МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
завідувача кафедри
Ханова І.О.
"04" 12 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

НА ТЕМУ **«ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ»**

Виконавець:
студентка ФМЕ, 64М гр.
Шиманська Валерія Олександрівна _____
/ підпис /

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Кретова Олена Ігорівна _____
/ підпис /

ОДЕСА – 2025

АНОТАЦІЯ

Шиманська В.О. «Підвищення експортного потенціалу українського аграрного підприємства в умовах війни»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025 р.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження виступає експортний потенціал українських агропідприємств.

У роботі розглядаються теоретичні засади формування та використання експортного потенціалу підприємства.

Охарактеризовано господарську діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ», проведений аналіз експортної діяльності підприємства, оцінено його експортний потенціал.

Обґрунтовано перспективи подальшого підвищення експортного потенціалу сільськогосподарського вітчизняного підприємства в умовах війни.

Ключові слова: експорт, потенціал, суб'єкт господарської діяльності, агропідприємство, плодово-ягідна продукція, експортна виручка, удосконалення

ANNOTATION

Shymanska V.O. "Increasing the export potential of Ukrainian agricultural enterprises under martial law"

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economic Relations". – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2025

The master's qualification work consists of three sections. The object of the study is the export potential of Ukrainian agricultural enterprises.

The work examines the theoretical principles of the formation and use of the export potential of the enterprise.

The economic activities of the "YANTARNIY" agricultural enterprise are characterized, the export activity of the enterprise is analyzed, and its export potential is assessed. The prospects for further increasing the export potential of the agricultural domestic enterprise in war conditions are substantiated.

Keywords: export, potential, business entity, agricultural enterprise, fruit and berry products, export revenue, improvement

ЗМІСТ

Вступ		3
Розділ 1.	ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1	Поняття експортного потенціалу підприємства	6
1.2	Особливості формування експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства	14
1.3	Підходи до оцінюванні експортного потенціалу підприємства	19
Висновки до розділу 1		27
Розділ 2.	АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯНТАРНІЙ»)	29
2.1	Організаційно-економічна характеристика ТДВ «ЯНТАРНІЙ»	29
2.2	Аналіз товарної та географічної направленості експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ»	37
2.3	Оцінка експортного потенціалу підприємства	44
Висновки до розділу 2		49
Розділ 3.	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯНТАРНІЙ»)	53
3.1	Закордонний досвід підвищення експортного потенціалу аграрного підприємства	53
3.2	Визначення шляхів підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» та розрахунок економічного ефекту від впровадження	57
3.3	Економіко-математичне прогнозування основних напрямків експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на наступний рік	64
Висновки до розділу 3		70
Висновки		72
Список літературних джерел		80

ВСТУП

Актуальність дослідження. Одним із головних напрямів розвитку конкурентоспроможності та політичного впливу держави на міжнародному ринку є його зовнішні відносини та торговельні зв'язки, які дозволяють розвивати зовнішню торгівлю. Особливу роль цьому процесі грає експортний потенціал підприємств, управління ним, формування та розвитку. Війна, яку розв’язала рф проти України, скоротила експортні потужності нашої держави щонайменше на третину і порушила систему постачання продовольства на світовий ринок і все це актуалізує необхідність дослідження проблем експортного потенціалу національних агрокомпаній за умов повномасштабного вторгнення рф в Україну [1, с. 49]. Експортний потенціал є особливим напрямом розвитку державної політики, служить індикатором розвитку економіки держави, її конкурентоспроможності та світової значущості. Тому виявлення сутності експортного потенціалу, його особливостей формування дозволяють удосконалювати методологію його розвитку. Необхідність дослідження експортного потенціалу підприємств обумовлена тим, що експорт допомагає збільшити обсяги збуту, оптимально використовувати виробничі можливості, зменшити ризики коливань кон'юнктури на внутрішньому ринку та покращити фінансову стабільність. Експортний потенціал, з погляду підтримки та розвитку національних виробництв, є особливим економічним напрямом реалізації економічної політики, що визначає рівень економічного розвитку держави. Дослідження експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах триваючої війни та пошук ефективних шляхів його реалізації є надзвичайно актуальним, ці шляхи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробників на зовнішніх ринках та зміцненню економічної безпеки держави.

Велика кількість досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців присвячена експортному потенціалу у різних галузях економіки, в галузі сільського господарства цим питанням займались наступні вітчизняні науковці:

Афанасьєва О., Васільєва Л. М., Вовк М.В., Вороблевський В.І., Бабан Т. О., Балахонова О. В., Бестужева С. В., Вірковська А. А., Гуменюк Я., Гусаковська Т. О., Гусонька Д., Добрунік Т.П, Доцюк С.О., Ібатуллін М., Іванова М.І., Заклекта О. І., Заяць О. І., Ковбаса О.М., Корженівська Н. Л., Коровій В.В., Лавренчук В. Р., Лаврів І.М., Лощенко Д.А., Маслак М.В., Мельник О. Г., Міньковська А. В., Надвиничний С.А., Орєхова А. І., Осадчук І.О., Остапенко С., Панасюк П. І., Польова О., Присяжнюк Н., Середа О. О., Сидорак Я.І., Солоха Д. В., Тімченко О.Л., Тума С.Г., Трусова Н. В., Удовиченко О., Чухраєва Н. М., Шалений В., Швець В.Я., Шкурат М.Є., Яковенко Я.Ю.

Метою роботи є визначення проблем та тенденцій у експортному потенціалі сільськогосподарських підприємств та виявлення шляхів його подальшого підвищення на конкретному агропідприємстві.

Поставлена мета обумовила формулювання **завдань кваліфікаційної роботи**:

– розглянути сутність та зміст експортного потенціалу підприємства;

– визначити формування експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства;

– з’ясувати підходи до оцінюванні експортного потенціалу підприємства;

– надати організаційно-економічну характеристику ТДВ «ЯНТАРНІЙ»;

– провести аналіз товарної та географічної направленості експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ»;

– оцінити експортний потенціал підприємства;

– дослідити закордонний досвід підвищення експортного потенціалу аграрного підприємства;

– розробити перспективні напрями підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ»;

– провести прогнозування основних напрямків експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на наступний рік.

Об’єктом дослідження виступає експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Предмет дослідження – є сукупність практичних рекомендацій щодо підвищення експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства.

У роботі знайшли застосування такі **методи дослідження** як аналіз, синтез та порівняння – для дослідження теоретичних засад формування та використання експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства; логічне узагальнення та наукова абстракція - при уточненні категорійно-понятійного апарату дослідження, графічний метод, методи статистики для дослідження стану експортних операцій ТДВ «ЯНТАРНІЙ», системний підхід при визначенні перспектив розвитку експортного потенціалу підприємства в умовах воєнного часу. При дослідженні статистичних показників зроблено акцент на використанні методів економіко-математичного моделювання з використанням електронних таблиць Excel для побудови діаграм.

Основними методами дослідження стали аналіз джерел літератури, наукових статей, дисертаційних досліджень, нормативних правових актів, законів, Застосовано методи узагальнення результатів дослідження, зіставлення, системного аналізу. Методи економічного та статистичного аналізу проводились з урахуванням порівняння динаміки економічних показників за періоди дослідження.

Інформаційна база кваліфікаційної роботи складається з нормативних документів щодо експортних операцій суб'єктів господарювання України, праць українських і зарубіжних авторів з питань експорту товарів, офіційних статистичних даних та звітності ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано 2 наукові статті.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (61 найменування). Загальний обсяг роботи становить 86 сторінки. Основний зміст викладено на 79 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 25 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття експортного потенціалу підприємства

Визначення «експортний потенціал» має власну історію розвитку. У 1990-ті роки акцент став робитися на виробництво та збутову діяльність організацій у світовому масштабі. Галузева діяльність держави стає об'єктом міжнародної експортної політики, при цьому важливим елементом експортного потенціалу стає його сутність та зміст його складових «потенціалу» та «експорту».

Визначення поняття "потенціал" має безліч інтерпретацій залежно від напряму дослідження. Під потенціалом можна розуміти ресурс, з якого можна створити продукт, товар, роботу, послугу, тобто потенціал – це ресурс, який забезпечує подальше формування, створення будь-яких благ, корисного, необхідного. У сутність потенціалу різними авторами вкладається такий зміст:

1. Ресурс чи джерела, можливості, кошти, запаси, які можна використовувати на вирішення будь-якої завдання, досягнення певної мети в певної області.

2. Властивість (ознака) економічного об'єкта (процесу, явища), що характеризує певну здатність цього об'єкта.

3. Можливості суб'єкта або запаси, засоби, джерела, що є в наявності, які можуть бути приведені в дію, мобілізовані, а також застосовані для реалізації плану, вирішення задачі, досягнення заданих цілей, можливості окремої особи, держави та суспільства у конкретній галузі.

4. Резерви, що є на даний момент та перспективні внутрішні та зовнішні резерви суб'єкта.

5. Потенціал із сукупністю ресурсів, коштів, запасів, тобто з об'єктивними параметрами господарської діяльності.

6. Різниця між максимально можливим або раніше наявним (більшим, кращим) станом системи та поточним її станом.

Таким чином, можемо констатувати, що потенціал підприємства – це комплексне відображення наявних та майбутніх можливостей підприємства, що можуть бути максимально використані в господарській діяльності. Наукова категорія «потенціал» в економіці визначається невиявленими, нерозкритими та нематеріалізованими можливостями. Перетворення можливостей із потенційних на реальні можливо завдяки економічній діяльності [1, с. 309].

У табл.1.1. представлені типи потенціалів за їх ознакою та належністю.

Таблиця 1.1

Типи потенціалу

Типи потенціалу	Характеристика
Ресурсний	Забезпечує внутрішні та зовнішні господарські процеси сировиною, матеріалами, запасами тощо
Виробничий	Сукупність виробничих процесів, що відбуваються всередині держави, як на рівні окремої галузі, так і на рівні всього національного виробництва.
Адміністративний (кадровий)	Сукупність трудових та кадрових можливостей як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.
Інтелектуальний	Сукупність інтелектуальних резервів як у внутрішньому так і на зовнішньому ринках, тобто інтелектуальна міць держави, яка складається з рівня знань, умінь працівників тій чи іншій організації, які втілюють ці знання у створенні продукту.
Природний	Сукупність природних резервів, які згодом під впливом технічних, технологічних та інших операцій можуть перетворюватися на продукт, товар.
Інвестиційний	Сукупність фінансових інструментів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, фінансових ресурсів, капітальних вкладень тощо, які згодом перетворюються на кінцевий продукт, що дає фінансові результати у майбутньому
Інноваційний	Інноваційні засоби, ноу-хау, нововведення, ідеї, розробки, які можна застосовувати під час виробництва продукту, товару, послуги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку
Технічний (технологічний)	Технічні, технологічні можливості (виробничі фонди, потужності, техніки), з яких виробляється продукт, товар, робота як у країні, так і за її межами.
	Сукупність рекламних, інформаційних, комунікативних засобів, з яких створений продукт переміщається ринку, тобто до кінцевого споживача
Економічний	Кінцевий продукт, робота, послуга, які виробляються для подальшої реалізації кінцевого споживача, перетворюється на грошовий еквівалент у вигляді циклічності всіх вищерозглянутих потенціалів

Джерело: розроблено автором за [2]

Сукупність всіх видів потенціалів поєднується в єдиному понятті «економічний потенціал», який показує ефективність кінцевого продукту та його конкурентоспроможність. Частина науковців розглядають економічний потенціал як сукупність ресурсів, а також можливостей використання зазначених ресурсів для досягнення цілей та забез печення розвитку. Інші дослідники говорять про здатності отримання прибутку, а також про максимально можливий обсяг виробництва [3, с. 130].

Отже, потенціал підприємства можна розглядати як сукупність наявних ресурсів та засобів виробництва та управління, які згодом формують, виробляють та розвивають продукт, роботу чи послугу для досягнення конкретної мети з урахуванням наявних потенційних можливостей, що реалізуються при зміні зовнішнього та/або внутрішнього середовища підприємства. Слід зазначити, що ми далі будемо розглядати потенціал як основу виробництва та розвитку діяльності економічного суб'єкта.

Серед підходів до дослідження поняття «експорт» виділяються вузький та широкий підходи. Вузький підхід визначається конкретними внутрішніми факторами, які забезпечують розвиток тієї чи іншої галузі, тобто мікроекономічні критерії. Широкий підхід показує рівень, що досягнуто чи може бути досягнуто на міжнародному ринку – макроекономічними критеріями.

Поняття «потенціал» та «експорт» вибудовують конструкцію визначення «експортний потенціал», в якому виражається складний процес, що включає внутрішні та зовнішні сторони прояву та реалізації експортної діяльності. Суть визначення «експортний потенціал» виражається через сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів його формування та розвитку. На (рис. 1.1) представлено сутність поняття експортного потенціалу.

Потенціал передбачає сукупність взаємодії всіх можливостей, інструментів, ресурсів, з яких виробляється продукт, включаючи потенційну можливість зростання, а експорт ґрунтується на реалізації даного товару, продукту зовнішнім споживачам.

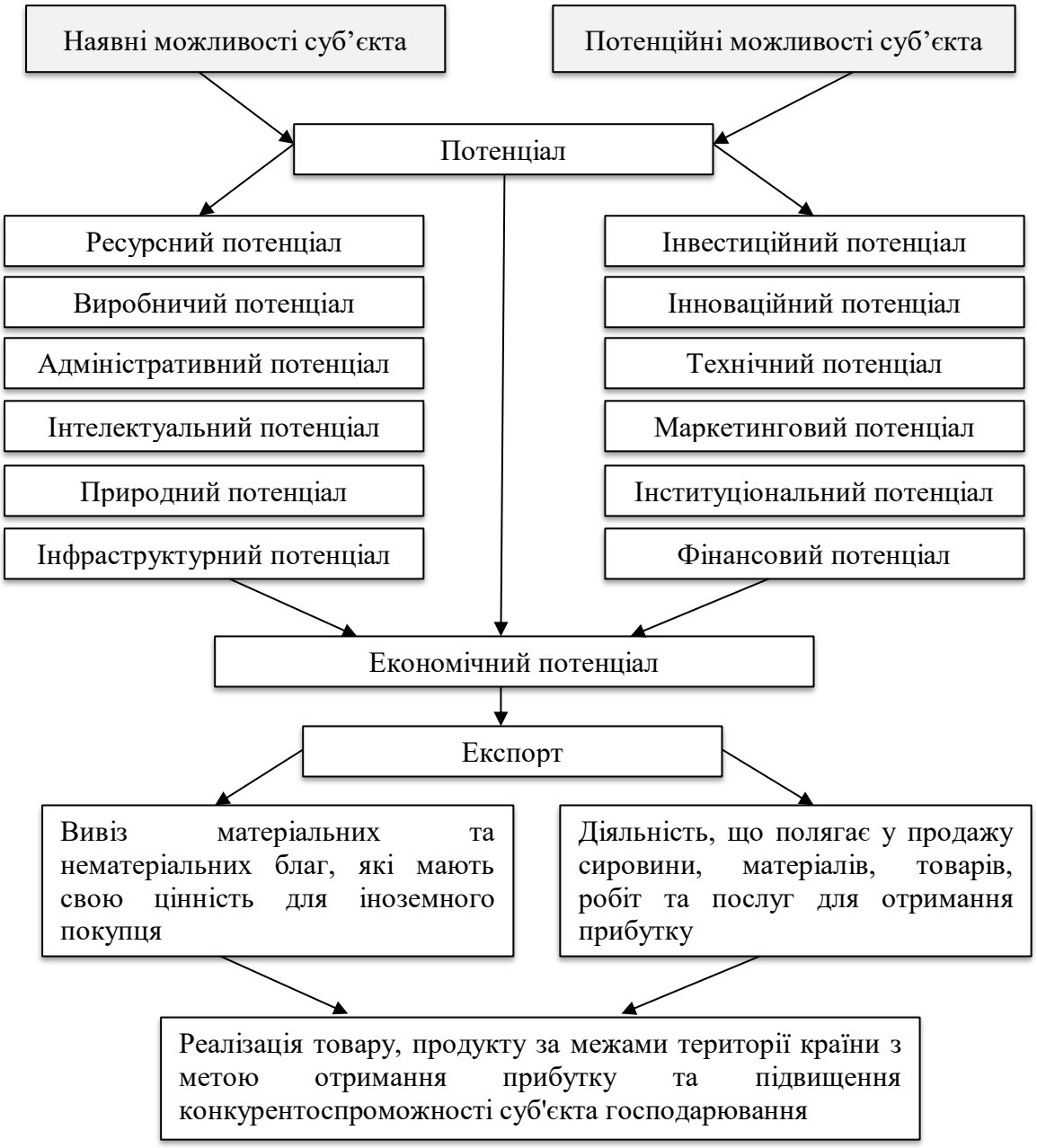


Рис. 1.1. Сутність експортного потенціалу

Джерело: розроблено автором за [4]

На думку О. Мельник, експортний потенціал розглядається як частка економічного потенціалу підприємства, що забезпечує його зчеплення із зовнішнім ринком і усталене функціонування як суб'єкта міжнародної економічної діяльності [5, с. 228]. А у Д. Солохи експортний потенціал безпосередньо асоціюється з інноваційністю продукції, яка ототожнюється з її конкурентоспроможністю на певному зовнішньому ринку [6, с. 43].

На думку Т. Бабан, схематично місце експортного потенціалу в системі економічного потенціалу підприємства, як головної виробничої ланки сучасної економіки можна відобразити наступним чином (рис. 1.2).

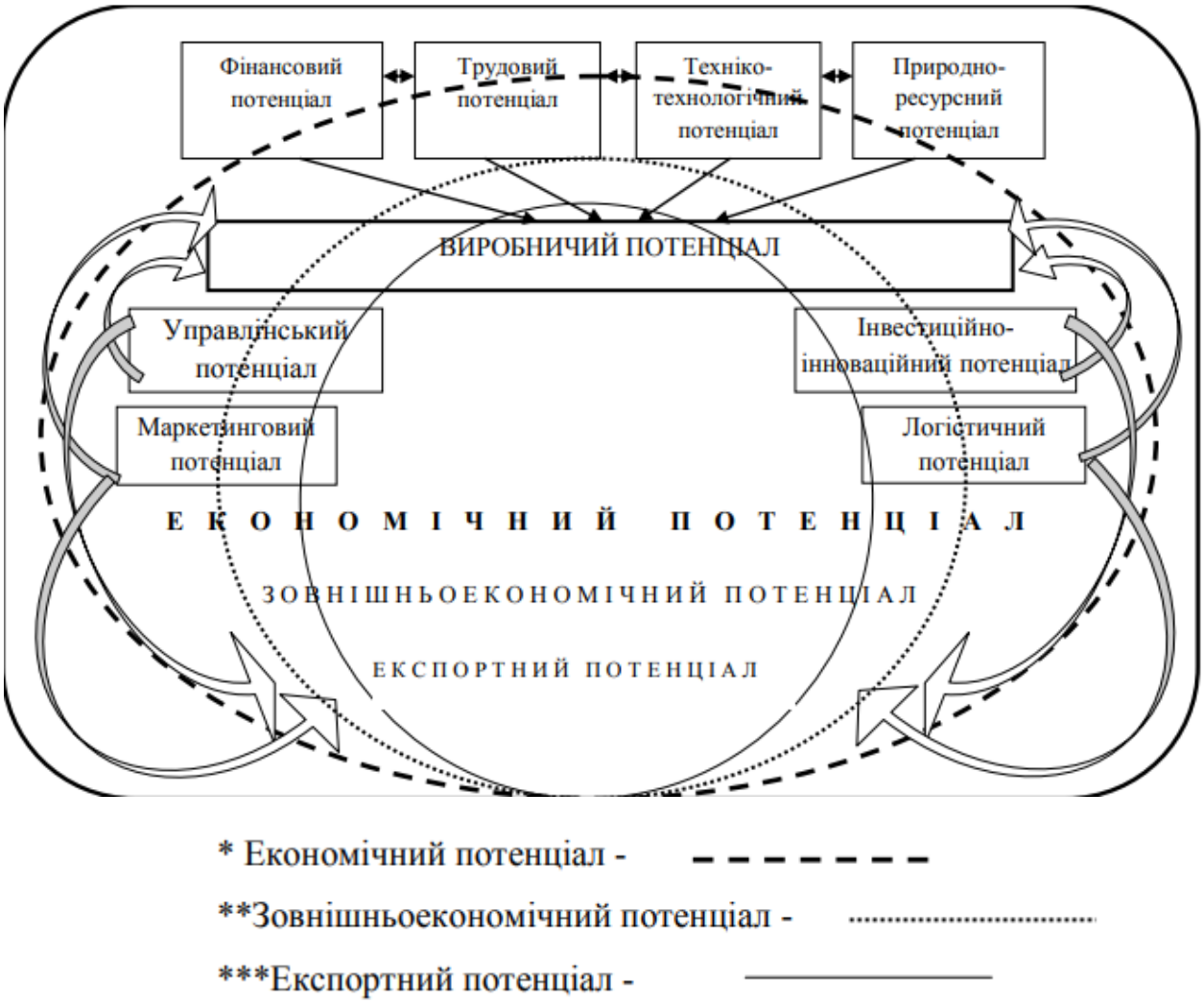


Рис. 1.2. Експортний потенціал в системі економічного потенціалу підприємства

Джерело: [7, с. 17]

Отже, існують різні визначення науковців щодо сутності експортного потенціалу. Розглянемо існуючі підходи до розкриття поняття експортного потенціалу, які наведені нижче.

Перший підхід. У вітчизняній та зарубіжній літературі під поняттям «експортний потенціал» здебільшого розуміється здатність національної економіки виробляти продукцію, конкурентоспроможну на світових ринках та експортувати її у достатніх обсягах за світовими цінами. Даний підхід відображає експортний потенціал як складову частину національної економіки

за допомогою виробництва конкурентоспроможної продукції, такий підхід можна вважати ресурсним, що показує взаємозв'язок потенціалу та ресурсів, їх взаємне доповнення.

Другий підхід. Важливим напрямом розвитку експортного потенціалу є системний підхід, який формує економічну систему, що об'єднує у собі взаємозалежні елементи, які формують експортний потенціал. До таких елементів належать: організаційний, законодавчий, кадровий, комунікаційний, виробничий, фінансовий тощо. Система експортного потенціалу визначає мету, ресурси, комунікації, тобто можливості експортного потенціалу.

Зазначимо, що цифрова трансформація, глобальні перебудови особливо впливають на розвиток експортного потенціалу країни, жодна країна не може уникнути впливу глобалізації. Жодна країна не має наміру виключати себе із процесу глобалізації. Навіть країни, які колись дотримувались стратегії, орієнтованої на внутрішній ринок, підключають свої економіки до всесвітньої мережі шляхом лібералізації транскордонного переміщення товарів, послуг та капіталу. Ця тенденція сильно змінює не тільки темпи розвитку в цих країнах, а й їх світову конкурентну карту та становище країн на карті.

Мета системи експортного потенціалу - це підвищення можливостей на підставі наявних або в майбутньому отриманих товарів та послуг з подальшим продажем їх за кордоном. Ресурси експортного потенціалу формують технічні, технологічні, ресурсні, кадрові, фінансові та інші можливості провадження виробничої діяльності. Комунікації формують рівень взаємодії з внутрішніми та зовнішніми елементами системи на інституційному, законодавчому, споживчому рівнях, що у результаті створює потенційну можливість реалізації продукції, що виробляється. Система експортного потенціалу показує взаємодію всіх компонентів лише на рівні організаційної структури, що створює умови подальшого розвитку експортного потенціалу.

Третім підходом, що можна знайти в наукових джерелах, є потенційний підхід як можливість збільшення експортного потенціалу при зміні внутрішнього або зовнішнього середовища економічного суб'єкта.

