якісні), за інтенсивністю впливу (основні та другорядні), за періодом дії (короткострокові та довгострокові), за кількістю об'єктів впливу (інтегральні та селективні), за результатами впливу (негативні та позитивні) тощо.

3. До основних методичних підходів щодо удосконалення експортної діяльності сільськогосподарських підприємств можна віднести: покращення маркетингу та проведення досліджень зовнішніх ринків; підвищення якості експортованої сільськогосподарської продукції; технологічна модернізація виробничих потужностей; оптимізація ланцюгів постачання експортованої сільськогосподарської продукції; створення та підтримка сильного бренду на міжнародних ринках; розвиток партнерства шляхом укладення угод із зарубіжними контрагентами та участі у міжнародних виставках і ярмарках; фінансове планування та мінімізації валютних ризиків; підвищення кваліфікації працівників, які відповідальні за експортну діяльність; зниження рівня ризику шляхом диверсифікація експорту; впровадження етичних стандартів в бізнес-процеси та участь підприємства у програмах соціальної відповідальності.

4. ТОВ «Агростар Експорт» – це підприємство, яке спеціалізується на експортних поставках різноманітної сільськогосподарської продукції. Для здійснення своєї діяльності ТОВ «Агростар Експорт» застосовує класичну лінійно-функціональну організаційну структуру управління. Валюта балансу ТОВ «Агростар Експорт» за 2021-2023 роки збільшилася, що вказує на інтенсифікацію господарської діяльності підприємства. Результати аналізу свідчать про те, що ТОВ «Агростар Експорт» є ліквідним, платоспроможним та фінансово стійким підприємством. На протязі 2021-2023 роках ТОВ «Агростар Експорт» досить ефективно здійснювало свою господарську діяльність.

5. Обсяги експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» мають чітку тенденцію до зростання – за 2021-2023 роки експортні поставки сільськогосподарської продукції зросли на 134881,7 тис. грн. В галузевому розрізі за 2021-2023 роки обсяги експорту продукції рослинництва збільшилися на 166277,8 тис. грн., а продукції тваринництва – на 102010,1 тис. грн. ТОВ «Агростар Експорт» здійснює експорт сільськогосподарської продукції до країн ЄС, при цьому ключовими партнерами для підприємства є контрагенти з Польщі, Румунії, Франції, Німеччини, Болгарії та Литви. Розмір чистого прибутку підприємства від здійснення експортної діяльності за 2021-2023 роки підвищився на 10240,1 тис. грн., однак її рентабельність в динаміці зменшилася на 8,98%, що пов'язано зі зростанням витрат на здійснення експортних поставок сільськогосподарської продукції.

6. Оцінка чинників, що впливають на сучасний стан експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт», була проведена за допомогою SWOT та PEST аналізу. SWOT-аналіз дозволив розробити комбінації, які необхідно враховувати при проектуванні управлінських рішень щодо формування експортної стратегії діяльності підприємства. Результати PEST-аналіз стверджують, що на експортну діяльність ТОВ «Агростар Експорт» здійснюють вплив такі чинники зовнішнього середовища, як політичні (20,0%), економічні (20,43%), соціальні (24,78%) та технологічні (34,78%).

7. Загальними напрямками покращення експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агростар Експорт» є: проведення

дослідження та аналізу зовнішніх ринків; адаптація продукції до зарубіжних ринків; розробка бренду та маркетингові зусилля на зовнішніх ринках; оптимізація логістичних процесів та постачання; встановлення партнерських відносин на зовнішніх ринках; фінансування та інвестиції в розвиток ЗЕД; постійне вдосконалення. Одним із рекомендованих заходів для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» та вирішення проблем щодо його розвитку є створення закордонного представництва в Польщі із залученням місцевих експертів у сфері просування сільськогосподарської продукції. Створене закордонне представництво ТОВ «Агростар Експорт» в Польщі буде здійснювати два базових напрямів діяльності, а саме: організація та розвиток експортної діяльності, а також проведення митних операцій.