Ми пропонуємо розглядати експортний потенціал як сукупність наявних ресурсів та потенційних можливостей підприємств, галузей, регіонів, держави з виробництва продуктів, товарів, послуг з метою продажу за кордоном на основі трьох підходів: ресурсного, системного та потенційного.

До особливостей експортного потенціалу можна віднести його багаторівневу спрямованість, він може формуватися та розвиватися як на рівні підприємств, так і на рівні регіону або на національному рівні відповідно, масштаб розвитку експортного потенціалу залежить від спрямованості галузі, учасників процесу, виробничої готовності тощо, що говорить про існуючі чинники розвитку експортного потенціалу.

Тобто, по-перше, експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей, а експортний потенціал галузі – з експортних потенціалів окремих підприємств; по-друге, експортний потенціал об’єктивно пов’язаний з конкурентоспроможністю продукції, призначеної для реалізації на світовому ринку [8, с. 130].

Кожен рівень експортного потенціалу має свої стадії формування та розвитку, особливості, елементи, критерії та фактори:

1) Перший рівень – національний. Показує масштаб та характер формування та розвитку експортного потенціалу: сукупність взаємодії всіх можливостей, інструментів, ресурсів (кадровий, інвестиційний, інституційний, маркетинговий, фінансовий тощо), які згодом формують, виробляють, розвивають продукт, роботу, послугу суб'єкта.

2) Другий рівень – регіональний. Загальний обсяг виробництва продукції на конкретній території для виходу на зовнішні ринки з метою отримання прибутку та подальшої реалізації високого соціально-економічного статусу та конкурентоспроможності регіону.

3) Третій рівень – корпоративний: сукупність всіх компонентів (економічний, технічний, технологічний, організаційно-управлінський), внаслідок взаємодії яких виходить створюваний продукт для реалізації на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Експортний потенціал підприємства – це сукупність наявних у компанії ресурсів та можливостей для виробництва конкурентоспроможної продукції та її реалізації на світовому ринку. Він включає виробничі, фінансові, кадрові та технологічні ресурси, а також здатність адаптувати асортимент та географію збуту для успішного виходу на нові ринки. Успішний розвиток підприємства багато в чому залежить від його здатності ефективно використати цей потенціал у глобальній економіці.

Ключовими аспектами експортного потенціалу є:

1) Ресурси та можливості – підприємство повинно мати необхідні ресурси (виробничі, фінансові, кадрові) та можливості для експорту.

2) Конкурентоспроможність – продукція підприємства повинна бути конкурентоспроможною на світовому ринку, що передбачає певні властивості товару, якість, ціну та інші характеристики.

3) Напрямок розвитку – існує два основних напрямки для реалізації експортного потенціалу:

– товарний: підвищення конкурентоспроможності існуючого асортименту, його розширення чи випуск нових товарів;

– географічний: завоювання нових ринків збуту чи запровадження нових сегментів вже існуючих ринків.

4) Вплив – розвиток експортного потенціалу підприємства є важливим чинником його конкурентоспроможності та робить внесок у розвиток регіону та економіки в цілому.

Отже, експортний потенціал підприємства доцільно розглядати в декількох аспектах:

а) як складову частину загального економічного потенціалу підприємства;

б) як показник рівня експортних можливостей підприємства;

в) як інструмент ресурсного забезпечення зовнішньоекономічного розвитку підприємства;

г) як сукупність виробничих, трудових, інноваційних, фінансових ресурсів підприємства, необхідних для реалізації його конкурентних переваг на зовнішньому ринку[9, с. 27].

1.2. Особливості формування експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства

Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки є базовим постулатом розвитку будь-якої держави як суб'єкта міжнародних економічних відносин. Стратегічно вивірене використання державою експортного потенціалу як складової міжнародної конкурентоспроможності національної економіки визначає успішність на зовнішньоторговельних ринках. Правильне визначення основних галузей економіки, що дозволяють залучити країну до системи глобальних світогосподарських зв'язків, дає змогу виявити основні переваги та посилити показники в експортних операціях, визначивши конкурентний потенціал кожного суб’єкта господарювання, який залучений до зовнішньоторговельної діяльності.

Роль активного учасника на світових економічних ринках є невід'ємною умовою довгострокового розвитку та визначальним чинником динамічного зростання для підприємства. За рахунок експорту можна постачати товари та послуги за свої межі для отримання капіталу, який у свою чергу може бути використаний для фінансування виробничих процесів та закупівлі імпортних товарів.

Експортний потенціал підприємства любої галузі, у тому числі і сільськогосподарської формується за рахунок ряду факторів. Науковці О. Польова та Д. Гусонька поділяють їх на внутрішні та зовнішні чинники. (рис. 1.3).

Внутрішні фактори повинні включати насамперед ресурсний і сировинний потенціал, можливості промислового виробництва і людські ресурси; науковий та інвестиційно-інноваційний потенціал, інноваційні

процеси та комунікації. Зовнішні чинники – це чинники ринкової дії: попит і пропозиція, умови конкуренції на ньому й інституціональний фактор як система міжнародних інститутів координації світових торгових потоків [11, с. 42].

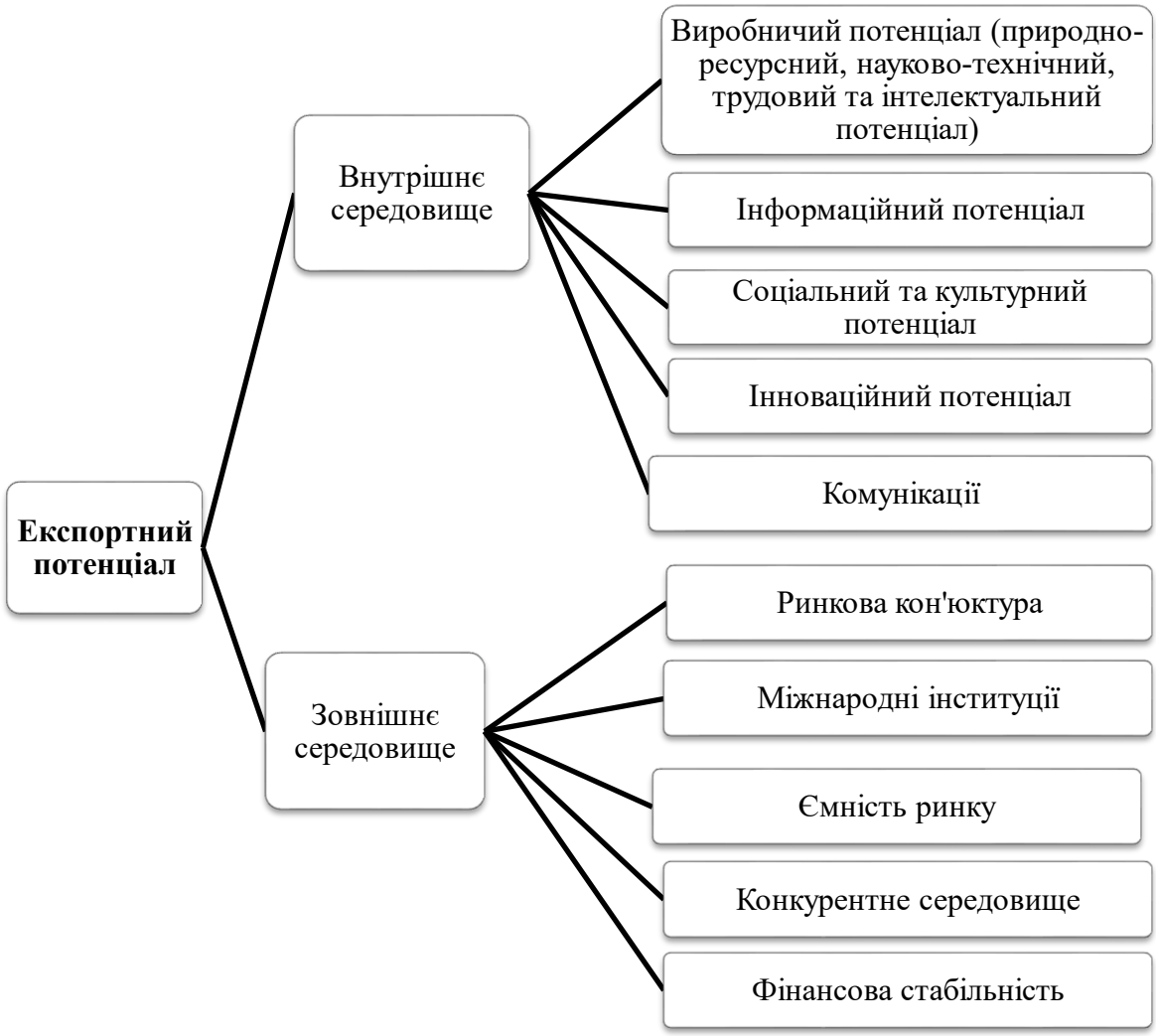


Рис. 1.3. Фактори, що формують експортний потенціал агропідприємств
Джерело: розроблено автором за [10]

І. Мельник та А. Шамаєв представляють наступну модель формування експортного потенціалу у експортера (рис. 1.4).

Для збереження позитивного балансу у зовнішній торгівлі продовольчими товарами та зростання експортного потенціалу необхідно повніше використовувати конкурентні переваги товаровиробників як у внутрішньому, так і на зовнішньому продовольчому ринках. Більше того, виробники, використовуючи свій експортний потенціал, можуть зайняти певні

ніші на міжнародному ринку, збільшити валютні надходження економіки країни загалом і сільського господарства зокрема.

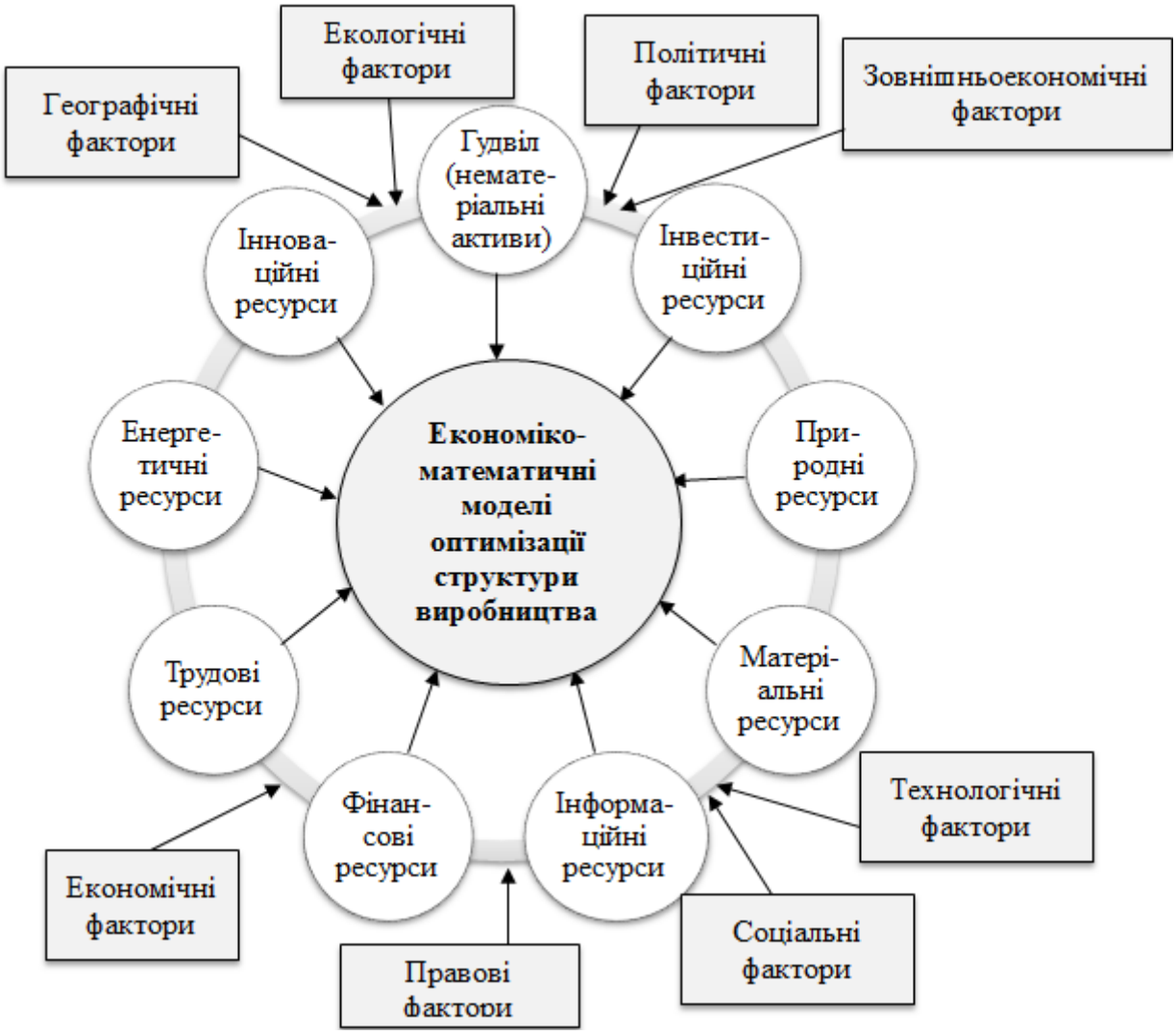


Рис. 1.4. Модель формування експортного потенціалу у середовищі експортера
Джерело: розроблено автором за [12]

Експорт агропродовольчої продукції дозволяє підвищити ефективність аграрного виробництва за рахунок використання переваг зовнішнього ринку – збут додаткової продукції, надходження валютної виручки, зростання зайнятості. Експорт є одним із основних стимулів для зростання випуску, підвищення ефективності ресурсного потенціалу аграрного виробництва. Механізм збалансованого проведення експортно-імпортних операцій з продукцією агропродовольчого комплексу є також засобом регулювання внутрішнього ринку.

Експорт продукції АПК узгоджується з кон'юнктурою внутрішнього продовольчого ринку, виробництвом основних агропродовольчих товарів, інфраструктурними можливостями вивезення продукції, забезпеченням економічної зацікавленості вітчизняних товаровиробників у нарощуванні обсягів цієї продукції. На експортний потенціал впливає рівень інноваційного оновлення аграрного виробництва. Зростає роль великих господарств, оскільки з одного боку, вони є основними виробниками сільгосппродукції, а з іншого боку, мають більше можливостей для впровадження інновацій, без яких неможлива якість сучасного економічного зростання.

Загалом нарощування експортного потенціалу має захистити внутрішній ринок від надмірного імпорту продовольства, що ставить під загрозу продовольчу безпеку країни. Експорт продукції має бути одним із джерел доходів вітчизняних товаровиробників. Пріоритет розвитку експорту продукції АПК обумовлений наявністю ресурсного потенціалу збільшення виробництва (насамперед, земельних і трудових ресурсів), високим попитом на продовольчу продукцію на світовому ринку, перевагами логістичного характеру, що пов’язані з географічним становищем основних країн-імпортерів товарів.

Формування експортного потенціалу залежить від динаміки розвитку вітчизняного сільського господарства, ефективності використання ресурсів, ступеня поширення та впровадження результатів інноваційної діяльності у виробничому процесі. Зростання сільськогосподарського виробництва можливе лише з урахуванням ефективного підвищення забезпеченості виробничих ресурсів сільськогосподарських виробників.

О. Шебаніна та Н Кікоть стверджують, що експортний потенціал аграрної сфери відображає спроможність суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності постійно виявляти та відтворювати свої конкурентні переваги на світовому аграрному ринку відповідно до умов середовища, що постійно змінюється [11, с. 45].

На підставі дослідження існуючих в науковій літературі трактувань поняття «експортний потенціал аграрного підприємства», нами пропонується

визначати його як здатність підприємства адаптуватися до вимог зовнішніх ринків з метою виведення на них конкурентоспроможну за якісними та кількісними показниками сільськогосподарську продукцію. Досягнення підприємством високих результатів експортної діяльності вимагає від нього постійного пристосування до умов динамічного світового ринку та розвитку в експорто-орієнтованому напрямі.

Найбільш ємним є запропоноване Т. Бабан трактування експортного потенціалу агарного підприємства як сукупності ресурсів та факторів, ефективне поєднання яких зумовлює можливості підприємства виробляти та реалізовувати продукцію на зовнішні ринки при збереженні економічної та екологічної безпеки країни передбачає поєднання ресурсного, результативного та структурно-функціонального підходів до розуміння його сутності, ідентифікації та оцінки, враховує ресурсні, виробничі можливості підприємств, їх експортну активність та логістичні можливості щодо експорту сільськогосподарської продукції [7, с. 33].

Таким чином, експортний потенціал аграрного підприємства слід розглядати як органічну сукупність взаємозалежних елементів, функціонування яких спрямоване на виробництво з подальшою реалізацією конкурентоспроможної на зовнішніх ринках агропродовольчої продукції. Вибір підприємством економічно обґрунтованої маркетингової стратегії виходу на зарубіжний ринок має ґрунтуватися на своєчасному формуванні його експортного потенціалу, тоді як результативність експортних операцій визначатиметься успішністю реалізації цього потенціалу.

Особливості експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства включають сезонність виробництва, яка впливає на використання ресурсів та ефективність, необхідність урахування тимчасового розриву між витратами та отриманням доходу, а також залежність від факторів зовнішнього середовища, таких як державна підтримка, ринкова кон'юнктура та конкуренція.

Розглянемо ключові особливості експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства більш детально:

1) Сезонність та тимчасовий розрив – сільське господарство характеризується сезонністю, що означає розбіжність періоду витрат та періоду отримання прибутку. Це створює складнощі з управлінням оборотним капіталом та плануванням експортних поставок.

2) Ресурсний потенціал – експортний потенціал безпосередньо залежить від наявності у підприємства земельних, трудових, виробничих та технологічних ресурсів.

3) Попит та ринкова кон'юнктура – попит на експортну продукцію піддається впливу зовнішніх ринкових умов, таких як світові ціни, торговельні бар'єри та конкуренція.

4) Державна підтримка та регулювання – діяльність підприємств у сфері експорту залежить від державної політики, включаючи субсидії, мита, та програми підтримки експорту.

5) Логістика та інфраструктура – наявність розвиненої транспортної мережі та інфраструктури для зберігання та переробки продукції є критично важливим фактором для успішного експорту.

6) Якість та стандарти – відповідність міжнародним стандартам якості та безпеки продукції відіграє ключову роль у отриманні доступу до зовнішніх ринків.

7) Спеціалізація підприємства – внутрішня спеціалізація та концентрація виробництва на конкретних видах продукції можуть підвищити експортний потенціал підприємства.

1.3. Підходи до оцінюванні експортного потенціалу підприємства

Здійснення експортної діяльності ставить нові організаційно-економічні завдання перед сільськогосподарськими підприємствами. Передумовою виходу підприємства на зовнішній ринок є оцінка його експортного потенціалу, на

підставі якої приймається рішення про доцільність орієнтації виробленої агропродовольчої продукції експорту (рис. 1.5.)

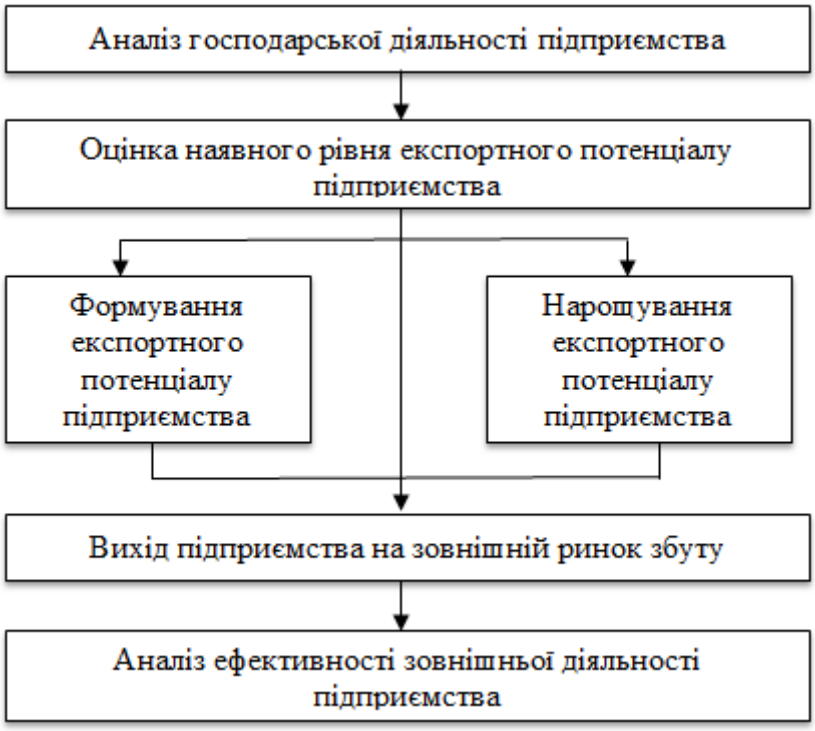


Рис. 1.5. Алгоритм формування та реалізації експортного потенціалу підприємства

Джерело: розроблено автором за [13]

Аналіз експортного потенціалу підприємства дозволяє оцінити його сформований на даний момент часу рівень та ступінь готовності до здійснення експортних поставок. Високий експортний потенціал свідчить про те, що підприємство готове до процесу його реалізації – виходу на зовнішній ринок та збуту виробленої продукції за рубіж. Якщо рівень експортного потенціалу був оцінений як середній, підприємству доцільно вжити комплексу відповідних заходів щодо нарощування експортного потенціалу перед здійсненням власне експортних операцій. За умови, що експортний потенціал підприємства виявився низьким і підприємством було ухвалено рішення про орієнтацію продукції на зовнішній ринок, першорядним завданням стає формування даного потенціалу.

Проведення комплексного аналізу розвитку експортного потенціалу забезпечує керуючу систему інформацією про слабкі та сильні сторони об'єкта

управління, що дозволяє виявити точки зростання, що надалі дозволить грамотно визначити експортну політику як на рівні підприємства, так і на державному рівні.

Дослідження різних джерел інформації, робіт як українських так і закордонних вчених-економістів, які займались дослідженням підходів до оцінки експортного потенціалу дозволяють дійти висновку, що поки не існує загальноприйнятої методики його визначення. Значна кількість методик пропонує власні інтегральні показники або ж цілі групи показників, на основі яких, на їх думку можна комплексно оцінити експортний потенціал, адже таке багатопланове поняття як потенціал не можна оцінити за допомогою одного універсального показника [7, с. 51].

Оцінюючи експортний потенціал підприємств необхідно брати до уваги як ендогенні фактори (визначаються як досліджуваної економічної системи), і чинники зовнішнього середовища (характеристика галузі та внутрішнього ринку, характеристика експортного ринку, нормативно-правова база, державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності). Крім показників, що характеризують попит та пропозицію, важливо враховувати умови торгівлі між країною-експортером та імпортерами продукції. Набір досліджуваних змінних в рамках аналізу залежить від специфіки об'єкта дослідження. Визначимо ключові етапи аналізу експортного потенціалу підприємств в табл.1.2.

В основі методичних підходів до оцінки експортного потенціалу на корпоративному рівні лежить проведення аналізу та оцінка показників розвитку експортного потенціалу з урахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів.

І. Лаврів пропонує наступну модель розрахунку експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства [13, с. 292]:

$$ЕПt = ПРо * ІПР/t * Ео * ІЕt * ао * Іat * (1+R)/d * S *Ко *ІКt \quad (1.1)$$

де ЕПt – експортний потенціал аграрного підприємства в t-му періоді, млн дол. США;
ПРо – площа ріллі в базовому періоді, млн га;
ІПР/t – індекс зміни площі ріллі, частка одиниці;
Е0 – ефективність використання ріллі в базовому періоді, грн га;
ІЕt – індекс ефективності використання ріллі, частка одиниці;

ao – частка продукції сільського господарства, яка була спрямована на реалізацію закордон в базовому періоді, частка одиниці;
Iat – індекс зміни частки продукції, що спрямовується на експорт, частка одиниці;
R – рівень рентабельності продукції сільського господарства, частка одиниці;
S – курс національної валюти по відношенню до дол. США, дол. США / грн;
Ko – коефіцієнт експортної орієнтації галузі в базовому періоді, частка одиниці;
IKt – індекс зміни експортної орієнтації галузі, частка одиниці.