8. Для збільшення обсягів експортної діяльності ТОВ «Агростар Експорт» запропоновано здійснювати експортні поставки органічної сільськогосподарської продукції до країн Європейського Союзу. Це обумовлено тим, що: по-перше, Україна посідає третє місце в рейтингу країн-постачальників органічного продовольства, що свідчить про наявність попиту на цей вид продукції; по-друге, ТОВ «Агростар Експорт» володіє власним автопарком для здійснення міжнародних перевезень органічної продукції; по-третє, підприємство має значний досвід роботи на зарубіжних ринках та велику кількість клієнтів. ТОВ «Агростар Експорт» рекомендується здійснювати експортні поставки органічної продукції в такі країни, як Польща, Німеччина, Австрія та Нідерланди. Також підприємству доцільно експортувати органічну продукцію таких видів, як: кукурудза, соя, пшениця, макуха соняшникова, соняшник, олія соняшникова, чорниця заморожена, ріпак, ячмінь та ядро волоського горіха. До основних етапів діяльності ТОВ «Агростар Експорт» для налагодження експортних поставок органічної продукції в країни ЄС слід віднести: аналіз ринку органічної продукції; пристосування продукції до міжнародних стандартів; підготовка маркетингових матеріалів; пошук клієнтів, переговорний процес, підписання зовнішньоторговельних контрактів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Т. І., Баранова Є. О., Саєнко О. П. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на принципах маркетингу. *Вісник Одеського національного університету*. 2016. Вип. 4. С. 12-15.
2. Аль-Оста С. А. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 213-220.
3. Андришин В. П. Розвиток експортної діяльності деревообробних підприємств: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04. Ужгород, 2016. 273 с.
4. Андріанова І. К., Бричка А. Ю. Удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю аграрних підприємств. *Вісник ХНАУ*. 2014. № 5. С. 70-74.
5. Бабій І. В. Вплив факторів на забезпечення зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 114-118.
6. Березіна Л. М. Зовнішньоекономічні аспекти в удосконаленні відносин підприємств АПК. *Економічні інновації*. 2011. Вип. 43. С. 26-32.
7. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник української мови. Ірпінь: ВТФ «Петрун», 2002. 1440 с.
8. Вацик Н. О. Витрати на експортну діяльність: сутність, склад та загальна характеристика. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. №4. С. 68-74.
9. Волков Б. О. Теоретичні підходи до визначення суті експортної діяльності підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2017. №54. С. 15-20.
10. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М. Економічний аналіз: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2015. 310 с.
11. Гамідов Г. С., Тепсаєв О. М. Інновації та конкурентоспроможність – головні фактори сталого розвитку підприємств. *Інновації*. 2019. № 1. С. 14-19.
12. Глаголева С. В., Ізмайлова Д. К. Зовнішньоекономічна діяльність України: проблеми та тенденції розвитку. *Матеріали науково-практичної конференції «Наука та соціум»*. 2019. № 11. С. 114-118.

13. Григор'єва М. І. Удосконалення системи управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності у бізнес-плануванні. *Наукові праці МАУП*. 2015. Вип. 44. С. 192-200.
14. Дашборд щодо експорту української органічної продукції. URL: https://export.gov.ua/740-eksport_ukrainskoi_organichnoi_produktsii (дата звернення: 05.04.2024).
15. Долгова А. С. Удосконалення управління зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2014. № 8. С. 98-107.
16. Дубічинський В. В. Сучасний тлумачний словник української мови: 100000 слів. Харків: ВД «Школа», 2008. 1008 с.
17. Єрмаченко В. Є., Лабунська С. В., Маляревська О. Г. Облік і техніка зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 480 с.
18. Зінь Е. А., Дука Н. С. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Підручник. Київ: Кондор, 2019. 432 с.
19. Інформаційний портал OrganicInfo. URL: <https://organicinfo.ua> (дата звернення: 02.04.2024).
20. Каталог українських експортерів органічної продукції 2022. URL: https://export.gov.ua/684-katalog_ukrainskikh_eksporteriv_organichnoi_produktsii (дата звернення: 05.04.2024).
21. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2017. 384 с.
22. Коблянська О. І., Сліпченко Ю. В. Сучасний стан проведення експортно-імпортних операцій в Україні. *Облік і фінанси АПК*. 2007. №3/5. С. 148-158.
23. Козак Ю. Г., Астаф'єва В. А. Експортна діяльність підприємств: теоретичні аспекти дослідження. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/09/229.pdf> (дата звернення: 04.01.2024).
24. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Ржепішевський К. І.. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: кредитно-модульний курс: Навчальний посібник. Київ:

Центр учбової літератури, 2010. 288 с.