Таблиця 1.2

Ключові етапи аналізу експортного потенціалу підприємств

Ендогенна складова експортного потенціалу підприємства		Екзогенна складова експортного потенціалу підприємства	
Етап	Зміст	Етап	Зміст
Характеристики підприємства	Аналіз виробничого, фінансового, трудового потенціалів	Стан та тенденції розвитку товарного ринку (як внутрішнього ринку, так і світового)	Дослідження впливу факторів та тенденцій розвитку товарного ринку
Конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках	визначення рівня конкуренто-спроможності продукції	Визначення перспектив реалізації продукції на зовнішні ринки	Аналіз можливостей реалізації продукції на зовнішні ринки
Організація збутової діяльності підприємства на зовнішні ринки	Аналіз ефективності збутовий діяльності підприємств на зовнішні ринки	Інститути державного регулювання експортного потенціалу	Аналіз впливу інструментів держрегулювання на розвиток експортного потенціалу підприємств

Джерело: розроблено автором за [14]

Виходячи з цільових настанов прогнозу показники ІПР,IE, Iat та IKt задаються як нормативи. Усі інші показники визначаються за звітними даними або розраховуються.

Інший підхід показує ефективність продажу експортної продукції з урахуванням частки інноваційної продукції та виробництва продукції на експорт. У табл. 1.3. подано основні показники моделі.

Представлені в табл.1.3 показники не дозволяють дати повну оцінку експортного потенціалу підприємства, не враховується вплив фінансових та виробничих ризиків, що виникають під час експорту продукції. Перевагою

моделі є урахування частки інноваційної продукції на експорт та ефективність виробництва продукції.

Таблиця 1.3

Показники аналізу експортного потенціалу підприємства

Показник	Формула розрахунку	Пояснення складових
$Е_{еп}$ – ефективність продаж експортної продукції	$Е_{еп} = \frac{Ц_е}{С_е}$	$Ц_е$ – ціна реалізації експортної продукції по внутрішніх цінах $С_е$ - собівартість експортної продукції
$Ч_{іп}$ – частка інноваційної продукції	$Ч_{іп} = \frac{П_і}{П_з}$	$П_і$ – кількість іноваційної продукції $П_з$ – загальний обсяг продукції
$Е_{вир}$ – ефективність виробництва експортної продукції	$Е_{вир} = \frac{Пр_е}{В_е}$	$Пр_е$ – прибуток від реалізації експортної продукції $В_е$ – витрати на виробництво експортної продукції

Джерело: розроблено автором за [15]

Дослідивши значну кількість запропонованих як вітчизняними так і зарубіжними вченими методичних підходів оцінки експортного потенціалу Т. Бабан згрупувала їх в залежності від різних класифікаційних ознак (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Класифікація методів оцінки експортного потенціалу

Джерело: розроблено автором за [7]

Інтегральна оцінка експортного потенціалу на рівні підприємств – модель, розрахунок якої дозволяє більш точно оцінити ефективність

експортного потенціалу. Розрахунок комплексної оцінки експортного потенціалу підприємства здійснюється наступним чином (рис. 1.7).

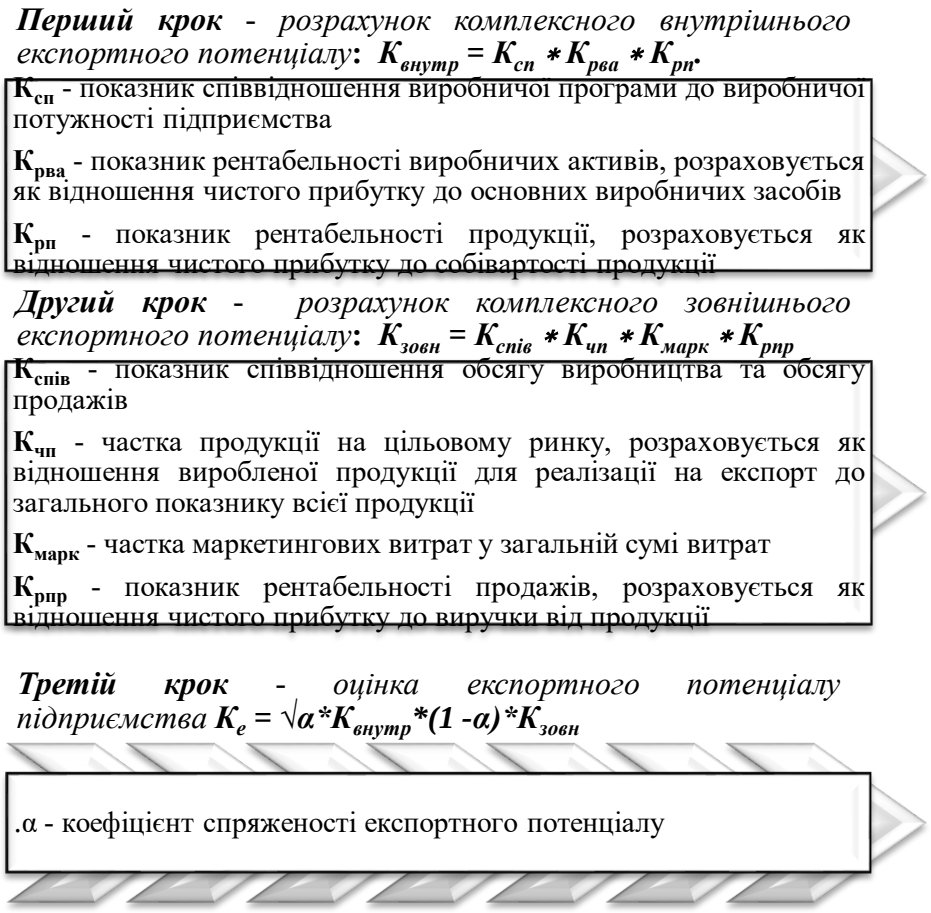


Рис. 1.7. Інтегральна оцінка експортного потенціалу на рівні підприємств
Джерело: розроблено автором за [16]

Найважливішим параметром розрахунку експортного потенціалу у наведеній вище моделі є сукупність всіх критеріїв функціонування агропідприємств, які враховують собівартість продукції, основні виробничі засоби, виручку від реалізації продукції, чистий прибуток, маркетингові витрати на реалізацію продукції.

Оцінку експортного потенціалу на рівні агропромислових підприємств пропонує можна провести на основі кількісних характеристик, що враховують обсяги експорту продукції, робіт/послуг агропромислового характеру та нематеріальних активів. Модель виглядає так:

$$ЕП = Ve.апрод. + Ve.рап. + Ve. + \cdots + Ve.на. \quad (1.2)$$

де ЕП – оцінка ефективності експортного потенціалу;

Vе.апрод. - обсяг експорту агропродукції;
Vе.рп. - обсяг експорту робіт агропромислового характеру;
Vе. - обсяг експорту послуг агропромислового характеру;
Vе.на. - показник нематеріальних активів.

У цій моделі не враховуються всі фактори, що впливають на експорт, пропонується об'єднати всі кількісні критерії, що впливають на експорт продукції у межах агропромислового підприємства Модель не оцінює всі напрямки реалізації експорту продукції.

Існує модель, яка будується на багатофакторній оцінці експортного потенціалу:

$$I_{еп} = \sqrt[2]{\frac{\sum_{i=1} R * k_i * a_i}{n}} \quad (1.3)$$

де k_i - вагові коефіцієнти для абсолютних та відносних показників;
a_i – приватні показники експортного потенціалу, які враховують такі критерії: ефективність виробництва експортної продукції (наприклад, ціна експортної продукції у внутрішніх цінах на собівартість експортної продукції тощо).

Перевагою даної моделі є урахування більшості факторів, що впливають на експортний потенціал, а також фінансові показники діяльності підприємства (Коефіцієнт ліквідності та коефіцієнт автономії), дана модель представляється ефективною, оскільки показує сукупність фактороутворюючих складових.

Розглянемо методику оцінки ефективності К. Пірсона, Ч. Спірмена на основі кореляційно-регресійного аналізу. Коефіцієнт кореляції (r) представляє кількісний спосіб сили та напрямів ймовірнісного взаємозв'язку двох змінних; набуває значення в діапазоні від -1 до +1.

Система нормальних рівнянь за методикою оцінки ефективності залежності результативного компонента від факторних показників К. Пірсона, Ч. Спірмена має наступний вид:

$$\text{a} * n + b * \sum x = \sum y$$
$$a * \sum x + b * \sum x2 = \sum y * x. \quad (1.4)$$

Оціночне рівняння регресії побудовано за вибірковими даними та має вигляд:

$$y = bx + a + \varepsilon, \quad (1.5)$$

де e_i - спостерігаються значення (оцінки) помилок ε_i;
а та b - оцінки параметрів α і β регресійної моделі, яку слід знайти.

Для оцінки параметрів α та β використовують МНК (метод найменших квадратів). Перевагою даної моделі є те, що вона враховує ступінь зв'язності між результативним показником і факторами, що впливають на цей показник, а також визначає рівень невідомих причинних зв'язків, виявляє набір факторів, які найбільше впливають на результативний показник.

Вводимо такі позначення для розрахунку взаємозв'язку результативної ознаки та факторних складових:

У - експорт агропродукції (результативний показник).

Зовнішні та внутрішні чинники зведені до табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу

$\sum x$	Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
x_1	рівень розвиненості інфраструктури регіону	матеріально-технічний потенціал сільськогосподарського підприємства
x_2	рівень наукового потенціалу регіону	кадровий потенціал, інтелектуальний потенціал
x_3	рівень технологічного та технічного потенціалу регіону	організація виробництва сільськогосподарського підприємства
x_4	сировинна база	фінансовий потенціал підприємства
x_5	рівень ринку трудових ресурсів	виробничий потенціал підприємства
x_6	регіональний рівень споживчого попиту на агропродукцію	ресурсний потенціал підприємства
x_n	Інші фактори	Інші фактори

Джерело: розроблено автором за [17]

Серед внутрішніх факторів, які мають безпосередній вплив на розвиток експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства, окремо можна виділити такі фактори значущі на рівні підприємств: матеріально-технічний потенціал агропідприємства, кадровий потенціал, інтелектуальний потенціал, організація виробництва агропідприємства, фінансовий потенціал, виробничий, ресурсний.

Виходячи з вищерозглянутого, доцільним буде застосування пропонованої моделі при розробці оцінки ефективності експортного потенціалу з розрахунком впливу кожного фактора.

Висновки до розділу 1

З розділу 1 можна зробити наступні висновки.

Експортний потенціал підприємства – це сукупність наявних у компанії ресурсів та можливостей для виробництва конкурентоспроможної продукції та її реалізації на світовому ринку. Він включає виробничі, фінансові, кадрові та технологічні ресурси, а також здатність адаптувати асортимент та географію збуту для успішного виходу на нові ринки. Успішний розвиток підприємства багато в чому залежить від його здатності ефективно використати цей потенціал у глобальній економіці.

Ключовими аспектами експортного потенціалу є: ресурси та можливості – підприємство повинно мати необхідні ресурси (виробничі, фінансові, кадрові) та можливості для експорту; конкурентоспроможність – продукція підприємства повинна бути конкурентоспроможною на світовому ринку, що передбачає певні властивості товару, якість, ціну та інші характеристики; напрямок розвитку – існує два основних напрямки для реалізації експортного потенціалу (товарний: підвищення конкурентоспроможності існуючого асортименту, його розширення чи випуск нових товарів; географічний: завоювання нових ринків збуту чи запровадження нових сегментів вже існуючих ринків).

Експортний потенціал аграрного підприємства слід розглядати як органічну сукупність взаємозалежних елементів, функціонування яких спрямоване на виробництво з подальшою реалізацією конкурентоспроможної на зовнішніх ринках агропродовольчої продукції.

Особливості експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства включають сезонність виробництва, яка впливає на використання

ресурсів та ефективність, необхідність урахування тимчасового розриву між витратами та отриманням доходу, а також залежність від факторів зовнішнього середовища, таких як державна підтримка, ринкова кон'юнктура та конкуренція.

Здійснення експортної діяльності ставить нові організаційно-економічні завдання перед сільськогосподарськими підприємствами. Передумовою виходу підприємства на зовнішній ринок є оцінка його експортного потенціалу, на підставі якої приймається рішення про доцільність орієнтації виробленої агропродовольчої продукції експорту.

Аналіз експортного потенціалу підприємства дозволяє оцінити його сформований на даний момент часу рівень та ступінь готовності до здійснення експортних поставок. Високий експортний потенціал свідчить про те, що підприємство готове до процесу його реалізації – виходу на зовнішній ринок та збуту виробленої продукції за рубіж. Якщо рівень експортного потенціалу був оцінений як середній, підприємству доцільно вжити комплексу відповідних заходів щодо нарощування експортного потенціалу перед здійсненням власне експортних операцій. За умови, що експортний потенціал підприємства виявився низьким і підприємством було ухвалено рішення про орієнтацію продукції на зовнішній ринок, першорядним завданням стає формування даного потенціалу.

Проведення комплексного аналізу розвитку експортного потенціалу забезпечує керуючу систему інформацією про слабкі та сильні сторони об'єкта управління, що дозволяє виявити точки зростання, що надалі дозволить грамотно визначити експортну політику як на рівні підприємства, так і на державному рівні.

Проведення оцінки експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства може здійснюватись за рядом методик, но найбільш комплексний підхід дають розрахунки інтегрального показника експортного потенціалу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯНТАРНІЙ»)

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Сільськогосподарським підприємством, яке обрано для оцінки формування та використання експортного потенціалу є Товариство з додатковою відповідальністю «ЯНТАРНІЙ», яке розташовано в Тарутинському районі Одеської області. В табл. 2.1. надані основні відомості про підприємство.

Таблиця 2.1

Основні відомості про ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Код ЄДРПОУ	05406209
Дата реєстрації	23.04.1999 (24 років, 11 місяців)
Площа землі, га	1 212
Кількість співробітників	38
Основний вид діяльності	01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур
Додаткові види діяльності	01.21 Вирощування винограду 01.45 Розведення овець і кіз 01.46 Розведення свиней 01.63 Післяурожайна діяльність

Джерело: розроблено автором за [31]

Підприємство спеціалізується на вирощуванні зернових та насіння олійних культур, плодово-ягідної продукції та розведенням овець, кіз та свиней. Діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має виражену експортну спрямованість. Більше 30% продукції підприємства реалізується за межі України. Підприємство засноване на приватній власності. Власниками ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є юридичні та фізичні особи. Підприємство функціонує згідно чинному законодавству України. ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має штат співробітників кількості 38 осіб, 10 з них входять до апарату управління підприємством. Найвищий орган управління –

загальні збори засновників, яким підпорядковується директор ТДВ «ЯНТАРНІЙ». Організаційна форма управління ТДВ – лінійна (рис. 2.1).

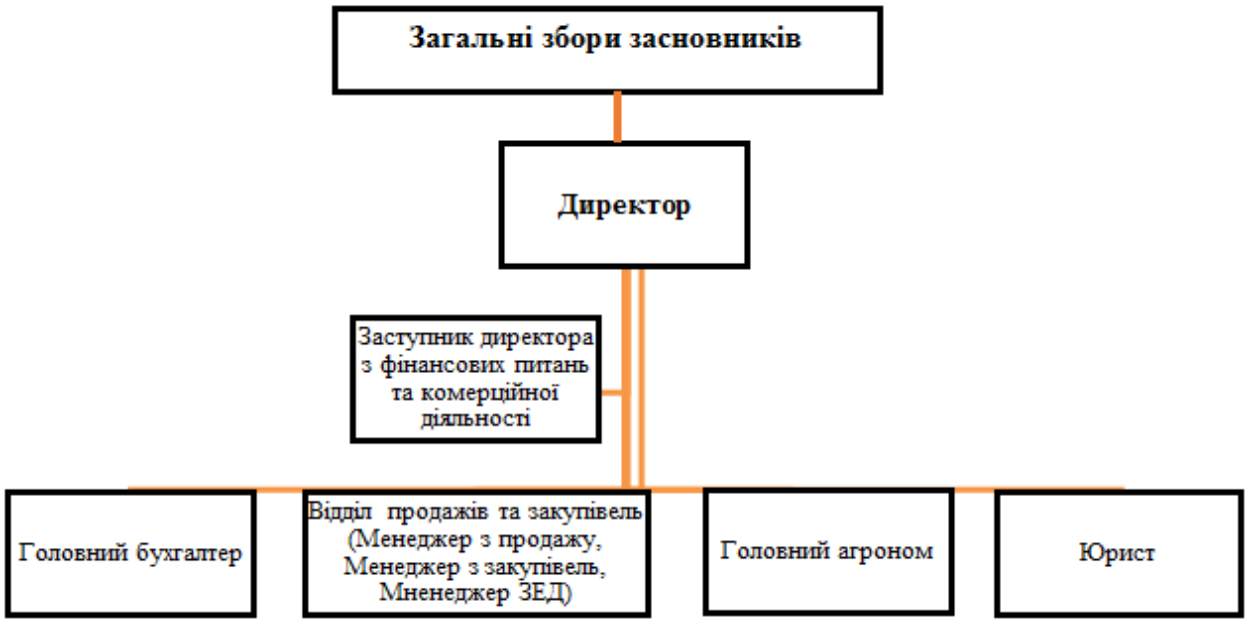


Рис 2.1. Організаційна структура управління ТДВ «ЯНТАРНІЙ»
Джерело: розроблено автором

Розглянемо основні показники діяльності підприємства в 2024 році. Підприємство в 2024 році збільшило орендовані землі до1625 га та відмовилось від розведення тварин с концентрувалось на рослинництві з На рис. 2.2 представлена площа, яку займали рослинні культури в 2024 році і частка доходу від їх реалізації.

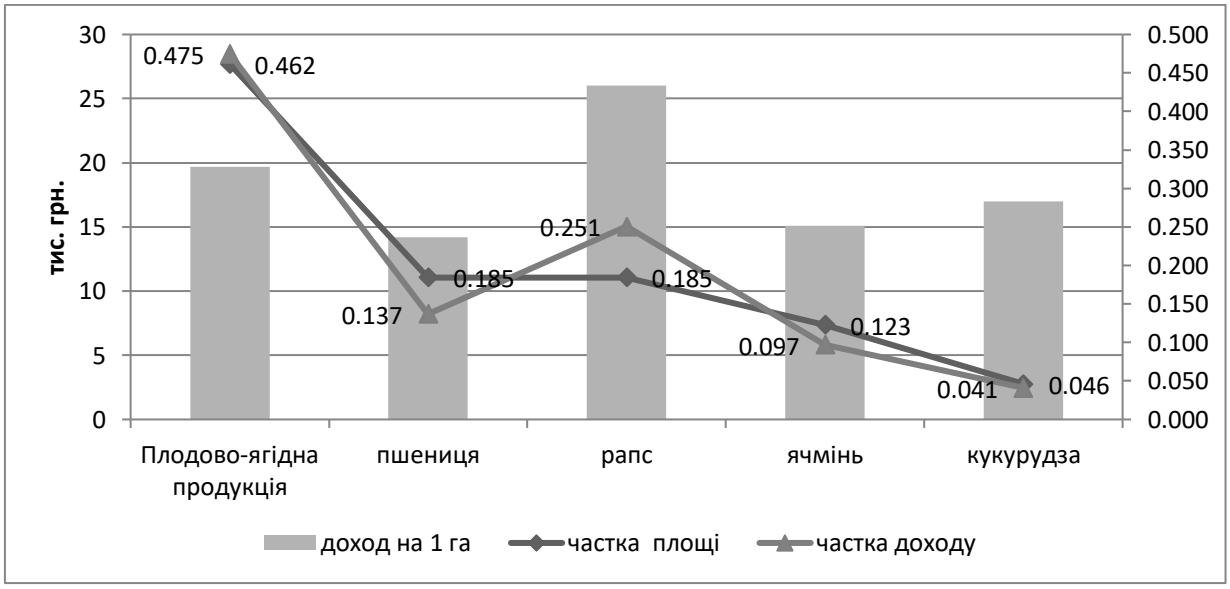


Рис. 2.2. Види рослинницьких культур, які вирощує ТДВ «ЯНТАРНІЙ»
Джерело: розроблено автором

З рис. 2.2 ми бачимо, що майже половина площі (750 га) підприємства відведено під плодово-ягідні культури, реалізація яких дає майже половину доходу товариства і є експортоорієнтованою. На технічні та зернові культури припадає 875 га площі. Реалізацію продукції підприємство здійснює вітчизняним операторам.

ТДВ «ЯНТАРНІЙ» володіє майном. Його вартість відображається в звітності підприємства. Розглянемо стан майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки, станом на кінець року

Показники	2021 рік		2022 рік		2023 рік		2024 рік		Зміна 2024/ 2021
	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.
Активи - всього	41527	100	41 702	100	39 518	100	32878	100	-8649
1. Необоротні активи	18107	43,6	15 978	38,3	15 017	38,0	17265	52,5	-842
1.1. Нематеріальні активи	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1072	3,3	1072
1.2. Незавершені капітальні інвестиції	5537	13,3	5537	13,3	5537	14,0	5537	16,8	0
1.3. Основні засоби	9356	22,5	7227	17,3	6375	16,1	7383	22,5	-1973
1.4. Довгострокові біологічні активи	3214	7,7	3214	7,7	3105	7,9	3273	10,0	59
2. Оборотні активи	23420	56,4	25 724	61,7	24 501	62,0	15613	47,5	-7807
2.1. Запаси	10203	24,6	12 043	28,9	11 478	29,0	8396	25,5	-1807
2.2. Поточні біологічні активи	3115	7,5	3562	8,5	3482	8,8	529	1,6	-2586
2.3. Дебіторська заборгованість	5876	14,1	6284	15,1	5397	13,7	3923	11,9	-1953
2.3.1. за роботи, продукцію та послуги	5165	12,4	5641	13,5	4992	12,6	3 514	10,7	-1651
2.3.2. за авансами виданими	513	1,2	429	1,0	236	0,6	198	0,6	-315
2.3.3 інша поточна	198	0,5	214	0,5	169	0,4	211	0,6	13
2.4. Грошові кошти	2384	5,7	1 732	4,2	3 111	7,9	1 586	4,8	-798
2.5. Витрати майбутніх періодів	1842	4,4	2103	5,0	1053	2,7	1179	3,6	-663

Джерело: розроблено автором

Нами обрано для аналізу період в який входить довоєнний рік для порівняння з показниками діяльності підприємства за три роки в умовах

повномасштабних бойових дій. За цій період ТДВ «ЯНТАРНІЙ» не скорочувало та не зупиняло свою господарську діяльність не зважаючи на складні умови господарювання в зоні бойових дій. З табл. 2.2. видно, що вартість майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за останні звітні 4 роки скоротилась на 8,6 млн. грн. (на 21%) в основному за рахунок зниження оборотних активів на 7,8 млн. грн. Спостерігається зниження запасів підприємства на 18%, що свідчить про ефективну збутову діяльність.

Методами збуту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є:

1) Екстенсивний збут – реалізація через максимальну кількість посередників – роздрібна та оптова торгівля. ТДВ «ЯНТАРНІЙ» використовує для реалізації зернових та насіння олійних культур збут через посередників-оптовиків; частка продукції тваринництва передається в роздрібну торгівлю, частка в оптову.

2) Працює на пряму з кінцевими споживачами – експорт плодово-ягідної продукції.

Зниження вартості активів також здійснилось за рахунок скорочення поточних біологічних активів на 84% (ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2024 році відходить від скотарства як низькорентабельний вид діяльності), за рахунок зниження дебіторської заборгованості на 34%, що свідчить по високий рівень роботи менеджменту підприємства. Станом на початок 2025 року скоротились грошові кошти підприємства на 33%, що також знизило загальну вартість його майна станом на 01.01.2025 року. Також спостерігається зниження балансової вартості основних засобів на 21%.

Зменшення вартості майна підприємства змінило структуру його активів: станом на 01.01.2025 року в порівнянні з 01.01.2022 роком зросла частка необоротних активів та знизилась оборотних – на 8,8 в.п. Значні частки в вартості майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на початок 2025 року спостерігаються у запасів (25,5%), основних засобів (22,5%), незавершених капітальних інвестицій (16,8%), дебіторської заборгованості (11,9%), довгострокових

біологічних активів (10,0%), грошових коштів (3,8%). Наочно структура майна підприємства представлена на рис. 2.3.

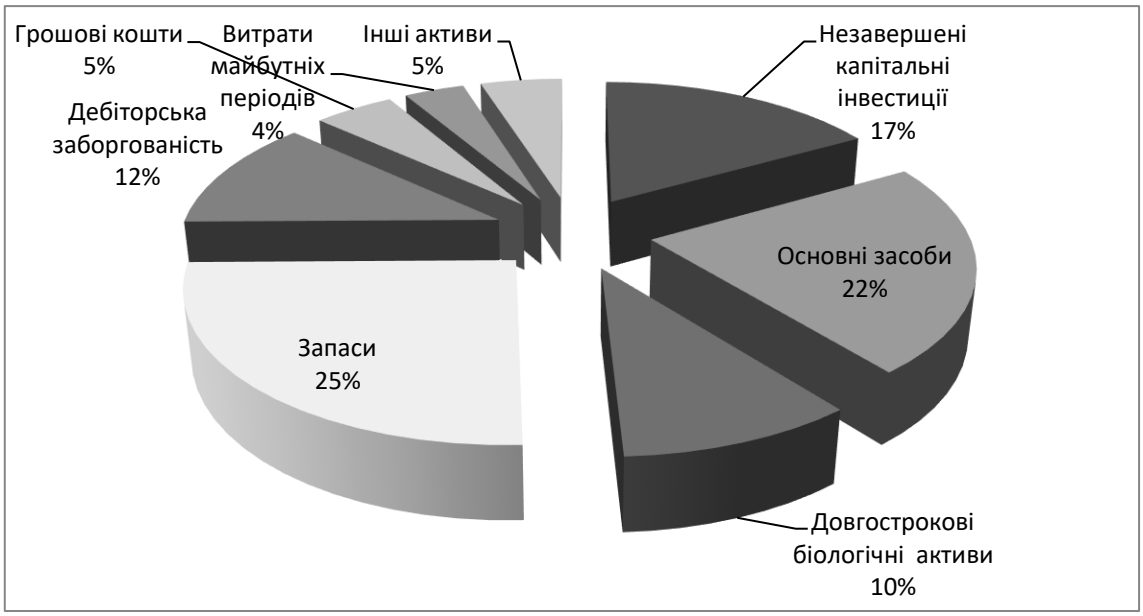


Рис. 2.3.Структура активів ТДВ «ЯНТАРНІЙ» станом на 01.01.2025 року
Джерело: розроблено автором

Щодо джерел формування майна підприємства, то вони також скоротились за досліджуваний період на 8649 тис. грн., в основному за рахунок зменшення поточних зобов'язань. При цьому зріс власний капітал на 3,4% за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку підприємства. Дані по динаміці основних статей пасивів ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2025 році представлені на рис. 2.4. Отже, з рис. 2.3 видно, що власний капітал підприємства постійно зростав за останні чотири звітних року, а поточні зобов'язання знижувались.

Як видно з рис. 2.4, джерелами формування майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є власні та залучені кошти. Залучені кошти поділені на довгострокові зобов'язання і складаються в основному з довгострокового кредиту банку в розмірі 5 млн. грн. Довгострокові кредити використовують для збільшення необоротних активів. Власні кошти складаються зі статутного та додаткових капіталів, а також нерозподіленого прибутку підприємства.

Як було вже відзначено, ТДВ «ЯНТАРНІЙ» сільськогосподарське підприємство, що постійно розвивається. Навіть самий тяжкий перший рік повномасштабного вторгнення агресора на територію України дозволив

здійснювати товариству свою господарську діяльність, зібрати врожай, реалізувати його та отримати прибуток.

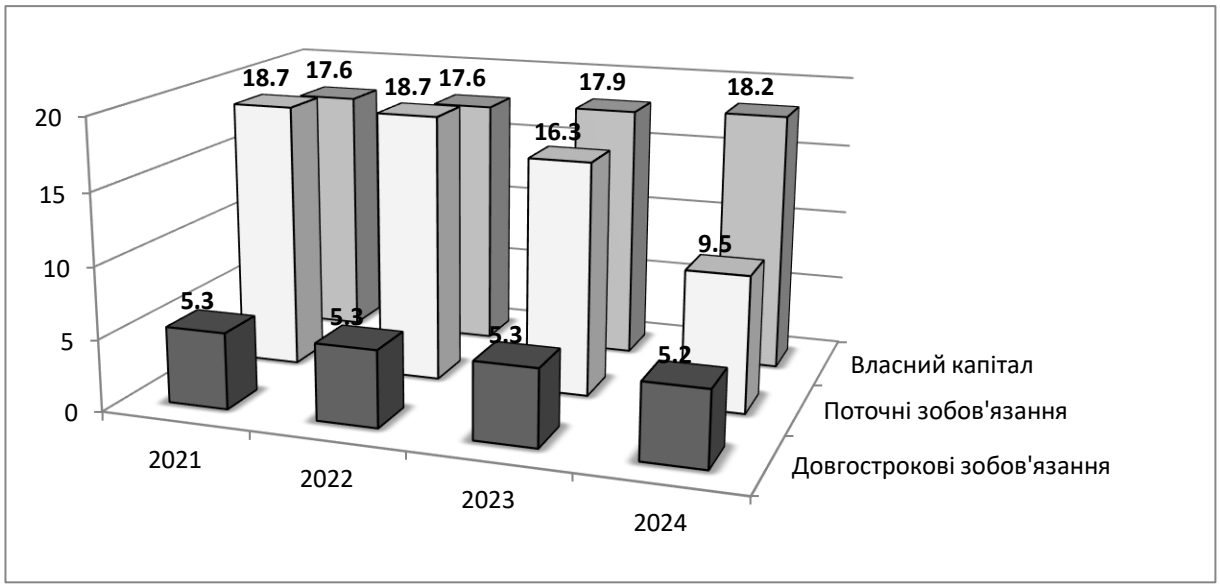


Рис. 2.4.Динаміка пасивів ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки, станом на кінець року, млн. грн

Джерело: розроблено автором

Розглянемо на рис. 2.5 динаміку основних фінансових результатів підприємства за досліджуваний період. З рис. 2.4 видно, що як і в 2022 так і в 2023 роках виручка від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» не перевищувала результатів 2021 року. При цьому собівартість продукції була вище ніж за результатами 2021 довоєнного року. В результаті зросла собівартість на 1 гривню реалізації продукції. Так, якщо в 2021 році на 1 гривню реалізації припадало 71 копійка повної собівартості, то к 2023 року цей показник підвищився до 85 копійок, що негативно вплинуло на чистий прибуток підприємства. З позитивного слід підкреслити, що в 2024 році виручка підприємства від реалізації складала 31128 тис. грн., що на 7,4% вище результату 2021 року, хоча витрати залишаються на рівні 2023 року. Доцільно розглянути операційні витрати ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Операційні витрати підприємства складаються з матеріальних витрат, заробітної плати та соціальних відрахувань на неї, амортизаційних відрахувань та інших операційних витрат.

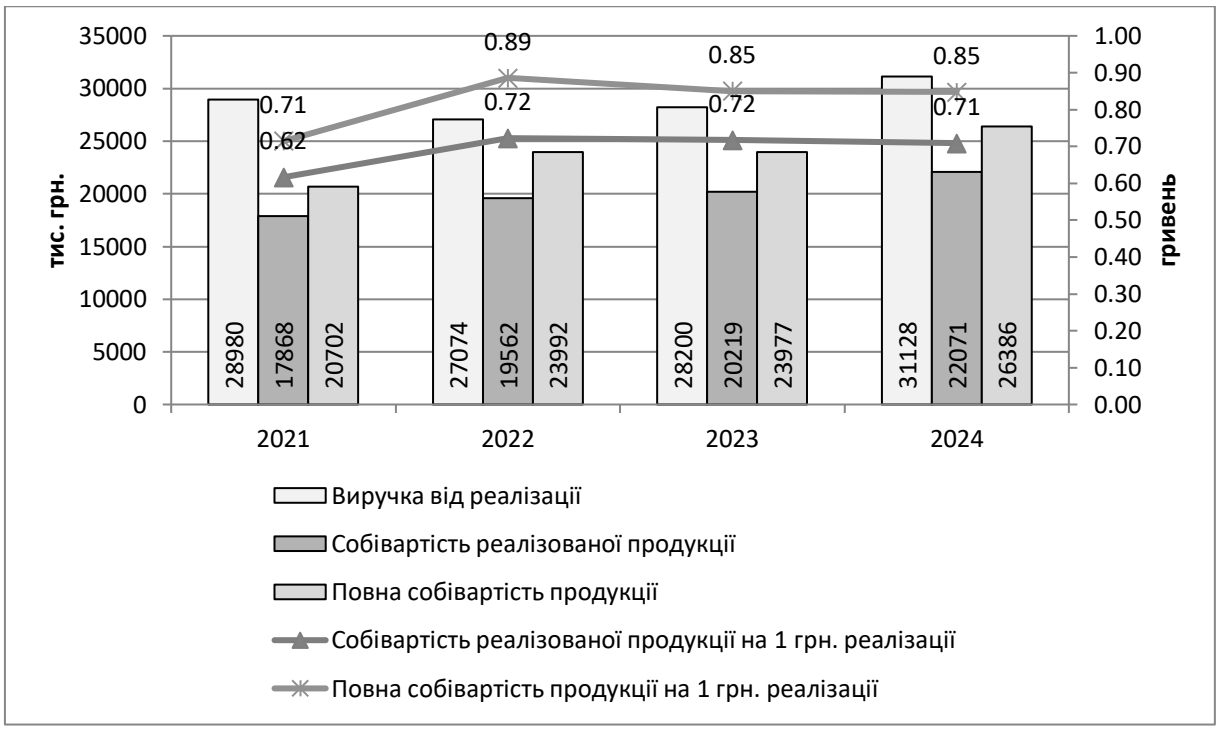


Рис. 2.5. Динаміка основних фінансових показників ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки

Джерело: розроблено автором

В табл. 2.3 розраховані операційні витрати ТДВ «ЯНТАРНІЙ» та надана їх структура за останні 4 звітних роки.

Таблиця 2.3

Динаміка та структура операційних витрат ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки

Показники	2021 рік		2022 рік		2023 рік		2024 рік		Зміна 2024/ 2021
	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.	в %	тис. грн.
Матеріальні затрати	14613	70,6	16201	70,1	16872	70,4	17399	65,9	2786
Витрати на оплату праці	3876	18,7	4104	17,7	4560	19,0	5989	22,7	2113
Відрахування на соціальні заходи	853	4,1	903	3,9	1003	4,2	1318	5,0	465
Амортизація	1148	5,5	1052	4,5	1108	4,6	948	3,6	-200
Інші операційні витрати	212	1,0	866	3,7	434	1,8	732	2,8	520
Разом	20702	100	23126	100	23977	100	26386	100	5684

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи дані табл. 2.3, можна дійти до висновку, що найбільшими статтями операційних витрат ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є матеріальні затрати на

виробництво та реалізації сільськогосподарської продукції та витрати на оплату праці. Так, матеріальні затрати на протязі 2021 – 2023 років складали 70% від усіх операційних витрат підприємства, а в 2024 році знизились до 66%. Це дозволило збільшити витрати на оплату праці до 23% загальних витрат. Зауважимо, що за досліджуваний період матеріальні витрати ТДВ «ЯНТАРНІЙ» зросли на 19%, а витрати на заробітну плату більше ніж удвічі. Взагалі операційні витрати підприємства в 2024 році зросли в порівнянні з 2021 роком на 27,5% і складали 26386 тис. грн. Це дозволило товариству отримати прибуток від основної операційної діяльності в розмірі 5,7 млн. грн., що менше зазначеного прибутку 2021 року на 33%, але вище прибутку 2023 року на 26%. Така ж ситуація склалась і з чистим прибутком, який перевищує результат 2023 року на 41% і дорівнюється 4,3 млн. грн. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Показники прибутковості та рентабельності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки

Показники	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік	Зміна 2024/ 2021
1.Чистий дохід, тис. грн	28980	27074	28200	31128	2148
2.Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	17868	19562	20219	22071	4203
5. Прибуток від основної операційної діяльності, тис. грн	8576	3265	4543	5706	-2870
6. Чистий прибуток, тис. грн.	8335	1193	3043	4296	-4039
7.Рентабельність витрат, %	46,6	6,1	15,1	19,5	-27,1
8.Рентабельність основної операційної діяльності,%	29,6	12,1	16,1	18,3	-11,3
9. Рентабельність продаж, %	28,8	4,4	10,8	13,8	-15

Джерело: розроблено автором

За даними табл. 2.4 можна зробити висновок, що ТДВ «ЯНТАРНІЙ» високоприбуткове аграрне підприємство, що має високі показники рентабельності.

Як висновок з усього вищенаведеного можна сказати, що високі результати в отриманні виручки від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» отримало завдяки своїй зовнішньоекономічній діяльності.

2.2. Аналіз товарної та географічної направленості експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Важливою частиною господарської діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є зовнішньоекономічна діяльність. Підприємство працює на пряму з кінцевими споживачами – покупцями плодово-ягідної продукції. В перші роки створення підприємство вирощувало переважно полуницю та малину, тепер вона додало до вирощування на своїх садових ділянках ще смородини, суниці та лохини, які мають великий попит на європейському ринку.

В табл. 2.5 представлена структура реалізації плодово-ягідної продукції підприємства за чотири звітні роки (з 2021 по 2024 рік).

Таблиця 2.5

Товарна структура реалізації плодово-ягідної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки

Вид продукції	2021 рік		2022 рік		2023 рік		2024 рік		Зміна 2024/ 2021
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%	
Плодово-ягідна продукція разом	9812	100	7480	100	9500	100	14775	100	4963
плодові культури	2115,5	21,56	1172,1	15,67	1050,7	11,06	1135,2	7,68	-980,3
Ягідні культури	7696,5	78,44	6307,9	84,33	8449,3	88,94	13639,8	92,32	5943,3

Джерело: розроблено автором

З табл. 2.5 видно, що на протязі 2021 – 2024 років ТДВ «ЯНТАРНІЙ» збільшував обсяги реалізації плодово-ягідної продукції. Так, в порівнянні з 2021 роком, він зріс на 4963 тис. грн. Зауважимо, що поступово знижується обсяг реалізації плодової продукції (яблук) – за досліджуваний період зменшився на 980 тис. грн. (нак 46%), і зростає обсяг реалізації ягідних культур. Так в 2024 році підприємство реалізувало ягід на 5943,3 тис. грн. більше, ніж в 2021 році (на 77%). Така ситуація на виробництві визвана зростаючим попитом на ягідну продукцію зі сторони замовників, при цьому на

відмінність від плодів, ягоди реалізуються підприємством не на внутрішньому, а в основному на зовнішньому ринках.

Розглянемо обсяги реалізації ягідної продукції в натуральному виразі (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Товарна структура реалізації ягідної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки в натуральному виразі

Вид продукції	2021 рік		2022 рік		2023 рік		2024 рік		Зміна 2024/ 2021
	Тон	%	Тон	%	Тон	%	Тон	%	
малина	2,6	3,1	3,4	6,3	9,8	13,2	17,3	17,6	14,7
суниця	19,1	22,8	12,6	23,4	7,8	10,5	10,6	10,8	-8,5
смородина	41,2	49,1	17,6	32,7	27	36,2	21,6	22,0	-19,6
полуниця	20,8	24,8	17,4	32,3	25,2	33,8	40	40,7	19,2
лохина	0,2	0,2	2,9	5,4	4,7	6,3	8,9	9,0	8,7
Разом	83,9	100	53,9	100	74,5	100	98,4	100	14,5

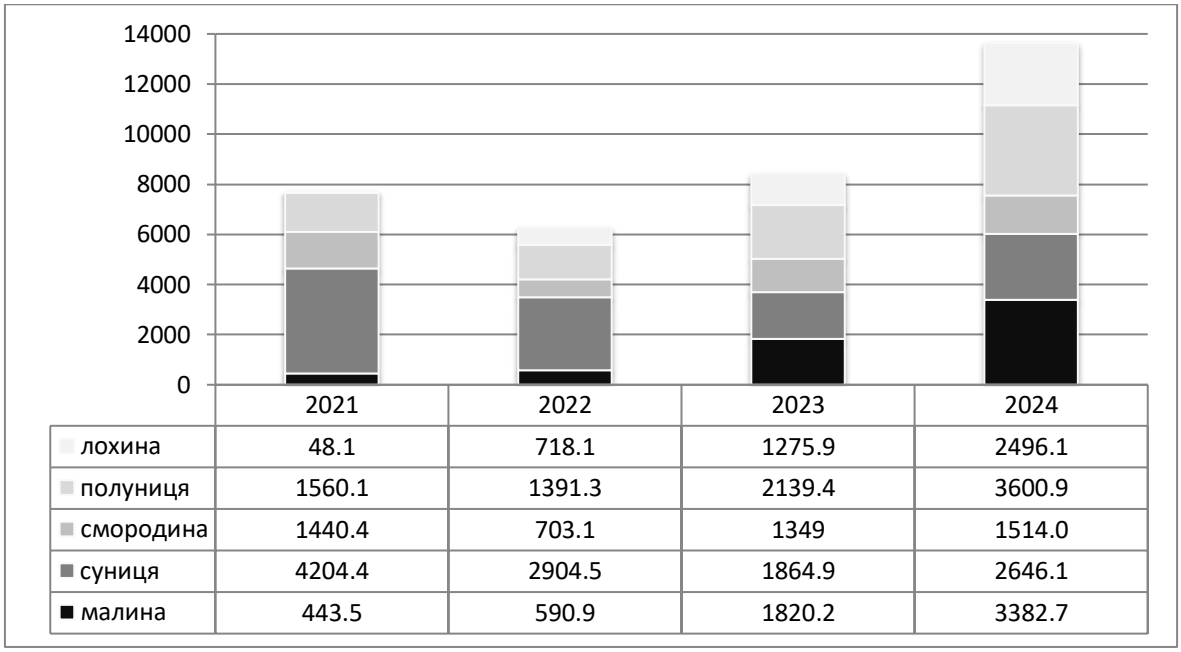
Джерело: розроблено автором

Зауважимо, що більше 90% ягід реалізовано підприємством зарубіжним партнерам. З табл. 2.6 видно, що починаючи з 2022 року обсяги реалізації ягід на у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» починають зростати. За період з початку війни вони зросли майже удвічі і складали в 2024 році 98,4 тон свіжих та заморожених ягід. За досліджений період найбільше в натуральному виразі реалізовано смородини та полуниці. Ці ягоди йдуть в основному на експорт як сировина в замороженому вигляді, а от в малині, лохині та суниці споживач зацікавлений для вживання в свіжому вигляді. Тому підприємство поступово знижує обсяги реалізації смородини і збільшую реалізацію лохини та малини. Так, обсяг реалізації малини з 2021 року в порівнянні з 2024 роком зріс на 14,7 тон, а лохини – на 8,7 тон.

В 2022 році на обсяг виробництва, а отже й на реалізацію продукції підприємства вплинули військові дії на території країни. У ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в силу зазначених причин обсяг реалізації плодово-ягідної продукції знизився в порівнянні з 2021 роком на 24% і складав 7480 тис. грн. Не зважаючи на скрутні умови воєнного часу, ТДВ «ЯНТАРНІЙ» зуміло мобілізувати сили співробітників, можливості потужностей, сучасні новації та збільшило обсяг

реалізації садівництва в 2023 році до 9500 тис. грн., а в 2024 – до 14775 тис. грн., що на 50% більше результату 2021 року.

Ягідні культури, що вирощуються на підприємстві вже давно реалізуються їм на експорт в країни Європи. Розглянемо більш детально структуру ягідної реалізації у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» (рис. 2.6).



	2021	2022	2023	2024
лохина	48.1	718.1	1275.9	2496.1
полуниця	1560.1	1391.3	2139.4	3600.9
смородина	1440.4	703.1	1349	1514.0
суниця	4204.4	2904.5	1864.9	2646.1
малина	443.5	590.9	1820.2	3382.7

Рис. 2.6. Динаміка обсягу реалізації ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки, тис. грн.
Джерело: розроблено автором

З рис. 2.6 видно, що щорічно на підприємстві зростав обсяг реалізації всіх видів експортних ягід, особливо за останні роки виріс попит на малину, полуницю та лохину. Можна сказати, що за 4 роки найбільш зріс обсяг реалізації лохини – в 52 рази (з 48,1 тис. грн. в 2021 році до 2496,1 тис. грн. в 2024 році), на малину – в 8 разів (з 443,5 тис. грн. в 2021 році до 3382,7 тис. грн. в 2024 році), а також полуницю – в 2,3 рази (з 1560,1 тис. грн. в 2021 році до 3600,9 тис. грн. в 2024 році). Обсяг реалізації суниці знизився в 1,5 рази, смородини – зріс на 5%. Така динаміка реалізації змінила структуру товарного експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ», що можна спостерігати на рис. 2.7.

Завдяки сприятливому клімату ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має доступ до високоякісних інгредієнтів, у тому числі великого асортименту ягід. Свої перші

експортні кроки компанія розпочала з малини та лохини. Першими напрямками експорту були Молдова, країни Балтії та Польща. Завдяки підписанню угоди про зону вільної торгівлі з Європейським Союзом доступ до ринку європейських країн став простішим.

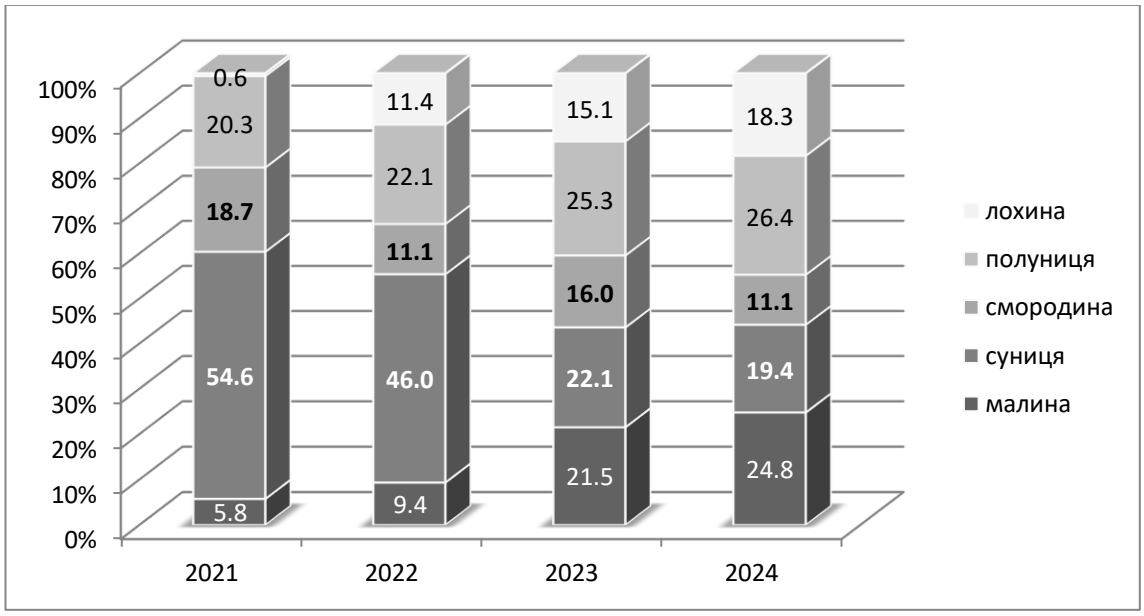


Рис. 2.7. Товарна структура експорту ягідної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2021 – 2024 роках

Джерело: розроблено автором

З рис. 2.7 видно, що найбільша частка в реалізації ягід на експорт в ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2021 році припадала на суницю, полуницю та смородину, то в 2024 році у покупців виріс інтерес до лохини та малини. Отже, найбільша частка експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» припадає на полуницю (26,4%), малину (24,8%), суницю (19,4%) та лохину (18.3%).