25. Козик В. В., Панкова Л. А., Карп'як Я. С. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 608 с.
26. Компанія ТОВ «Агростар Експорт»: інформація про підприємство. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41710898/ (дата звернення: 27.02.2024).
27. Корогод О. Як дипломати допомагають просувати органічних виробників на міжнародних ринках. *Економічна правда*. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/21/703411/> (дата звернення: 03.04.2024).
28. Кубай О. Г., Денєга Ю. В. Диверсифікація діяльності як фактор збалансованого розвитку аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 85-92.
29. Кузьмін О. Є., Демчук А. В. Організація експортної діяльності підприємства. *Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. Львів, 2011. С. 173-174.
30. Ліпич Л. Г., Фатенок-Ткачук А. О. Фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств. *Економіка та держава*. 2008. № 5. С. 29-32.
31. Мельник О. Г., Нагірна М. Я. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 63-66.
32. Негода Ю., Гузь М. Ринок органічної продукції в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. №54. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2755/2674> (дата звернення: 05.04.2024).
33. Негода Ю., Гузь М. Експорт української органічної продукції: пріоритети та перспектив розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3190/3113> (дата звернення: 03.04.2024).
34. Нікітіна А. В., Юдіна І. В. Удосконалення теоретико-методичних основ

експортного потенціалу підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 24-27.

35. Носач Л. Л., Козуб В. О., Гринько П. Л. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво «Монограф», 2015. 320 с.
36. Огданська О. Д., Сергієнко К. К. Аналіз міжнародної торгівлі АПК. *Молодий вчений*. 2019. №10 (74). С. 680-684.
37. Олар К. Україна знову встановила рекорд вартості експорту органічної продукції. URL: <http://www.jagodnik.info/ukrayina-znovu-vstanovyla-rekord-vartosti-eksportu-organichnoyi-produktsiyi/> (дата звернення: 06.04.2024).
38. Ортинська О. Л., Череп А. В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. *Національне господарство України: теорія та практика управління*. 2008. №1. С. 232-236.
39. Островський І. А., Шекшуєв О. А. Конспект лекцій з дисципліни «Основи зовнішньоекономічних зв'язків». Харків: ХНАМГ, 2011. 121 с.
40. Петрига О. М., Прус Ю. О., Яворська Т. І. Економіка аграрного підприємства: навчальний посібник. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. 498 с.
41. Петухова О. М., Ямкова А. М. Розвиток експортної діяльності підприємства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2019. № 1. С. 47-54.
42. Подольська Т. В., Григорян Е. Г. Експорт сільськогосподарських підприємств: проблеми та інструменти вирішення. *Індустріальна економіка*. 2021. №5. С. 404-410.
43. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції: Закон України від 10.07.2018 року № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19> (дата звернення: 05.04.2024).
44. Прокопишин О. С. Проблеми та перспективи розвитку ринків збуту продукції АПК в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку ринку аграрної продукції в*

Україні: матеріали круглого столу. Дубляни, 2015. С. 101-104.

45. Сидоришина І. В., Пермінова С. О. Експортна діяльність вітчизняних промислових підприємств в умовах глобалізації. *Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи».* 2020. №1. С. 142-143.
46. Скоробогатова Н. Є. Облік міжнародних операцій: конспект лекцій. Київ: НТУУ «КПІ», 2016. 106 с.
47. Скриньковський Р. М. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. *Проблеми економіки.* 2017. № 3. С. 220-226.
48. Скриньковський Р. М., Ключак О. В., Процевят О. С. Діагностика експортного потенціалу підприємства. *Проблеми економіки.* 2016. № 4. С. 163-170.
49. ТОВ «Агростар Експорт»: інформація про підприємство. URL: <https://vkursi.pro/card/tov-ahrostar-eksport-41710898> (дата звернення: 27.02.2024).
50. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навчально-методичний посібник. Київ: КНЕУ, 2015. 256 с.
51. Helga W. The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2023. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf> (дата звернення: 03.04.2024).