Розглянемо далі географічну структуру експорту ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» (табл. 2.7).

Перші кроки в експорті ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» здійснило в 2021 році, коли договори про прямі поставки були укладені з підприємствами Молдови та пострадянських країн Балтії. Безмитний доступ українських товарів в 2022 році дозволив вийти підприємству з високоякісною продукцією до європейських країн, яких задовільний пропонований перелік продукції.

Таблиця 2.7

Географічна структура експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2023 – 2024 роки

Країна	2023 рік		2024 рік		Відхилення 2021/2023		
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	В струк-турі
Польща	4258	50,4	5005	42,5	747	17,5	-7,9
Литва	1166	13,8	1256	10,7	90	7,7	-3,1
Латвія	777	9,2	1211	10,3	434	55,9	1,1
Чехія	710	8,4	1014	8,6	304	42,8	0,2
Словаччина	777	9,2	907	7,7	130	16,7	-1,5
Румунія	456	5,4	598	5,1	142	31,1	-0,3
Німеччина	304	3,6	597	5,1	293	96,4	1,5
Франція	х	х	564	4,8	564	х	4,8
Австрія	х	х	614	5,2	614	х	5,2
Разом	8449	100	11766	100	3317	39,3	0

Джерело: розроблено автором

За 2023 рік період товариство розширило географічну структуру експорту ягід з трьох країн до шести. В 2024 році до покупців ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» додались ще 2 європейські країни. Найбільшим споживачем продукції за весь період залишається Польща, обсяг експорту ягід до даної країни досягає до 50% загального експорту підприємства. Всі країни з якими має контракти ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є членами Євросоюзу. В 2024 році зросли поставки ягід в усі країни, з якими ТДВ «ЯНТАРНІЙ» співпрацював в 2023 році. Окрім Польщі загальний обсяг поставок в грошовому виразі в кожну з країн не перевищував 10% .

В табл. 2.8 представлена географічна структура експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за видами продукції по країнам імпортерам за 2023 – 2024 роки в натуральному. Отже, основними покупцями малини в 2023 році є Польща (більше половини обсягу), Литва, Латвія, Чехія, Румунія. За 2024 рік Польща збільшила закупівлю ягоди на 50%, інші країни окрім Румунії удвічі. В 2023 - 2024 році зазначені країни були і споживачами суниці та смородини, як нами вже відзначено – найбільший споживач Польща. Полуниця та лохина більш приваблює покупців з Німеччини, Франції, Австрії. З табл. 2.8 нами встановлено, що в 2023 – 2024 роках найбільший обсяг ягідної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» було експортовано до Польщі та Литви.

Таблиця 2.8

Географічна структура експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2023 – 2024 роки

Країна	2023 рік					2024 рік				
	Ма-лина	Су-ниця	Сморо-дина	Полу-ниця	Ло-хина	Ма-лина	Су-ниця	Сморо-дина	Полу-ниця	Ло-хина
Польща	5,0	3,0	15,0	12	3,0	8,0	5,0	9,0	17,4	
Литва	1,0	0,7	5,0	5	0,5	2,0	1,0	3,0	4,5	
Латвія	1,0	1,0	3,0	2,2		2,0	1,0	3,0	4	
Чехія	1,0	1,0	1,0	2,6		2,0	1,0	2,0	2,6	
Словаччина	0,8	1,0	2,0	1,9	0,6	2,3	1,0	3,0		
Румунія	1,0	1,1				1,0	1,6			
Німеччина			1,0	1,5	0,6			1,6	5,4	2,9
Франція									3	3,0
Австрія									3,1	3,0
Разом	9,8	7,8	27,0	25,2	4,7	17,3	10,6	21,6	40,0	8,9

Джерело: розроблено автором

Об’єднаємо показники експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки в табл.2.9. З табл. 2.9 можна зробити висновки, що обсяг реалізації експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ», починаючи з 2022 року має стійку тенденцію до зростання. В 2023 році він був на 748 тис. грн. більше обсягу реалізації 2021 року і складав 8445 тис. грн., (в загальному обсязі реалізації експортна виручка складала 30%). В 2024 році експортна виручка підприємства зросла до 11766 тис. грн., що на 52% більше результатів 2021 року. Собівартість експортної продукції в 2023 році зросла у порівнянні з 2021 роком на 284 тис. грн., що визвано зростанням цін на пальне, добрива, підвищенням мінімальної заробітної плати та відрахувань від неї на соціальне страхування. В 2024 році це зростання продовжилось, собівартість реалізованої експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2024 році була вище собівартості 2023 року на 2015 тис. грн. і складала 6665 тис. грн. Частка повної собівартості експортної продукції в загальному обсягу собівартості складала 28,8%. Прибуток від реалізації в 2024 році виріс до значення. Не зважаючи на те, що реалізація експортної продукції не дорівнюється навіть 40% загальних доходів, прибуток від даного виду діяльності значно вище прибутку від реалізації іншої продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на внутрішньому ринку. Про це свідчить розмір рентабельності експортної продукції підприємства.

Таблиця 2.9

Основні показники експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2023 роки

Показники	роки				
	2021	2022	2023	2024	Відхилення 2024/ 2021
Експортна виручка, тис. грн.	7697	6308	8445	11766	4069
Частка експортної виручки в загальному обсягу реалізації, %	26,6	23,3	29,9	37,8	11,2
Собівартість експортної продукції, тис. грн.	3877	3521	4650	6665	2788
Частка собівартості експортної продукції в загальному обсягу собівартості, %	21,7	18,0	23,0	30,2	8,5
Витрати на реалізацію (адміністративні та на збут) на експортну продукцію, тис. грн	469	542	665	742	273
Частка витрат на реалізацію на експортну продукцію в загальному обсягу витрат на реалізацію, %	17,9	15,2	20,0	20,7	2,8
Повні витрати на експортну продукцію, тис. грн.	4346	4063	5315	7407	3061
Частка витрат на експортну продукцію в загальному обсягу повних витрат на реалізацію, %	21,2	17,6	22,6	28,8	7,6
Прибуток від реалізації експортної продукції	3351	2245	3130	4359	1008
Частка прибутку на експортну продукцію в загальному обсягу прибутків, %	39,5	56,9	67,2	79,6	40,1
Рентабельність продажу експортної продукції, %	43,5	35,6	37,1	37,0	-6,5
Рентабельність витрат експортної продукції, %	86,4	63,8	67,3	58,8	-27,6
Коефіцієнт ефективності експорту	1,77	1,55	1,59	1,59	-0,18

Джерело: розроблено автором

Отже при загальній рентабельності продажу в 2023 році в 16,5%, рентабельність експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є в два рази більшою. Розрахований коефіцієнт ефективності експорту свідчить, що експортна діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є ефективною, при чому на 1 грн. витрат в 2021 році припадало 1,77 грн. експортної виручки, а в 2023 році цей показник складає 1,59 грн.

Далі проведемо оцінку експортного потенціалу підприємства.

2.3. Оцінка експортного потенціалу підприємства

Наукові підходи до дослідження експортного потенціалу в агросекторі враховують ресурсну забезпеченість, виробничо-технологічні потужності, логістичну інфраструктуру, доступ до зовнішніх ринків, регуляторне середовище та міжнародні зобов'язання [19, с. 116].

Розглянемо в динаміці показники експорту ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на рис. 2.8.

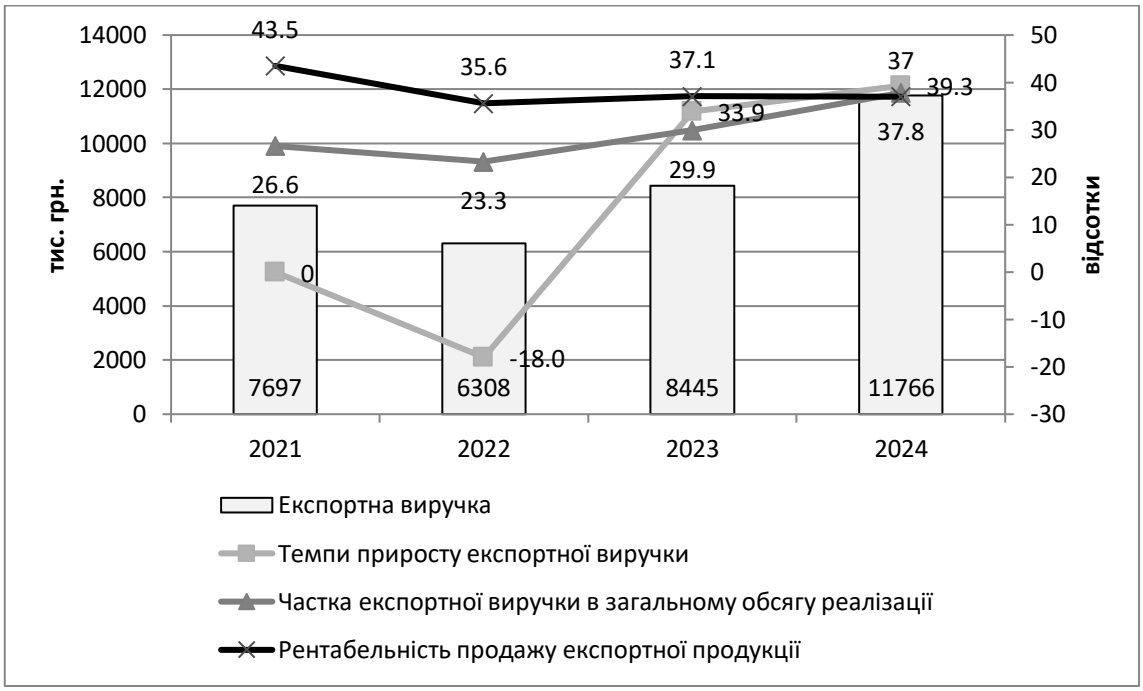


Рис. 2.8. Показники експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2021 – 2024 роки

Джерело: розроблено автором

З рис. 2.8. можна зробити висновок, що починаючи з 2022 року на підприємстві відчувається стійка тенденція до зростання виручки від експорту продукції, зростає стабільно частка експорту в обсягах реалізації, рентабельність реалізації експортної продукції вище за рентабельність в цілому на підприємстві. Це свідчить про наявність у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» значних переваг у його найближчих конкурентів. Порівняємо експортний

потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ» з потенціалом його найближчих конкурентів (табл. 2.10). Для цього обрано 2 підприємства-конкурента, які розташовані у найближчий відстані від ТДВ «ЯНТАРНІЙ», схожі по розмірам та здійснюють аналогічну з ним господарську діяльність, у тому числі експорт агропродукції: ТОВ «Агро фірма «Південна» та ТОВ «СВП «Агростар».

Таблиця 2.10

Оцінка переваг ТДВ «ЯНТАРНІЙ» у порівнянні його найближчими конкурентами

Конкурентні переваги	ТОВ «Агро фірма «Південна»	ТДВ «ЯНТАРНІЙ»	ТОВ «СВП «Агростар»
Виробничі потужності	Середні	Високі	Високі
Інноваційні підходи	Не впроваджуються	Впроваджуються	Частково впроваджуються
Якість продукції	Середня	Висока	Висока
Ціноутворення	Високе	Конкурентне	Конкурентне
Доступ до фінансових ресурсів	обмежений	стабільний	стабільний
Логістична ефективність	середня	висока	низька

Джерело: розроблено автором

Згідно з даними, ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має високу якість продукції, високі виробничі потужності та конкурентне ціноутворення, що забезпечує йому значну перевагу над іншими гравцями ринку. Крім того, підприємство має стабільний доступ до фінансових ресурсів та ефективну логістику, що дозволяє йому швидше і дешевше доставляти продукцію клієнтам.

Для подальшого оцінки експортного потенціалу підприємства доцільно провести SWOT - аналіз експортної діяльності товариства (табл. 2.11). Зі SWOT – аналізу підприємства видно, що ТДВ «ЯНТАРНІЙ» притаманні сильні сторони та є можливості для розвитку експортного потенціалу.

Для більш глибокої оцінки експортного потенціалу підприємства необхідно врахувати сукупність факторів, що впливають на його реалізацію. Оскільки кожен з цих факторів має різну вагу та значення, доцільно використати інтегральний показник, який дозволить комплексно оцінити експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Інтегральний показник (ІЕП) складається з виробничого потенціалу (ІВП), коефіцієнту автономії (*k*авт), індексу конкурентоспроможності продукції

(ІКП) та індексу рентабельності експортної діяльності (Ір.е.д.) І розраховується за наступною формулою:

$$ІЕП = ІВП \cdot k_{авт} \cdot ІКП \cdot Ір.е.д. \quad (2.1)$$

Таблиця 2.11

SWOT - аналіз експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1.Кліматичні умови сприяють вирощуванню плодів та ягід 2.Підприємство для вирощування продукції використовує наявні родючі грунти 3 Вирощування ягід з високоврожайних сортів 4. Підприємство сприятливо географічно розташовано щодо місцезнаходження покупців 5.Підприємство може запропонувати покупцям широкий товарний асортимент ягідної продукції. 6.Є можливість зростання попиту на експортну продукцію підприємства 7. Високий рівень приживлюваності та відповідності високим сортам в рослинництві	1.Деякі недоліки в широкому досвіді персоналу в проведенні експортних операцій 2. Відсутність досвіду в налагодженом маркетингу та збуту при експортної діяльності на підприємстві 3. Відсутність можливості самостійного вистроювати логістичні ланцюги експорту власної продукції 4. Проблеми з залученням сезонних працівників-збиральників ягід із-за їх міграцію через воєнні дії. 5. Зростання цін на паливо та добрива, що визвано інфляцією через війну 6. Необхідність у застосуванні для виробництва елітних сортів ягід високовитратних технологій
Можливості	Загрози
1.Розширення обсягів вирощування експортної продукції 2. Сприятлива кон'юнктура на ринку ЄС приводить до зростання експорту, а це збільшує виручку від реалізації 3. Сприятливі умови для розширення обсягів виробництва екологічно чистої та органічної продукції. 4.Існує реальна можливість для розширення матеріально – технічної бази та потужностей.	1.Висока конкуренція на зовнішньому ринку з боку інших іноземних постачальників та місцевих виробників. 2. Воєнні ризики, які визивають невизначеність зовнішнього середовища приводять до скорочення постачання 3.Втрата якості свіжої ягідної продукції через утруднену логістику. 4. Зміни валютного курсу 5. Наявність посередників.

Джерело: розроблено автором

Формули розрахунку складових інтегрального показника наведені в табл. 2.12. Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» проведемо за 2023 та 2024 роки для порівняння, результати розрахунків представимо в табл. 2.13. Отже, розрахуємо складові ІЕП за даними звітності підприємства.

Таблиця 2.12

Формули розрахунку складових інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Назва показника	Формула розрахунку	Умовне позначення
1. Індекс виробничого потенціалу	$I_{ВП} = \left(\frac{Q}{В_{сер.ОЗ}}\right) * k_{пр}$	Q – обсяг виробництва, тис. грн. $В_{сер.\ ОЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів $К_{пр}$ – коефіцієнт придатності
2. Коефіцієнт автономії	$к_{авт} = \frac{ВК}{ЗК}$	ВК – власний капітал ЗК – загальний капітал
3. Індекс конкурентоспроможності продукції	$I_{КП} = \frac{Ц_С}{Ц_ф}$	$Ц_с$ – середня ціна конкурентів $Ц_ф$ – фактична ціна реалізації продукції
4. Індекс рентабельності експортної діяльності	$I_{р.е.д} = \frac{В_{експ}}{В_{заг.експорт}}$	$В_{експ.}$ - виручка від експорту, тис. грн. $В_{\ заг.\ експ.}$ – загальні витрати на експорт, тис. грн.

Джерело: розроблено автором за [32]

Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» показав, що на даний момент його значення становить 2,42. Це свідчить про те, що експортний потенціал підприємства є задовільненим. Високий рівень показника зумовлений кількома факторами, такими як високий коефіцієнт придатності та високий коефіцієнт автономії. Крім того, конкурентоспроможність продукції та рентабельність експортної діяльності також знаходяться на високому рівні. ІЕП за рік зріс – у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є усі умови для продовження активної експортної діяльності.

Таблиця 2.13

Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Зміна 2024/2023
$I_{ВП}$	2,02	2,42	+0,4
$К_{ав}$	0,453	0,554	0,11
$I_{КП}$	1,15	1,15	-
$I_{р.е.д}$	1,59	1,59	-
ІЕП	2,02*0,453*1,15*1,59 = 1,67	2,42*0,554*1,15*1,59 = 2,45	+0,78

Джерело: розроблено автором

Експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ» залежить від багатьох факторів, включаючи його конкурентоспроможність і здатність виходити на зовнішні ринки. Розглянемо деякі з цих факторів на рис. 2.9.



Рис. 2.9. Фактори, що впливають на експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Джерело: розроблено автором

За даними представленими на рис. 2.9. можна стверджувати, що експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ» можна оцінити позитивно. Можна зробити декілька висновків щодо експортного потенціалу підприємства, виходячи з наведених на рис. 2.9 даних:

1. Географічне розташування підприємства на півдні Одеської області дає позитивні агрокліматичні умови для вирощування ягідної продукції на експорт.

2. Підприємство володіє сучасними технологія вирощування та зберігання ягідної продукції

3. Держава надає підприємству підтримку у вигляді доступних кредитів.

4. У ТДВ «ЯНТАРНІЙ» налагоджена взаємодія з мікропідприємствами в організації експортних операцій.

5. Підприємство активно використовує сучасний маркетинг в організації експортної діяльності

6. Безпека харчових продуктів лежить в основі проблеми експорту продукції. Для цього компанія впровадила систему управління якістю FSSC 22000, підтвердила сертифікацію FSSC 22000, результати випробувань та отримала зразок.

7. Підприємство працює над розвитком експортної інфраструктури.

Не зважаючи на те, що у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» експортний потенціал знаходиться на задовільному рівні, доцільно впровадити шляхи його подальшого удосконалення.

Висновки до розділу 2

Сільськогосподарським підприємством, яке обрано для оцінки формування та використання експортного потенціалу є Товариство з додатковою відповідальністю «ЯНТАРНІЙ». Підприємство спеціалізується на вирощуванні зернових та насіння олійних культур, плодово-ягідної продукції та розведенням овець, кіз та свиней. Діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має виражену експортну спрямованість. Більше 30% продукції підприємства реалізується за межі України.

Аналіз господарської діяльності підприємства за 2021 – 2024 роки показав:

Вартість майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за останні звітні 4 роки скоротилась на 8,6 млн. грн. (на 21%) в основному за рахунок зниження оборотних активів на 7,8 млн. грн. Спостерігається зниження запасів підприємства на 18%, що свідчить про ефективну збутову діяльність. Значні частки в вартості майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на початок 2025 року спостерігаються у запасів (25,5%), основних засобів (22,5%), незавершених капітальних інвестицій (16,8%), дебіторської заборгованості (11,9%), довгострокових біологічних активів

(10,0%), грошових коштів (3,8%). Джерелами формування майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є власні та залучені кошти.

Аналіз динаміки основних фінансових результатів підприємства за досліджуваний період показав, що як і в 2022 так і в 2023 роках виручка від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» не перевищувала результатів 2021 року. При цьому собівартість продукції була вище ніж за результатами 2021 довоєнного року. В результаті зросла собівартість на 1 гривню реалізації продукції. Так, якщо в 2021 році на 1 гривню реалізації припадало 71 копійка повної собівартості, то к 2023 року цей показник підвищився до 85 копійок, що негативно вплинуло на чистий прибуток підприємства. З позитивного слід підкреслити, що в 2024 році виручка підприємства від реалізації складала 31128 тис. грн., що на 7,4% вище результату 2021 року, хоча витрати залишаються на рівні 2023 року. Високі результати в отриманні виручки від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» можливі завдяки зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Підприємство працює на пряму з кінцевими споживачами – покупцями плодово-ягідної продукції.

Аналіз експортної діяльності підприємства показав, що на протязі 2021 – 2024 років ТДВ «ЯНТАРНІЙ» збільшував обсяги реалізації плодово-ягідної продукції. Зауважимо, що поступово знижується обсяг реалізації плодової продукції (яблук) – за досліджуваний період зменшився на 980 тис. грн. (на 46%), і зростає обсяг реалізації ягідних культур. Так в 2024 році підприємство реалізувало ягід на 5943,3 тис. грн. більше, ніж в 2021 році (на 77%). Така ситуація на виробництві визвана зростаючим попитом на ягідну продукцію зі сторони замовників, при цьому на відмінність від плодів, ягоди реалізуються підприємством не на внутрішньому, а в основному на зовнішньому ринках.

Зауважимо, що більше 90% ягід реалізовано підприємством зарубіжним партнерам. Починаючи з 2022 року обсяги реалізації ягід на ТДВ «ЯНТАРНІЙ» починають зростати. За період з початку війни вони зросли майже удвічі і складали в 2024 році 98,4 тон свіжих та заморожених ягід. За досліджений період найбільше в натуральному виразі реалізовано смородини та полуниці.

Так, обсяг реалізації малини з 2021 року в порівнянні з 2024 роком зріс на 14,7 тон, а лохини – на 8,7 тон.

За 2023 рік період товариство розширило географічну структуру експорту ягід з трьох країн до шести. В 2024 році до покупців ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» додались ще 2 європейські країни. Найбільшим споживачем продукції за весь період залишається Польща, обсяг експорту ягід до даної країни досягає до 50% загального експорту підприємства. Всі країни з якими має контракти ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є членами Євросоюзу. В 2024 році зросли поставки ягід в усі країни, з якими ТДВ «ЯНТАРНІЙ» співпрацював в 2023 році. Окрім Польщі загальний обсяг поставок в грошовому виразі в кожну з країн не перевищував 10%. Основними покупцями малини в 2023 році є Польща (більше половини обсягу), Литва, Латвія, Чехія, Румунія. За 2024 рік Польща збільшила закупівлю ягоди на 50%, інші країни окрім Румунії удвічі.

Таким чином, можна зробити висновки, що обсяг реалізації експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ», починаючи з 2022 року має стійку тенденцію до зростання. В 2023 році він був на 748 тис. грн. більше обсягу реалізації 2021 року і складав 8445 тис. грн., (в загальному обсязі реалізації експортна виручка складала 30%). В 2024 році експортна виручка підприємства зросла до 11766 тис. грн., що на 52% більше результатів 2021 року. Собівартість експортної продукції в 2023 році зросла у порівнянні з 2021 роком на 284 тис. грн., що визвано зростанням цін на пальне, добрива, підвищенням мінімальної заробітної плати та відрахувань від неї на соціальне страхування. В 2024 році це зростання продовжилось, собівартість реалізованої експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2024 році була вище собівартості 2023 року на 2015 тис. грн. і складала 6665 тис. грн. Частка повної собівартості експортної продукції в загальному обсягу собівартості складала 28,8%. Не зважаючи на те, що реалізація експортної продукції не дорівнюється навіть 40% загальних доходів, прибуток від даного виду діяльності значно вище прибутку від реалізації іншої продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на внутрішньому ринку. Про це свідчить розмір рентабельності експортної продукції підприємства.

Оцінюючи експортний потенціал підприємства вияснено, що ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має високу якість продукції, високі виробничі потужності та конкурентне ціноутворення, що забезпечує йому значну перевагу над іншими гравцями ринку. Крім того, підприємство має стабільний доступ до фінансових ресурсів та ефективну логістику, що дозволяє йому швидше і дешевше доставляти продукцію клієнтам. Зі SWOT – аналізу підприємства видно, що йому притаманні сильні сторони та є можливості для розвитку експортного потенціалу. Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» показав, що на даний момент його значення становить 2,42. Це свідчить про те, що експортний потенціал підприємства є задовільненим. Високий рівень показника зумовлений кількома факторами, такими як високий коефіцієнт придатності та високий коефіцієнт автономії. Крім того, конкурентоспроможність продукції та рентабельність експортної діяльності також знаходяться на високому рівні. ІЕП за рік зріс – у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є усі умови для продовження активної експортної діяльності.

Отже, можна стверджувати, що експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ» можна оцінити позитивно:

1. Географічне розташування підприємства на півдні Одеської області дає позитивні агрокліматичні умови для вирощування ягідної продукції на експорт.

2. Підприємство володіє сучасними технологія вирощування та зберігання ягідної продукції.

3. Держава надає підприємству підтримку у вигляді доступних кредитів.

4. У ТДВ «ЯНТАРНІЙ» налагоджена взаємодія з мікропідприємствами в організації експортних операцій.

5. Підприємство активно використовує сучасний маркетинг в організації експортної діяльності.

6. Підприємство працює над розвитком експортної інфраструктури.

Не зважаючи на те, що у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» експортний потенціал знаходиться на задовільному рівні, доцільно впровадити шляхи його подальшого удосконалення.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЯНТАРНІЙ»)

3.1. Закордонний досвід підвищення експортного потенціалу аграрного підприємства

На сучасному етапі експорт агропродукції є одною з важливих складових успіху розвитку сільського господарства в Україні, обтяжливою повномасштабними бойовими діями на її території. Уряд України впроваджував низку заходів на підтримку розвитку сільського господарства, забезпечував рівні конкурентні умови для всіх категорій товаровиробників і активно просував продукцію аграрного сектору на міжнародній арені з метою стимулювання зовнішньої торгівлі [20].

В умовах глобалізації світової економіки експортний потенціал АПК країни є не тільки можливістю місцевих підприємств з виробництва необхідних сільгосппродуктів для внутрішнього споживання, а й здатність зробити конкурентоспроможний на зовнішньому ринку товар, а також організувати ефективний процес виходу сільгосппідприємства на зовнішні ринки.

На формування експортного потенціалу аграрного сектору економіки впливають безліч факторів. Їх можна об'єднати у три групи. Першу представляють такі основні в економіці фактори виробництва, як: праця, земля, капітал, підприємницька спроможність та інформація. До другої можна віднести специфічні фактори, що безпосередньо впливають на аграрне виробництво та притаманні тільки йому це: кліматичні особливості функціонування сільського господарства, державна підтримка АПК, рівень внутрішнього споживання сільськогосподарської сировини та продуктів харчування в країні, політика продовольчої безпеки. Третя група є блоком інструментів, пов'язаних з організацією виходу сільгосппідприємств на зовнішні ринки та з просуванням сільськогосподарської сировини та продуктів харчування вітчизняного виробництва за кордон.

Чинники організації зовнішньоекономічної діяльності АПК формують експортний механізм аграрного сектору, будучи не лише невід'ємним елементом експортного потенціалу, а й інструментом його реалізації. Географія технологічних та сервісних процесів виходить за межі національних кордонів, формуючи глобальні ланцюжки створення доданої вартості, які є стійкими механізмами нарощування вартості на різних стадіях технологічних та інфраструктурних процесів, є результатом взаємодії їх учасників із різних країн. Участь у цих ланцюжках беруть як розвинені країни, так і ті, що розвиваються незалежно від рівня свого технологічного розвитку та доходів на душу населення, проте ступінь їх включеності, позиції у ланках ланцюжків, а отже, та можливості отримання найбільшої вигоди залишаються різними. Розвиток глобалізації виробництва розширило міжнародну торгівлю проміжною і готовою продукцією, а також послугами та продуктами, що виробляються. Глобальні ланцюжки створення вартості у сфері виробництва та торгівлі свіжими овочами та фруктами складаються з таких ланок: насінництво, вирощування, обробка та пакування врожаю, експорт, роздрібна торгівля. Водночас останнє стало сьогодні найприбутковішим сегментом усього ланцюжка: обсяг світового ринку насіння овочів та фруктів перевищує 6 млрд дол. США. Крім цього, необхідно відзначити фактори, які перешкоджають здійсненню зовнішньоекономічної діяльності підприємств, у тому числі: політична нестабільність та військові конфлікти, економічна криза, економічні обмеження (квоти, санкції). Що сьогодні спостерігається в Україні.

Руйнування інфраструктури, зниження виробничих потужностей та порушення логістичних ланцюгів за період військових дій негативно вплинули на експортний потенціал України (рис. 3.1). Відновлення цих ключових елементів є критично важливим для стабілізації та розвитку економіки країни [21, с. 75].

За даними Київської школи економіки [24], непрямі втрати в сільському господарстві України через російське вторгнення можуть досягти 83 млрд дол. до кінця 2025 року. Проте аграрний сектор продемонстрував значну стійкість та

здатність до відновлення. Вже у 2023 році спостерігалося збільшення обсягів виробництва: було зібрано 58,4 млн т зернових та 20,8 млн т олійних культур, що перевищувало показники 2022 року [25], а у 2024 році Україна майже досягла довоєнних показників експорту агропродовольчої продукції.



Рис. 3.1. Фактори впливу на експортний потенціал України в період війни

Джерело: розроблено автором за [22, 23]

Зарубіжний досвід підвищення експортного потенціалу аграрних підприємств може включати державну підтримку, як-от субсидії та регулювання ринку (приклад: ЄС), орієнтацію на продукцію з вищою доданою вартістю замість сировини, а також використання передових технологій та ефективних стратегій управління. Важливим є також зменшення залежності від

імпорту та розширення експортних можливостей через диверсифікацію, як це роблять, наприклад, США та Франція. В табл. 3.1 розглянемо ряд закордонних моделей підвищення експортного потенціалу аграрного підприємства.

Таблиця 3.1

Закордонні моделі підвищення експортного потенціалу аграрного підприємства

Модель	Характеристика
Державна підтримка та регулювання	Модель ЄС: Єдина аграрна політика ЄС включає підтримку експорту через субсидії та регулювання цін, що сприяє стабільності та розвитку аграрного бізнесу
Орієнтація на продукти з доданою вартістю	Перехід від сировини до готової продукції: Аграрні підприємства все частіше переорієнтовуються з експорту сировини на експорт готової продукції з вищою доданою вартістю.
	Приклад США: США є потужним експортером не лише зерна, а й багатьох інших аграрних продуктів з високою доданою вартістю, використовуючи сучасні технології та ефективні системи управління
Ефективні стратегії розвитку	Технології та інновації: Впровадження сучасних технологій, як це робить Китай, допомагає підвищувати продуктивність та конкурентоспроможність аграрної продукції
	Конкурентоспроможність: Важливою є оцінка та покращення конкурентоспроможності як на місцевому, так і на міжнародному рівнях
Розширення експортних можливостей	Диверсифікація: Розширення експортної діяльності через диверсифікацію ринків та продуктів допомагає знизити ризики та збільшити експортний потенціал.
	Приклад Франції: Франція є одним з найбільших експортерів сільськогосподарської продукції в Європі завдяки розвитку різних галузей, включаючи тваринництво та рослинництво

Джерело: розроблено автором за [26]

Інформаційні технології дозволяють автоматизувати багато процесів, що дозволяє підвищити швидкість та якість виконання роботи. Інформаційні технології дозволяють переробляти Великий обсяг даних. Ефективність використання інформаційних систем можна виразити використанням систем CRM, CSM, ERP, Інтернету, Інтранету, Екстранета відкриває можливості інтерактивних комунікацій як усередині підприємства, так і покупцями, постачальниками, партнерами. Впровадження інформаційних систем (CRM, CSM, ERP) забезпечують оптимізацію діяльності підприємства. Дані Системи необхідно використовувати з урахуванням специфіки підприємств.

В результаті поліпшення операцій та розвитку інновацій забезпечується оптимізація процесів за допомогою інформаційних технологій, що дозволяє підвищити споживчу цінність продукту.

Для розв'язання проблем аграрного сектору України в умовах війни та в післявоєнний період необхідно (рис. 3.2).

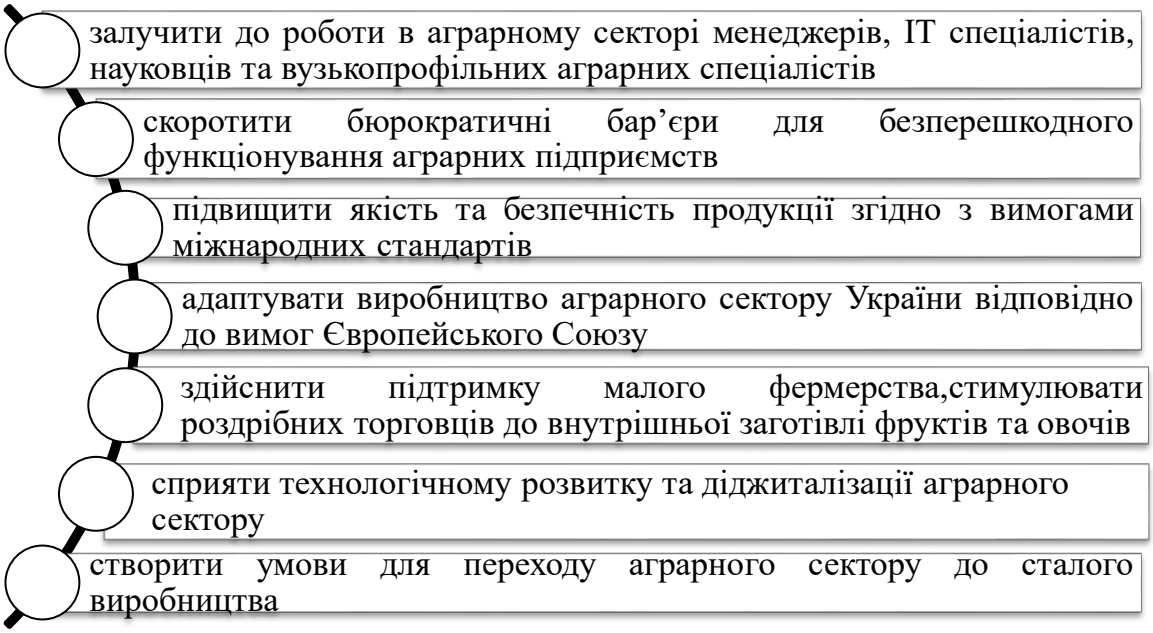


Рис. 3.2. Шляхи підвищення експортного потенціалу аграрного сектору України в умовах війни

Джерело: розроблено автором за [27]

Вважаємо доцільним далі визначити шляхи підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

3.2. Визначення шляхів підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» та розрахунок економічного ефекту від впровадження

Більшість українських сільськогосподарських підприємств мають проблеми АПК, що обмежують їхні експортні можливості: погіршення стану сільськогосподарських земель; наявність суттєвого дисбалансу між збільшенням обсягів виробництва сільгосппродукції та переробкою; низький рівень розвитку агрологістики; інвестиційна недостатність в АПК, низькі темпи техніко-технологічного оновлення. Тому основні напрямки для успішного

розкриття можливостей нарощування експорту сільгосппродукції, як важливого стратегічного завдання створення галузевої системи просування експорту сільськогосподарської продукції, ми згрупували в 4 блоки ключових напрямів.

1. Підвищення ефективності використання вітчизняних ресурсів, зростання обсягу агровиробництва та підвищення конкурентоспроможності української агропродукції: поліпшення використання земельних ресурсів; зростання обсягів якісних та екологічно чистих експортно-орієнтованих агрокультур, вироблених із використанням вітчизняних ресурсів; нарощування інвестиційних можливостей, стимулювання інноваційної діяльності в АПК; підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції та продовольства на міжнародних ринках з урахуванням застосування ефективних механізмів державної підтримки;

2. Екологізація та забезпечення безпеки сільськогосподарської продукції: екологізація агропромислового виробництва; модернізація системи забезпечення безпеки сільськогосподарської продукції; посилення нагляду за здоров'ям тварин, рослин та контролем походження продукції;

3. Прискорений розвиток інфраструктури агрологістики: створення експортно-орієнтованих оптово-розподільчих центрів; підвищення доступності основних видів транспортної інфраструктури та ін;

4. Супровід експорту та розширення його доступу на міжнародних ринках: держпідтримка експортерів сільгоспсировини та готової продукції; усунення торгових бар'єрів, регулювання ставок вивізних мит на сільгосппродукцію, що експортується; інформаційне забезпечення та аналітичний супровід просування експорту продукції АПК на ринки розвинених країн.

Окрім наведеного вище, для визначення шляхів підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» розглянемо деякі пропозиції сучасних науковців з цього приводу.

Група науковців, таких як Н. Корженівська, І. Осадчук , Я. Сидорак, М. Ібатуллін, С. Остапенко, Н. Присяжнюк, О. Удовиченко вважають, що

ключовим аспектом нарощування експортного потенціалу аграрних підприємств є послідовна модернізація виробничих процесів, впровадження інноваційних технологій та підвищення якості сільськогосподарської продукції до рівня міжнародних стандартів. Це передбачає не лише технологічне оновлення, але й розвиток системи менеджменту [26, 28].

М. Вовк та В. Вороблевський стверджують, що диверсифікація експортних ринків, вивчення кон'юнктури міжнародного ринку та адаптація до мінливих світових тенденцій дозволяють аграрним підприємствам розширювати географію збуту та нарощувати конкурентоспроможність [29, с. 37–38].

В. Шалений та О. Бурцев підкреслюють, що суттєвим резервом нарощування експортного потенціалу є поглиблена переробка сільськогосподарської сировини, що дозволяє підвищити додану вартість продукції та зменшити залежність від кон'юнктурних коливань світових цін на сировинні товари. Розвиток інтегрованих структур, створення кластерних об'єднань та логістичних центрів сприяють більш ефективному просуванню продукції на зовнішніх ринках [30, с. 74, 80].

Отже, підсумуємо: напрями підвищення експортного потенціалу агропідприємств включають модернізацію виробництва, розвиток високотехнологічної продукції з доданою вартістю, впровадження органічного виробництва, розширення географії експорту та адаптацію до європейських вимог. Ключовим є перехід від сировинного експорту до експорту переробленої продукції та пошук нових ринків збуту.

Перш ніж згрупувати напрямки підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ», зробимо деякі уточнення щодо підвищення експортного потенціалу підприємства. Для подальшого розвитку експортної діяльності у підприємства може виникнути проблема зовнішнього ринку збуту. На сьогодні одним з найкрупніших експортерів плодово-ягідної продукції виступає Китай. Рейтингування перспективних видів української плодоовочевої продукції для експорту до Китаю, підготовлений командою ФАО та Української

плодоовочевої асоціації. Для ТДВ «ЯНТАРНІЙ» може визвати зацікавленість наступні види експорту (рис. 3.3).

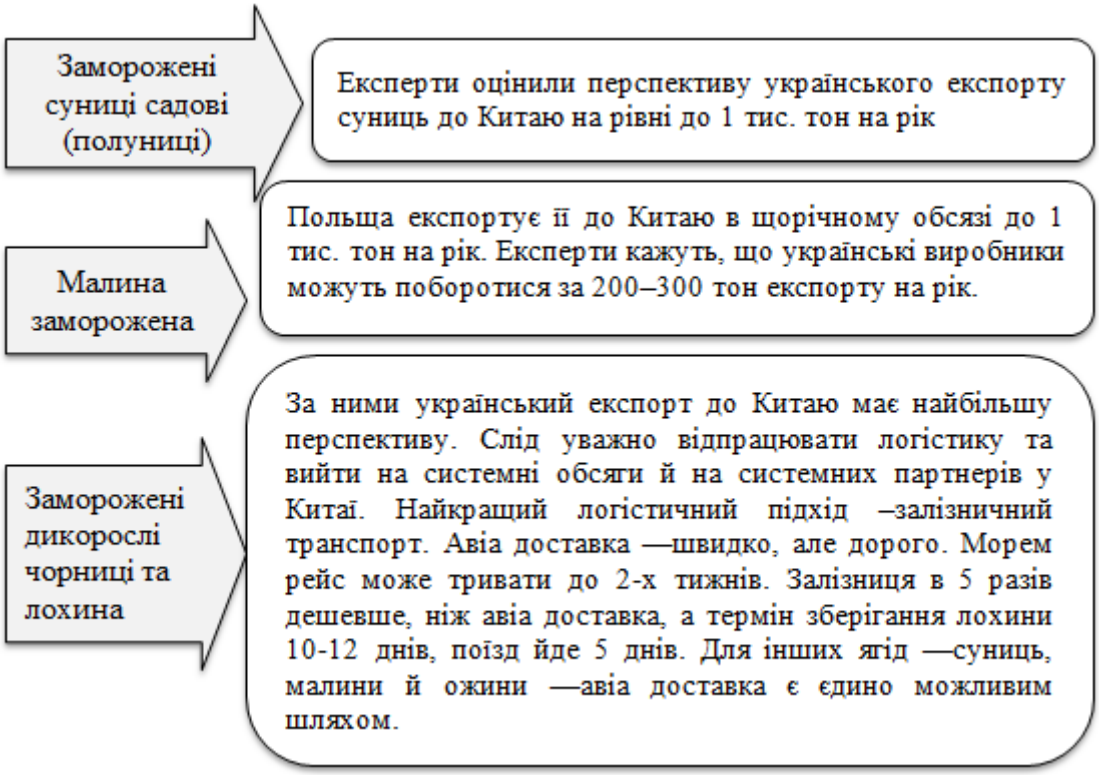


Рис. 3.3. Рейтингування перспективних видів української плодоовочевої продукції для експорту до Китаю ТДВ «Янтарний»
Джерело: розроблено автором на основі [31]

Воєнні дії безпосередньо впливають на логістичні маршрути, страхові та кредитні умови, що суттєво ускладнює просування української агропродукції на зовнішніх ринках. Ряд вищезгаданих нами науковців свідчить, що подолання зазначених бар'єрів вимагає системних реформ, комплексної державної підтримки, залучення міжнародних інвестицій та послідовної стратегії розвитку агропромислового комплексу з орієнтацією на високотехнологічне виробництво та глибоку переробку продукції (рис. 3.4).

Стратегічними напрями підвищення експортного потенціалу можна виділити: технологічну модернізацію: оновлення та модернізація виробничих процесів для підвищення ефективності та якості продукції; виробництво продукції з високою доданою вартістю: збільшення частки переробленої продукції в експортному портфелі, такої як готова їжа, напівфабрикати, а не тільки сировина (наприклад, зерно); органічне виробництво: сертифікація та

виробництво органічної продукції для задоволення зростаючого попиту на світовому ринку; диверсифікація експорту: розширення географії поставок, пошук нових партнерів та ринків збуту окрім традиційних; адаптація до європейських стандартів: приведення продукції та виробничих процесів у відповідність до вимог європейського ринку, що є важливим напрямом євроінтеграції.



Рис. 3.4. Механізми подолання бар'єрів у нарощуванні експортного потенціалу агропромислової продукції України

Джерело: розроблено автором на основі [26 – 29]

Отже, розглянемо безпосередньо наші рекомендації щодо підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» (рис. 3.5).

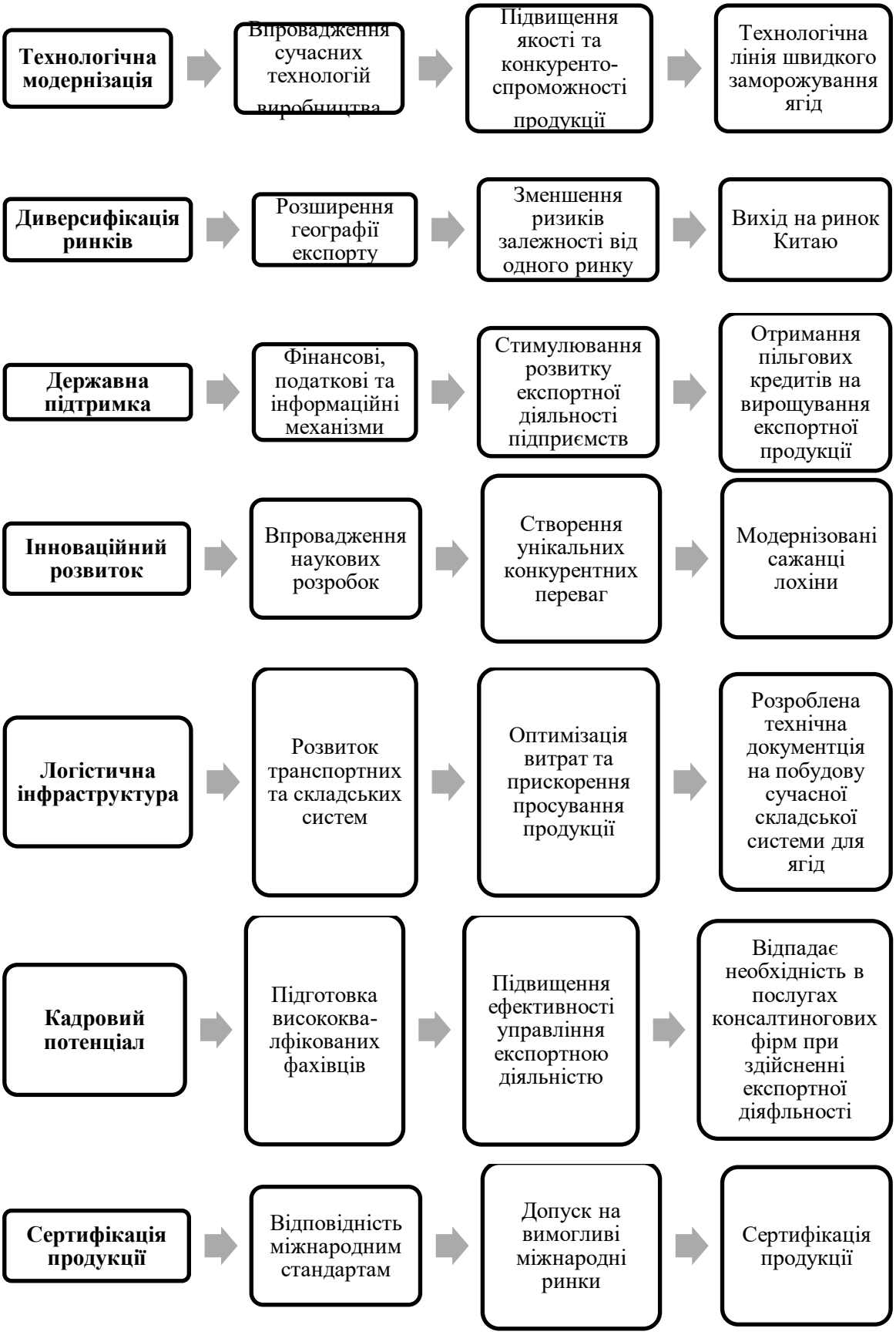


Рис. 3.5. Шляхи удосконалення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Джерело: розроблено автором

З рис. 3.5 можна зробити висновки, що ТДВ «ЯНТАРНІЙ» реалізувавши всі вказані заходи може значно підвищити експорт своєї продукції, що принесе додатковий дохід та прибуток. Спираючись на рис 3.3 можна визначитись, що підприємство спробує розширити свої ринки збуту ягідної продукції до Китаю. Зробимо деякі розрахунки в табл. 3.2

Таблиця 3.2

Розрахунок економічного ефекту від заходів, спрямованих на підвищення експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ»

Захід	Розрахунок	Сума ефекту
Диверсифікація ринку	Експорт ягід до Китаю: Лохина – 10 тон Малина – 10 тон Суниця – 10 тон	В цінах 2024 року 10*195,5 = 1955 тис. грн. 10*249,6 = 2496 тис. тон 10*280,5 = 2805 тис. грн. Разом 7256 тис. грн.
Технологічна модернізація	Впровадження технологічної лінії швидкого заморожування ягід – 5,0 млн. грн.	Щорічна амортизація 200 тис. грн.
Державна підтримка	Пільгове кредитування експортних операцій за програмою доступних кредитів 5-7-9%	Відсотки за кредит 100 тис. грн.
Інноваційний розвиток	Вкладення додаткових коштів в елітні сорти розсади лохини – 1,0 млн. грн.	Щорічна амортизація 50 тис. грн.
Кадровий потенціал	Підготовлений спеціаліст-менеджер по експортним операціям	Скасовуються консалтингові витрати на суму 250 тис. грн.
Розрахунок витрат	Повні витрати на реалізацію 63% Додаткові витрати	7256*0,63 = 4571 тис. грн. 200 + 100 + 50 - 250= 100 тис. грн. Разом 4671 тис. грн.
Додатковий прибуток	Виручка від реалізації - витрати	7256 – 4671 = 2585 тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Отже, при прийнятті керівництвом ТДВ «ЯНТАРНІЙ» наших пропозицій щодо підвищення експортного потенціалу на підприємстві, воно може отримати додатковий чистий прибуток від реалізації експортної продукції в сумі 2,5 млн. грн.

3.3. Економіко-математичне прогнозування основних напрямків експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на наступний рік

Окрім наведених розрахунків вважаємо доцільним на основі щомісячних даних за липень 2024 – травень 2025 року здійснити прогноз експортної виручки на другу половину 2025 року за допомогою економіко-математичних методів з використанням програмного комплексу STATISTICA 10.

Ряд науковців[36, 37, 38, 39] визначають економічне прогнозування як систему наукових передбачень, напрямів і тенденцій майбутнього стану економічної системи. Розробка економічного прогнозування здійснюється за допомогою комплексних методів обробки інформації про стан економічної системи, умови функціонування і закономірності розвитку.

Питання, що вирішуються у процесі прогнозування можна розглянути таким чином (рис.3.6).

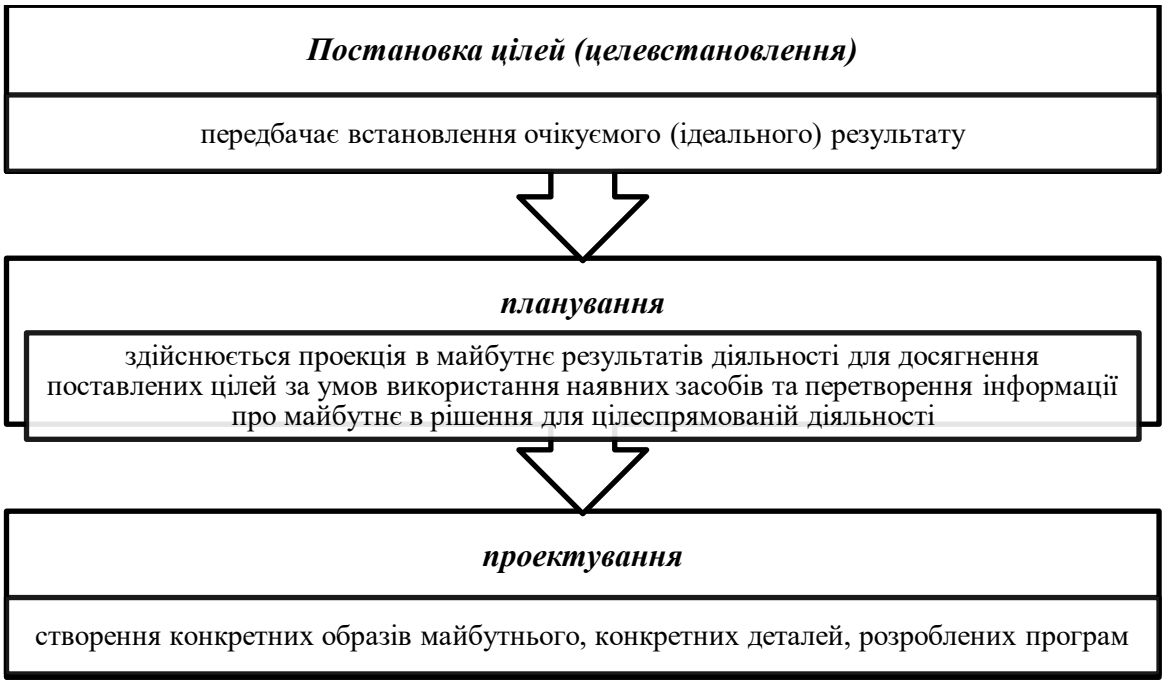


Рис. 3.6. Етапи прогнозування
Джерело: розроблено автором за [63]

Отже, для прогнозування показників в роботі буде використаний метод трендового аналізу. Дані для побудови тренду представлені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Дані для побудови прогнозного тренду обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ», тис. грн.

Період	Експортна виручка	Період	Експортна виручка	Період	Експортна виручка
Липень 2024 року	967,4	Листопад 2024 року	989,4	Березень 2025 року	1012,8
Серпень 2024 року	972,3	Грудень 2024 року	996,3	Квітень 2025 року	1162,4
Вересень 2024 року	977,6	Січень 2025 року	990,5	Травень 2025 року	1203,8
Жовтень 2024 року	982,2	Лютий 2025 року	998,6		

Джерело: розроблено автором

Лінія тренду показує:

1) Загальний напрямок: показує, чи зростають, спадають чи залишаються стабільними дані з плином часу.

2) Рівні підтримки та опору: у фінансовому аналізі лінія тренду може вказувати на рівні, нижче яких ціна не падає (підтримка) або вище яких не піднімається (опір).

3) Прогнозування: використовується для прогнозування майбутніх значень, оскільки вона екстраполює поточний тренд.

Лінія тренду будується на основі формули залежності результативного показника від параметру часу. Формули різних моделей трендів наведені на рис. 3.7.

Види ліній тренду використовуються таких випадках:

1) Лінійна: найкраще підходить для даних, які демонструють стабільне зростання або спадання.

2) Поліноміальна: дозволяє відобразити більш складні вигини у даних.

3) Логарифмічна, степенева, експоненціальна: використовуються для даних, які змінюються з прискоренням або іншим нелінійним темпом.

Ступінь близькості апроксимації експериментальних даних обраною функцією оцінюється коефіцієнтом детермінації (величина достовірності апроксимації) (R^2). Коефіцієнт детермінації для моделі з константою набуває

значень від 0 до 1. Чим ближче значення коефіцієнта до 1, тим більше залежність.

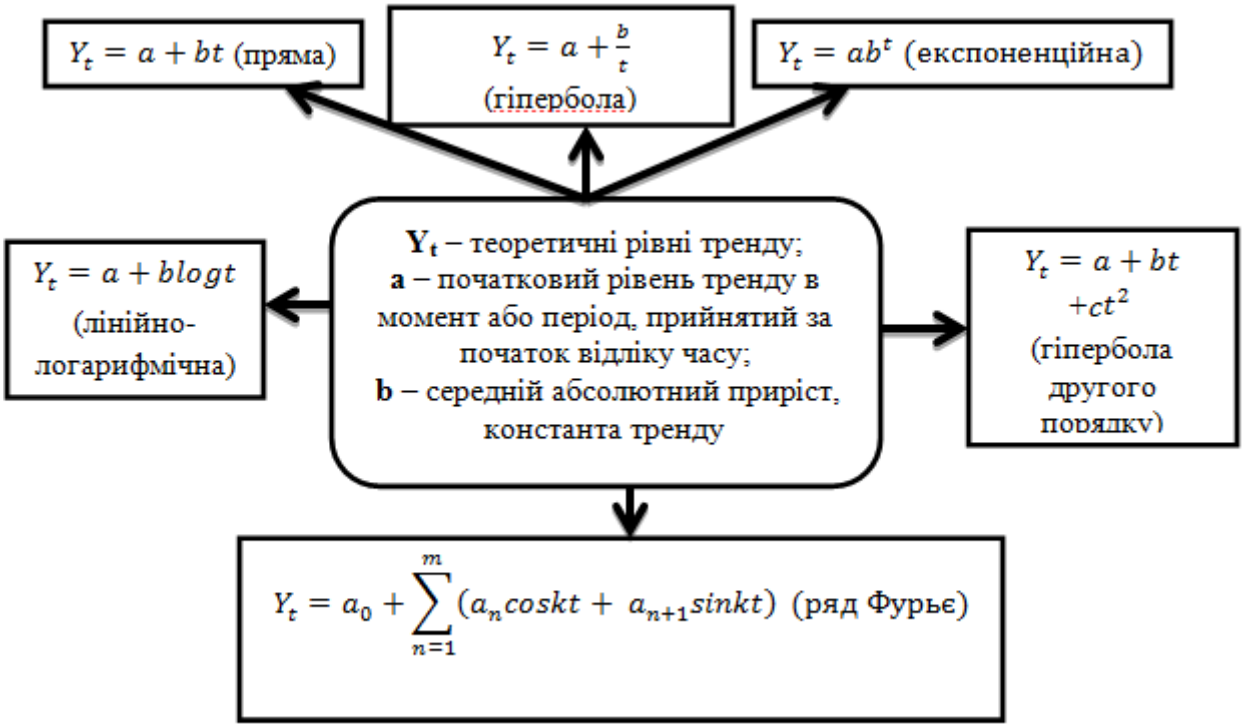


Рис. 3.7. Види трендових рівнянь

Джерело: розроблено автором за [64]

Якщо $R^2 \geq 0{,}95$,то говорять про високу точність апроксимації (модель добре описує явище).

Якщо $0{,}75 \leq R^2 < 0{,}95$, то говорять про задовільну апроксимацію (модель в цілому адекватно описує явище).

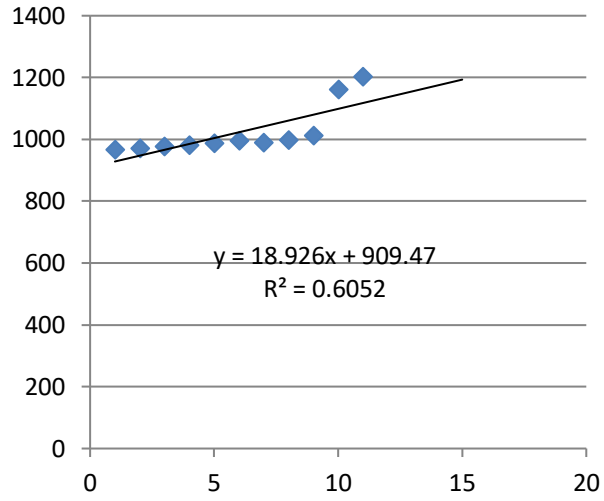
Якщо $0{,}5 \leq R^2 < 0{,}75$, то говорять про слабку апроксимацію (модель слабо описує явище).

Якщо $R^2 < 0{,}5$, то кажуть, що точність апроксимації недостатня і модель вимагає зміни.

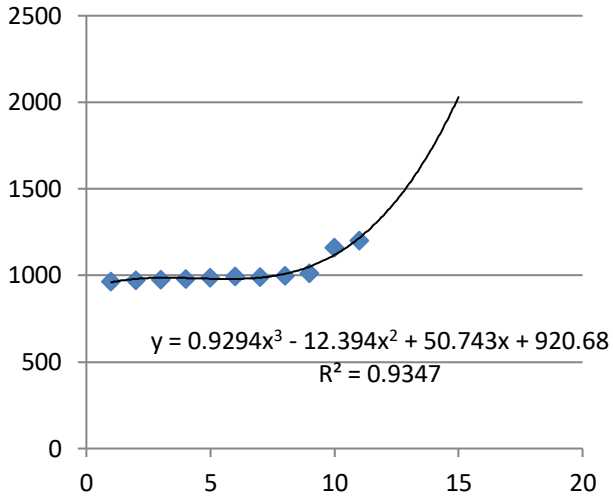
Побудуємо лінії прогнозного тренду обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року за різними функціями. Результати представимо на рис. 3.8.

Як бачимо з рис. 3.8, усі моделі, побудовані за різними функціями мають різне значення R^2, що свідчить про різну якість моделі та можливість

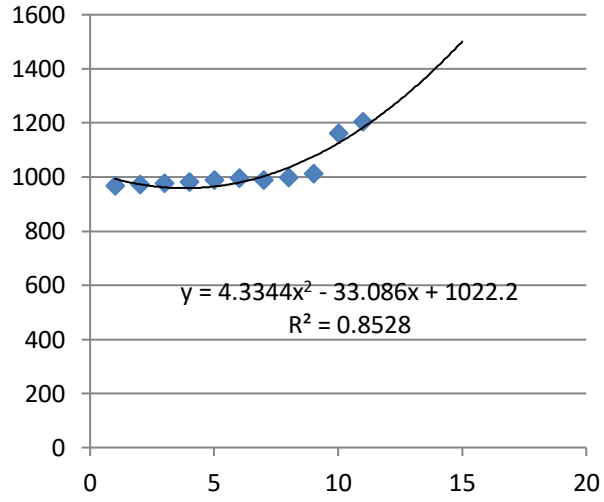
використовувати її для розрахунку прогнозних значень обсягу експорту товариства на другу половину 2025 року



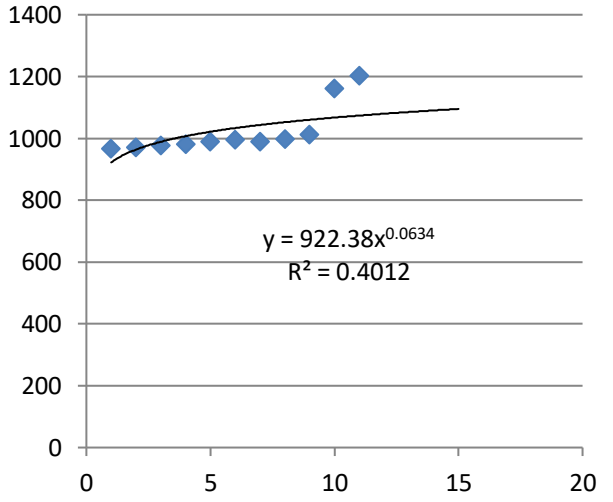
Лінійна модель тренду



Поліноміальна модель тренду 3 ступ.



Поліноміальна модель тренду 2 ступ.



Ступінна модель тренду.

Рис. 3.8. Моделі трендового обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року

Джерело: побудовано автором

Для того, щоб обрати більш оптимальну модель визначимо середню похибку прогнозу за останні 2 фактичних періоду, яка розраховується за формулою і повинна бути не вище 7% для того, що прогноз вважався якісним

$$\delta = \frac{|Прогноз - Факт|}{Факт} * 100 \qquad (3.1)$$

Найбільш високе значення коефіцієнта детермінації розраховано за поліноміальною функцією 3 ступеня. Визначимо, похибку апроксимації (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок похибки для моделі тренду обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року

Показник	Поліноміальна модель тренду
1.Факт	1203,8
2. Прогноз	$У = 0,9294*11^3 – 12,394*11^2 + 50,743*11 + 920,68 = 1216,2$
3. Відхилення	-12,4
4. Похибка, %	1,03

Джерело: розраховано автором

Отже найбільш якісною моделлю прогнозу обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року будемо вважати поліноміальне рівняння 3 ступеню тому що у нього високий коефіцієнт детермінації та найменша похибка:

$$У = 0,9294*t^3 - 12,394*t^2 + 50,743* t + 920,68 \quad (3.2)$$
$$R^2 = 0,935$$

Рівняння (3.2) відрізняється високими якісними характеристиками, а тому може бути використано для побудови прогнозу. В табл. 3.4 представимо результат розрахунків прогнозу обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року.

Отже з ймовірністю 93,5% за прогнозом за січень – липень 2025 року ТДВ «ЯНТАРНІЙ» отримує 9025 тис. грн. експортної виручки. За 7 місяців 2024 року підприємством було отримано 7550 тис. грн. доходу від експорту. Прогнозні результати 7 місяців 2025 року на 1475 тис. грн. перевищують фактичні дані попереднього року. З урахуванням розрахунків додаткового доходу підприємства від підвищення експортного потенціалу прогнозний обсяг експортної виручки може бути реально отриманим при впровадженні заходів, які представлені в табл. 3.3.

Наочно результати розрахунків з табл. 3.5 можна представити на рис. 3.9.

Таблиця 3.5

Результат розрахунку прогнозного обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на другу половину 2025 року

Дати	Факт	Прогноз	Прогноз - факт	Дати	Факт	Прогноз	Прогноз - факт
липень 2024	967,4	960,0	7,4	лютий 2025	998,6	1009,3	-10,7
серпень 2024	972,3	980,0	-7,7	березень 2025	1012,8	1051,0	-38,2
вересень 2024	977,6	986,5	-8,9	квітень 2025	1162,4	1118,1	44,3
жовтень 2024	982,2	984,8	-2,6	травень 2025	1203,8	1216,2	-12,4
листопад 2024	989,4	980,7	8,7	червень 2025		1350,9	
Грудень 2024	996,3	979,7	16,6	липень 2025		1527,6	
січень 2025	990,5	987,4	3,1				

Джерело: розраховано автором

Як видно з рис. 3.9. обсяг експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» буде мати тенденцію до зростання.

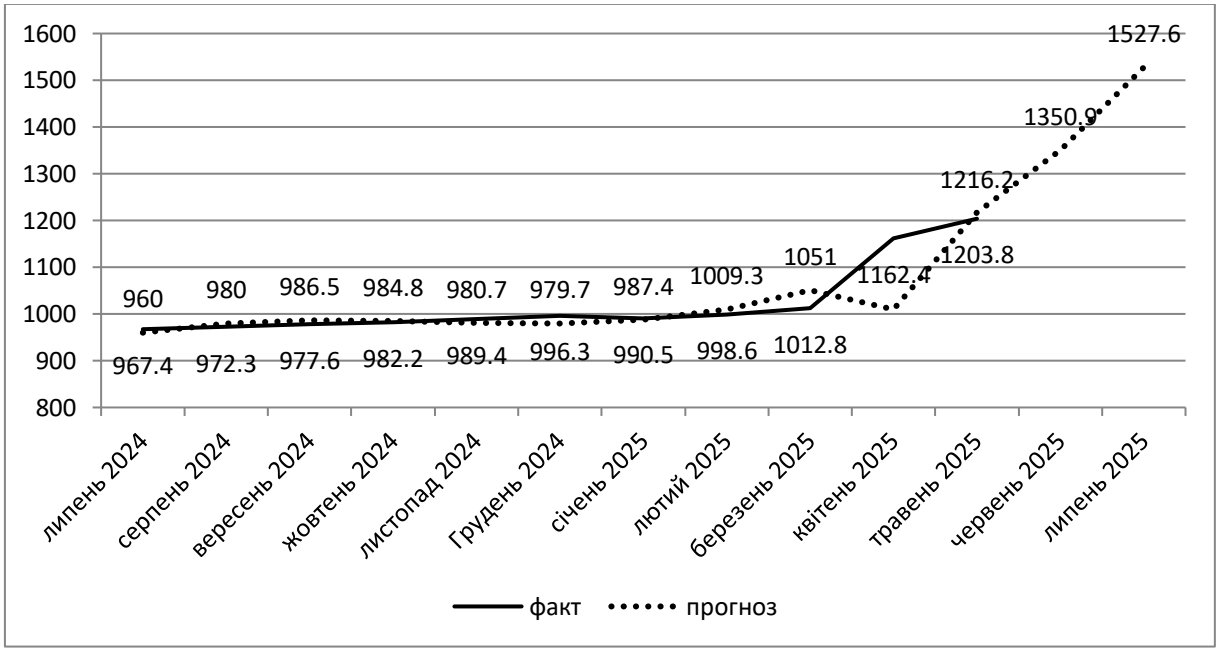


Рис. 3.9. Побудова прогнозного тренду обсягу експортної виручки ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за 2024 – 2025 роки, тис. грн.

Джерело: розроблено автором

Вважаємо доцільним рекомендувати ТДВ «ЯНТАРНІЙ» подальший розвиток експортного потенціалу.

Висновки до розділу 3

З розділу 3 можна зробити наступні висновки.

В умовах глобалізації світової економіки експортний потенціал АПК країни є не тільки можливістю місцевих підприємств з виробництва необхідних сільгосппродуктів для внутрішнього споживання, а й здатність зробити конкурентоспроможний на зовнішньому ринку товар, а також організувати ефективний процес виходу сільгосппідприємства на зовнішні ринки.

Зарубіжний досвід підвищення експортного потенціалу аграрних підприємств може включати державну підтримку, як-от субсидії та регулювання ринку (приклад: ЄС), орієнтацію на продукцію з вищою доданою вартістю замість сировини, а також використання передових технологій та ефективних стратегій управління. Важливим є також зменшення залежності від імпорту та розширення експортних можливостей через диверсифікацію, як це роблять, наприклад, США та Франція.

Вітчизняні науковці рекомендують ряд напрямів підвищення експортного потенціалу агропідприємств які включають модернізацію виробництва, розвиток високотехнологічної продукції з доданою вартістю, впровадження органічного виробництва, розширення географії експорту та адаптацію до європейських вимог. Ключовим є перехід від сировинного експорту до експорту переробленої продукції та пошук нових ринків збуту.

Стратегічними напрями підвищення експортного потенціалу можна виділити:

1) Технологічну модернізацію: оновлення та модернізація виробничих процесів для підвищення ефективності та якості продукції;

2) Виробництво продукції з високою доданою вартістю: збільшення частки переробленої продукції в експортному портфелі, такої як готова їжа, напівфабрикати, а не тільки сировина (наприклад, зерно).

3) Органічне виробництво: сертифікація та виробництво органічної продукції для задоволення зростаючого попиту на світовому ринку.

4) Диверсифікація експорту: розширення географії поставок, пошук нових партнерів та ринків збуту окрім традиційних.

5) Адаптація до європейських стандартів: приведення продукції та виробничих процесів у відповідність до вимог європейського ринку, що є важливим напрямом євроінтеграції.

6) Розвиток інфраструктури: покращення логістики, зберігання та транспортування продукції для зменшення витрат та підвищення конкурентоспроможності.

7) Аналіз та прогнозування: використання інструментів моделювання для прогнозування попиту на зовнішніх ринках та ефективного планування експортної діяльності.

Для ТДВ «ЯНТАРНІЙ» нами рекомендовано:

1. Диверсифікація ринку: вихід на Китай;

2. Технологічна модернізація: впровадження технологічної лінії швидкого заморожування ягід у зв’язку з розширенням ринків збуту;

3. Інноваційний розвиток: вкладення коштів в наукову розробку елітних сортів лохини.

4. Підвищення кадрового потенціалу в організації експортної діяльності.

При прийнятті керівництвом ТДВ «ЯНТАРНІЙ» наших пропозицій щодо підвищення експортного потенціалу на підприємстві, воно може отримати додатковий чистий прибуток від реалізації експортної продукції в сумі 2,5 млн. грн.

ВИСНОВКИ

Для розкриття теми дослідження в роботі було поставлено ряд завдань.

В процесі проведення дослідження ці завдання були виконані. Як підсумок можна зробити наступні висновки.

1. Дослідження теоретичних засад експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства показало, що:

1.1. Експортний потенціал підприємства – це сукупність наявних у компанії ресурсів та можливостей для виробництва конкурентоспроможної продукції та її реалізації на світовому ринку. Він включає виробничі, фінансові, кадрові та технологічні ресурси, а також здатність адаптувати асортимент та географію збуту для успішного виходу на нові ринки. Успішний розвиток підприємства багато в чому залежить від його здатності ефективно використати цей потенціал у глобальній економіці.

1.2. Ключовими аспектами експортного потенціалу є: ресурси та можливості – підприємство повинно мати необхідні ресурси (виробничі, фінансові, кадрові) та можливості для експорту; конкурентоспроможність – продукція підприємства повинна бути конкурентоспроможною на світовому ринку, що передбачає певні властивості товару, якість, ціну та інші характеристики; напрямок розвитку – існує два основних напрямки для реалізації експортного потенціалу (товарний: підвищення конкурентоспроможності існуючого асортименту, його розширення чи випуск нових товарів; географічний: завоювання нових ринків збуту чи запровадження нових сегментів вже існуючих ринків).

1.3. Експортний потенціал аграрного підприємства слід розглядати як органічну сукупність взаємозалежних елементів, функціонування яких спрямоване на виробництво з подальшою реалізацією конкурентоспроможної на зовнішніх ринках агропродовольчої продукції. Особливості експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства включають сезонність виробництва, яка впливає на використання ресурсів та ефективність,

необхідність урахування тимчасового розриву між витратами та отриманням доходу, а також залежність від факторів зовнішнього середовища, таких як державна підтримка, ринкова кон'юнктура та конкуренція. Здійснення експортної діяльності ставить нові організаційно-економічні завдання перед сільськогосподарськими підприємствами. Передумовою виходу підприємства на зовнішній ринок є оцінка його експортного потенціалу, на підставі якої приймається рішення про доцільність орієнтації виробленої агропродовольчої продукції експорту.

1.4. Аналіз експортного потенціалу підприємства дозволяє оцінити його сформований на даний момент часу рівень та ступінь готовності до здійснення експортних поставок. Високий експортний потенціал свідчить про те, що підприємство готове до процесу його реалізації – виходу на зовнішній ринок та збуту виробленої продукції за рубіж. Якщо рівень експортного потенціалу був оцінений як середній, підприємству доцільно вжити комплексу відповідних заходів щодо нарощування експортного потенціалу перед здійсненням власне експортних операцій. За умови, що експортний потенціал підприємства виявився низьким і підприємством було ухвалено рішення про орієнтацію продукції на зовнішній ринок, першорядним завданням стає формування даного потенціалу.

1.5. Проведення комплексного аналізу розвитку експортного потенціалу забезпечує керуючу систему інформацією про слабкі та сильні сторони об'єкта управління, що дозволяє виявити точки зростання, що надалі дозволить грамотно визначити експортну політику як на рівні підприємства, так і на державному рівні. Проведення оцінки експортного потенціалу сільськогосподарського підприємства може здійснюватись за рядом методик, но найбільш комплексний підхід дають розрахунки інтегрального показника експортного потенціалу.

2. Сільськогосподарським підприємством, яке обрано для оцінки формування та використання експортного потенціалу є Товариство з додатковою відповідальністю «ЯНТАРНІЙ». Підприємство спеціалізується на

вирощуванні зернових та насіння олійних культур, плодово-ягідної продукції та розведенням овець, кіз та свиней. Діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має виражену експортну спрямованість. Більше 30% продукції підприємства реалізується за межі України. Оцінка діяльності підприємства проводилась в наступних напрямках.

2.1. Аналіз господарської діяльності підприємства за 2021 – 2024 роки показав. Вартість майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за останні звітні 4 роки скоротилась на 8,6 млн. грн. (на 21%) в основному за рахунок зниження оборотних активів на 7,8 млн. грн. Спостерігається зниження запасів підприємства на 18%, що свідчить про ефективну збутову діяльність. Значні частки в вартості майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на початок 2025 року спостерігаються у запасів (25,5%), основних засобів (22,5%), незавершених капітальних інвестицій (16,8%), дебіторської заборгованості (11,9%), довгострокових біологічних активів (10,0%), грошових коштів (3,8%). Джерелами формування майна ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є власні та залучені кошти. Аналіз динаміки основних фінансових результатів підприємства за досліджуваний період показав, що як і в 2022 так і в 2023 роках виручка від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» не перевищувала результатів 2021 року. При цьому собівартість продукції була вище ніж за результатами 2021 довоєнного року. В результаті зросла собівартість на 1 гривню реалізації продукції. Так, якщо в 2021 році на 1 гривню реалізації припадало 71 копійка повної собівартості, то к 2023 року цей показник підвищився до 85 копійок, що негативно вплинуло на чистий прибуток підприємства. З позитивного слід підкреслити, що в 2024 році виручка підприємства від реалізації складала 31128 тис. грн., що на 7,4% вище результату 2021 року, хоча витрати залишаються на рівні 2023 року. Високі результати в отриманні виручки від реалізації продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» можливі завдяки зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Підприємство працює на пряму з кінцевими споживачами – покупцями плодово-ягідної продукції.

2.2. Аналіз експортної діяльності підприємства показав:

2.2.1. На протязі 2021 – 2024 років ТДВ «ЯНТАРНІЙ» збільшував обсяги реалізації плодово-ягідної продукції. Зауважимо, що поступово знижується обсяг реалізації плодової продукції (яблук) – за досліджуваний період зменшився на 980 тис. грн. (на 46%), і зростає обсяг реалізації ягідних культур. Так в 2024 році підприємство реалізувало ягід на 5943,3 тис. грн. більше, ніж в 2021 році (на 77%). Така ситуація на виробництві визвана зростаючим попитом на ягідну продукцію зі сторони замовників, при цьому на відмінність від плодів, ягоди реалізуються підприємством не на внутрішньому, а в основному на зовнішньому ринках. Зауважимо, що більше 90% ягід реалізовано підприємством зарубіжним партнерам.

2.2.2. Починаючи з 2022 року обсяги реалізації ягід на ТДВ «ЯНТАРНІЙ» починають зростати. За період з початку війни вони зросли майже удвічі і складали в 2024 році 98,4 тон свіжих та заморожених ягід. За досліджений період найбільше в натуральному виразі реалізовано смородини та полуниці. Так, обсяг реалізації малини з 2021 року в порівнянні з 2024 роком зріс на 14,7 тон, а лохини – на 8,7 тон. За 2023 рік період товариство розширило географічну структуру експорту ягід з трьох країн до шести. В 2024 році до покупців ягід ТДВ «ЯНТАРНІЙ» додались ще 2 європейські країни. Найбільшим споживачем продукції за весь період залишається Польща, обсяг експорту ягід до даної країни досягає до 50% загального експорту підприємства. Всі країни з якими має контракти ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є членами Євросоюзу. В 2024 році зросли поставки ягід в усі країни, з якими ТДВ «ЯНТАРНІЙ» співпрацював в 2023 році. Окрім Польщі загальний обсяг поставок в грошовому виразі в кожну з країн не перевищував 10%. Основними покупцями малини в 2023 році є Польща (більше половини обсягу), Литва, Латвія, Чехія, Румунія. За 2024 рік Польща збільшила закупівлю ягоди на 50%, інші країни окрім Румунії удвічі.

2.2.3.Таким чином, можна зробити висновки, що обсяг реалізації експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ», починаючи з 2022 року має стійку тенденцію до зростання. В 2023 році він був на 748 тис. грн. більше обсягу

реалізації 2021 року і складав 8445 тис. грн., (в загальному обсязі реалізації експортна виручка складала 30%). В 2024 році експортна виручка підприємства зросла до 11766 тис. грн., що на 52% більше результатів 2021 року. Собівартість експортної продукції в 2023 році зросла у порівнянні з 2021 роком на 284 тис. грн., що визвано зростанням цін на пальне, добрива, підвищенням мінімальної заробітної плати та відрахувань від неї на соціальне страхування. В 2024 році це зростання продовжилось, собівартість реалізованої експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2024 році була вище собівартості 2023 року на 2015 тис. грн. і складала 6665 тис. грн. Частка повної собівартості експортної продукції в загальному обсягу собівартості складала 28,8%. Не зважаючи на те, що реалізація експортної продукції не дорівнюється навіть 40% загальних доходів, прибуток від даного виду діяльності значно вище прибутку від реалізації іншої продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на внутрішньому ринку. Про це свідчить розмір рентабельності експортної продукції підприємства.

2.3. Оцінюючи експортний потенціал підприємства вияснено, що ТДВ «ЯНТАРНІЙ» має високу якість продукції, високі виробничі потужності та конкурентне ціноутворення, що забезпечує йому значну перевагу над іншими гравцями ринку. Крім того, підприємство має стабільний доступ до фінансових ресурсів та ефективну логістику, що дозволяє йому швидше і дешевше доставляти продукцію клієнтам. Зі SWOT – аналізу підприємства видно, що йому притаманні сильні сторони та є можливості для розвитку експортного потенціалу. Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» показав, що на даний момент його значення становить 2,42. Це свідчить про те, що експортний потенціал підприємства є задовільненим. Високий рівень показника зумовлений кількома факторами, такими як високий коефіцієнт придатності та високий коефіцієнт автономії. Крім того, конкурентоспроможність продукції та рентабельність експортної діяльності також знаходяться на високому рівні. ІЕП за рік зріс – у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є усі умови для продовження активної експортної діяльності.

Отже, можна стверджувати, що експортний потенціал ТДВ «ЯНТАРНІЙ» можна оцінити позитивно:

1) Географічне розташування підприємства на півдні Одеської області дає позитивні агрокліматичні умови для вирощування ягідної продукції на експорт.

2) Підприємство володіє сучасними технологія вирощування та зберігання ягідної продукції.

3) Держава надає підприємству підтримку у вигляді доступних кредитів.

4) У ТДВ «ЯНТАРНІЙ» налагоджена взаємодія з мікропідприємствами в організації експортних операцій.

5) Підприємство активно використовує сучасний маркетинг в організації експортної діяльності.

6) Підприємство працює над розвитком експортної інфраструктури.

Не зважаючи на те, що у ТДВ «ЯНТАРНІЙ» експортний потенціал знаходиться на задовільному рівні, доцільно впровадити шляхи його подальшого удосконалення.

3. Нами на основі вивчення зарубіжного досвіду та пропозицій сучасних науковців, розроблені напрямки підвищення експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств взагалі і ТДВ «ЯНТАРНІЙ» зокрема. Зроблені наступні висновки:

3.1. В умовах глобалізації світової економіки експортний потенціал АПК країни є не тільки можливістю місцевих підприємств з виробництва необхідних сільгосппродуктів для внутрішнього споживання, а й здатність зробити конкурентоспроможний на зовнішньому ринку товар, а також організувати ефективний процес виходу сільгосппідприємства на зовнішні ринки. Зарубіжний досвід підвищення експортного потенціалу аграрних підприємств може включати державну підтримку, як-от субсидії та регулювання ринку (приклад: ЄС), орієнтацію на продукцію з вищою доданою вартістю замість сировини, а також використання передових технологій та ефективних стратегій управління. Важливим є також зменшення залежності від

імпорту та розширення експортних можливостей через диверсифікацію, як це роблять, наприклад, США та Франція.

3.2. Вітчизняні науковці рекомендують ряд напрямів підвищення експортного потенціалу агропідприємств які включають модернізацію виробництва, розвиток високотехнологічної продукції з доданою вартістю, впровадження органічного виробництва, розширення географії експорту та адаптацію до європейських вимог. Ключовим є перехід від сировинного експорту до експорту переробленої продукції та пошук нових ринків збуту.

Стратегічними напрями підвищення експортного потенціалу можна виділити:

1) Технологічну модернізацію: оновлення та модернізація виробничих процесів для підвищення ефективності та якості продукції;

2) Виробництво продукції з високою доданою вартістю: збільшення частки переробленої продукції в експортному портфелі, такої як готова їжа, напівфабрикати, а не тільки сировина (наприклад, зерно).

3) Органічне виробництво: сертифікація та виробництво органічної продукції для задоволення зростаючого попиту на світовому ринку.

4) Диверсифікація експорту: розширення географії поставок, пошук нових партнерів та ринків збуту окрім традиційних.

5) Адаптація до європейських стандартів: приведення продукції та виробничих процесів у відповідність до вимог європейського ринку, що є важливим напрямом євроінтеграції.

6) Розвиток інфраструктури: покращення логістики, зберігання та транспортування продукції для зменшення витрат та підвищення конкурентоспроможності.

7) Аналіз та прогнозування: використання інструментів моделювання для прогнозування попиту на зовнішніх ринках та ефективного планування експортної діяльності.

3.3. Для ТДВ «ЯНТАРНІЙ» нами рекомендовано:

1) Диверсифікація ринку: вихід на Китай;

2) Технологічна модернізація: впровадження технологічної лінії швидкого заморожування ягід у зв'язку з розширенням ринків збуту;

3) Інноваційний розвиток: вкладення коштів в наукову розробку елітних сортів лохини.

4) Підвищення кадрового потенціалу в організації експортної діяльності.

При прийнятті керівництвом ТДВ «ЯНТАРНІЙ» наших пропозицій щодо підвищення експортного потенціалу на підприємстві, воно може отримати додатковий чистий прибуток від реалізації експортної продукції в сумі 2,5 млн. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНІХ ДЖЕРЕЛ

1. Орєхова А. І. Економічний потенціал підприємства: сутнісні характеристики та структуризація. Мукачівський державний університет. 2018. Випуск 17. С. 308 - 313

2. Балахонова О. В. Узагальнення складових економічного потенціалу підприємства і механізм його розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління.* 2021. т. 20. № 2 (48). С. 98–115.

3. Гусаковська Т. О., Середа О. О. Економічний потенціал підприємства: сутність та основні складові. *Проблеми економіки*. 2024. № 2 (60). С.129 - 135

4. Чухраєва Н. М. Сутність та структура експортного потенціалу промислового підприємства. *Держава та регіони*. 2017. № 4–5. С. 73 - 76

5. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 226 – 231

6. Солоха Д.В. Теоретико-методичні основи оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового регіону. *Економіка розвитку*. 2010. № 4. С. 42–44

7. Бабан Т. О. Розвиток експортного потенціалу аграрних підприємств на ринку зерна ячменю. Дис… канд. економічних наук за спеціальністю 08.00.04. Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Таврійський державний агротехнологічний університет, Мелітополь, 2017. 251 с.

8. Лаврів І.М. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 8. Частина 1. С. 129 – 131

9. Бестужева С.В. Концептуальні підходи до визначення сутності експортного потенціалу. *Мукачівський державний університет*. 2017. Випуск 8. С. 22 – 28

10. Польова О., Гусонька Д. Поняття ринку аграрної продукції України в системі міжнародної торгівлі. *Аграрна економіка*. 2018. № 3–4. С. 103–110

11. Шебаніна О.В., Кікоть Н.Е. Формування та підвищення експортного потенціалу аграрних підприємств під впливом зовнішніх ринків. Науковий вісник *Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. С. 41 – 47

12. Мельник І., Шамаєв А. Особливості формування експортного потенціалу підприємств АПК в умовах євроінтеграції. 2017. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/ (дата звернення 04.11.2025)

13. Лаврів І.М. Методика дослідження експортного потенціалу аграрних підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4(24) . С. 288-294.

14. Гронь О., Сікаленко О. Оцінювання експортного потенціалу підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2021. № 6 (73). С. 115 – 122

15. Іванова М.І., Швець В.Я., Варяниченко О.В. Оцінювання експортного потенціалу підприємств авіаційного комплексу. *Економіка та суспільство.* 2020. Випуск 22. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-35 (дата звернення 08.11.2025)

16. Доцюк С.О. Формування експортного потенціалу підприємств АПК в умовах євроінтеграції. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2024. Вип. 2(75). URL: https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-7 (дата звернення 08.11.2025)

17. Надвиничний С.А. Сучасні умови формування та реалізації експортного потенціалу аграрної сфери регіонів України. *Економічний аналіз.* 2018. Том 28. № 3. С. 56-61.

18. Youcontrol. Офіційний сайт. URL: https://youcontrol.com.ua/ (дата звернення 12.11.2025)

19. Корженівська Н.Л., Осадчук І.О., Сидорак Я.І. Експортний потенціал агросектору України: стійкість до економічних потрясінь. *Економічний простір*. 2025. №203. С. 115 – 120

20. Тімченко О.Л., Михайлюк А.А. Експортний потенціал аграрного сектору України в умовах воєнного стану. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2023. № 10. URL:: https://doi.org/10.32702/2307- 2156.2023.10.12. (дата звернення 12.11.2025)

21. Тума С.Г., Яковенко Я.Ю., Маслак М.В. Лощенко Д.А. Трансформація експортного потенціалу України в умовах війни: стратегічне значення аграрної торгівлі з ЄС. *Економіка та управління АПК*. 2025. № 1. С. 73–81

22. UkraineInvest. «Завдані росією збитки українській промисловості та логістиці сягнули $50 мільярдів». URL: https://ukraineinvest.gov.ua/ news/06-09-2023/ (дата звернення: 31.10.2025)

23. Reuters. Transport difficulties led to 7% drop in Ukraine food exports - institute. URL: https://www. reuters.com/world/europe/transport-difficulties-led7-drop-ukraine-food-exports-institute-2023-12-18/ (дата звернення: 31.10.2025).

24. Київська школа економіки. Огляд збитків та втрат в АПК. URL: https://kse.ua/ua/oglyadzbitkiv-ta-vtrat-v-apk/ (дата звернення: 31.10.2025)

25. Лисаченко А. В., Заяць О. І. Реалізація експортного потенціалу України у торговельно-економічних відносинах з Францією. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2023. Вип. 49. С. 80–84.

26. Корженівська Н. Л., Осадчук І. О., Сидорак Я. І. Експортний потенціал аграрної галузі України в умовах невизначеності та ризиків. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2024. № 43. С. 142–147.

27. Вірковська А. А., Заклекта О. І., Лавренчук В. Р. Оцінка експортного потенціалу національних агрокомпаній за умов повномасштабного вторгнення РФ. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 4. С. 48- 57

28. Ібатуллін М., Остапенко С., Присяжнюк Н., Удовиченко О. Формування системи державного регулювання реалізації експортного потенціалу агропродовольчого сектору України на шляху до членства в ЄС.

Інститут бухгалтерського обліку. Контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2024. № 1–2. С. 55–64.

29. Вовк М.В., Вороблевський В.І. Підтримка експортного потенціалу аграрного сектору України в умовах воєнного стану. *Український економічний часопис.* 2024. № 5. С. 35–40

30. Шалений В., Бурцев О. Дослідження потенціалу розвитку агросектору України на засадах кластеризації. *Загальнодержавний науково-виробничий та*

інформаційний журнал «Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит». 2024. № 8(198). С. 71–823

31. Гуменюк Я. Аграрний експорт України: аналіз та стратегічне планування. . *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-93 (дата звернення: 16.10.2025)

32. Островський П. І., Гострик О.М., Добрунік Т.П, Радова О.В. Моделювання економічних процесів: навчальний посібник Одеса: ОНЕУ. 2012. 132 с.

33. Кастромська С. М. Однафакторна лінійна регресія : дис. канд. ек. наук . Київ. 2015. 316 с

34. Коефіцієнт детермінації. URL: https://pandia.ru/text/79/148/38943.php (дата звернення: 28.09.2025).

35. Математичні методи та моделі в економічних дослідженнях: монографія. За редакцією канд.ф.-м.наук В.М. Мацкул. Одеса: ОНЕУ, 2016. 184 с.

36. Ковбаса О.М. Експортний потенціал аграрних підприємств та удосконалення компонентів їх стратегічного розвитку. *Цифрова економіка та економічна безпека.* 2024. Випуск 6 (15) С. 279 - 285

37. Бондарчук Н.В., Васільєва Л. М., Міньковська А. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком аграрного підприємства для забезпечення його фінансово-економічної безпеки. *Підприємництво та інновації.* 2022. №23. С. 37–41

38. Солоненко Ю. В., Панасюк П. І. Державна підтримка та стимулювання бізнесу України в умовах війни. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 82 (3). С. 190–200

39. Коровій В.В., Шкурат М.Є., Самойлов Є.С. Роль агропромислового сектору України у розвитку експортного потенціалу. *Бізнес-інформ*. 2024. Вип № 11. URL: https://1drv.ms/f/c/847453c1853e3b70/EvNL8in (дата звернення: 16.10.2025)

40. Трусова Н. В., Степанюк Р. С. Експортний потенціал аграрного сектора України в умовах глобального регулювання міжнародної торгівлі. *Modern Economics*. 2024. № 48(2024). С. 137–146.

41. Афанасьєва О., Леонов О., Леонова Т. Маркетинговий стратегічний аналіз агропромислової галузі України у воєнний час. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. № 2(100). С. 23–28.

42. Гавкалова Н., Денисенко О. Інтеграційні процеси в агропромисловому комплексі національної економіки. Вісник Хмельницького національного університету. *Економічні науки*. 2023. № 3 (318). С. 220–225.

43. Гаврілюк І.І. Розвиток міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин в Україні. *Економіка і суспільство*. 2022. Випуск 45. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1969/ (дата звернення: 08.09.2025)

44. Тищенко В. Ф., Остапенко В. М. Основи зовнішньоекономічної діяльності та митної справи: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2022. 193 с.

45. Григорова-Беренда Л. І.,. Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навчальний посібник. 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с.

46. Крутік Ю.В., Столяр Ю.А. Зміст понять «експорт» та «імпорт» як об'єктів державного управління. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2020. № 5. Том 31 (70). С. 138 – 142

47. Мельник Т., Туніцька Ю., Інституційне забезпечення міжнародної конкурентоспроможності АПК України. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. № 4. 2020. С. 69 – 89

48. Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Проблеми аграрного бізнесу під час воєнного стану. *Інфраструктура ринку.* 2022. Випуск 66. С. 87 – 92

49. Рада ЄС ухвалила поновлення тимчасової лібералізації торгівлі та інших торгових поступок. Представництво Європейського Союзу в Україні. 2023. URL: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine (дата звернення: 03.10.2025).

50. Осташко Т.О. Сільськогосподарський експорт України в умовах війни і шляхи його відновлення. *Економіка України*. 2022. № 5. С. 26—37.

51. Хомутенко Л., Дужа Т. Функціонування зони вільної торгівлі між Україною та ЄС: результати та перспективи. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. №4, С. 236-245.

52. Нечипорук А., Котова М., Кочубей Д. Експорт України в умовах воєнного стану. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2023. № 5. С. 18-32.

53. Шимановська-Діанич Л. М., Іщейкін Т. Є., Вороніна В. Л. Специфіка здійснення експортно-імпортних операцій у сфері агропромислового сектору в умовах дії воєнного стану. *Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету.* 2023. №9. С. 114 – 119

54. Гадзало Я. М., Лузан Ю. Я. Удосконалення державного управління розвитком аграрного сектору економіки та сільських територій України. Економіка АПК. 2020. № 11. С. 6–18.

55. Ставицька А. Коваленко А. Можливості реалізації експортного потенціалу України на світовому ринку. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2023. Том 80. № 1. С. 108-113.

56. Кондратюк О., Стояненко І. Експортний потенціал агросектора України. *Scientia Fructuosa*. 2022. №4. С. 26-51.

57. Радченя О.М., Клименко Л.В., Мусієнко С.І. Експортний потенціал аграрних підприємств України в умовах військового стану. *Зб. наук. пр. Уман. нац. ун-ту садівн*. 2023. Вип. 102(2). С. 145-155.

58. Пітель Н. Я. Аграрний експорт України в умовах війни. *Економіка та управління АПК*. 2023. № 2. С. 45-56

59. Шуст О.А., Артімонова І.В., Хахула Б.В. Сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі агропродовольством України. *Економічний аналіз*. № 3. 2023. С. 190–201.

60. Гончарук І.В., Томашук І.В. Вплив інноваційних процесів на підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2023.№ 1 (63). С. 30 - 47.

61. Кучер Л., Кучер А., Хареба В., Демидчук Л., Східницька Г. Розвиток інноваційної діяльності аграрних підприємств: на шляху до агробізнесу 4.0. Agricultural and Resource Economics. 2023. Vol. 9. №. 4. Pp. 252-286.