

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет природокористування
Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня магістр

на тему: **«РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «МХП БАФФАЛО»»**

Виконав: студент 2 курсу, групи Мев-61

Бонк Станіслав Павлович

напряму підготовки 29 «Міжнародні

відносини»

спеціальність 292 «Міжнародні

економічні відносини»

Керівник: Линдюк А.О.
(Прізвище та ініціали)

Рецензент: _____
(Прізвище та ініціали)

Міністерство освіти та науки України
Львівський національний університет природокористування
Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Освітній ступінь «Магістр»
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
МЕВ та маркетингу
(назва кафедри)

(підпис)

Линдюк А.О.
(прізвище, ім'я, по батькові)

«06» березня 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Бонк Станіслав Павлович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи): Розробка стратегії підвищення ефективності експортної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП Баффало»

Керівник проекту (роботи) Линдюк Андрій Олександрович, к.е.н, доцент,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЛНУП №55/к-с від «01» березня 2023 року

2. Строк подання студентом роботи до «10» листопада 2023 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи): літературні джерела, наукові видання, статистичні дані, звіти підприємства, аналітичні матеріали міжнародних організацій

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретико-методичні основи дослідження експортної діяльності сільськогосподарських підприємств

2. Стан ефективності експортної діяльності ТОВ «МХП Баффало»

3. Стратегічні засади підвищення ефективності експортної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП Баффало»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Дата видачі завдання «06» березня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)
1.	Отримання завдання. Вивчення рекомендованої літератури по темі КР. Написання аналітичного огляду. Вивчення об'єкту. Аналіз існуючого стану (складання програми; написання пояснювальної записки; підготовка картографічних матеріалів для дипломної роботи).	01.09.2023 р.
2.	Розробка перспективного рішення та його обґрунтування (написання перспективної частини; виготовлення планової основи для основного варіанту роботи).	20.09.2023 р.
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації роботи. Написання економічної частини роботи; висновків і пропозицій з реалізації роботи; оформлення кінцевого варіанту роботи та інших графічних матеріалів, які представляються до захисту в ЕК).	05.10.2023 р.
4.	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи (здача пояснювальної записки керівнику КР; виправлення його зауважень; здача КР на рецензування; кінцеве оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	01.11.2023 р.
5.	Підготовка до захисту в ЕК. Пробний захист на випускній кафедрі (написання доповіді й погодження її з керівником ДР; виправлення зауважень у графічній частині).	10.11.2023 р.

Студент _____
(підпис)

Бонк С.П.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Линдюк А.О.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У роботі розглядається соціально-економічна суть та особливості експорту сільськогосподарської продукції. Деталізовано детермінанти експортної діяльності сільськогосподарських підприємств. Запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності. Оцінено експортний потенціал аграрного сектору економіки України. Проаналізовано стан виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства. Охарактеризовано виклики експортної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало». Сформовано маркетингові стратегії для експорту сільськогосподарської продукції. Запропоновано напрями вдосконалення логістики та постачання продукції на міжнародних ринках.

Ключові слова: аграрний сектор, експортний потенціал, експорт, аграрна продукція, логістика, маркетингова стратегія, міжнародний ринок.

ANNOTATION

The work examines the socio-economic essence and peculiarities of the export of agricultural products. Determinants of export activity of agricultural enterprises are detailed. A methodical approach to evaluating the efficiency of export activity is proposed. The export potential of the agricultural sector of the economy of Ukraine was assessed. The state of production and sale of agricultural products of the investigated enterprise was analyzed. The challenges of the export activity of the limited liability company "MHP-Buffalo" are characterized. Marketing strategies for the export of agricultural products have been formed. Directions for improving logistics and supply of products on international markets are proposed.

Keywords: agricultural sector, export potential, export, agricultural products, logistics, marketing strategy, international market.

УДК 339.564:636.2

Бонк С.П. Розробка стратегії підвищення ефективності експортної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП Баффало». – Кваліфікаційна робота. Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу. – Дубляни, ЛНУП, 2024.

73 с. текст., 3 розділи, 11 рис., 14 табл., 54 літературних джерела.

У кваліфікаційній роботі розглянуто соціально-економічну суть та особливості експорту сільськогосподарської продукції. Деталізовано детермінанти експортної діяльності сільськогосподарських підприємств. Запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності.

Оцінено експортний потенціал аграрного сектору економіки України. Проаналізовано стан виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства. Охарактеризовано виклики експортної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало».

Сформовано маркетингові стратегії для експорту сільськогосподарської продукції. Запропоновано напрями вдосконалення логістики та постачання продукції на міжнародних ринках.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	9
1.1. Соціально-економічна суть та особливості експорту сільськогосподарської продукції	9
1.2. Детермінанти експортної діяльності сільськогосподарських підприємств	14
1.3. Методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності сільськогосподарського підприємства	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МХП БАФФАЛО"	28
2.1. Оцінка експортного потенціалу аграрного сектору економіки	28
2.2. Аналіз виробничого та ресурсного потенціалу ТОВ «МХП-Баффало»	35
2.3. Стан виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства	41
2.4. Оцінка та виклики експортної діяльності ТОВ «МХП-Баффало»	47
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МХП БАФФАЛО»	53
3.1. Формування маркетингових стратегій для експорту сільськогосподарської продукції	53
3.2. Вдосконалення логістики та постачання продукції на міжнародних ринках	60
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	68
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	74

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах глобалізації та інтенсивного розвитку міжнародних економічних зв'язків сільськогосподарські підприємства стають важливими учасниками світового ринку продовольства. Враховуючи, що аграрний сектор економіки України є достатньо конкурентоздатним на світових ринках, тому експортна діяльність аграрних підприємств стає необхідною складовою їх стратегічного розвитку, що вимагає системного підходу та розробки ефективних стратегій. Не зважаючи на стабільно високий попит на сільськогосподарську продукцію у світі є достатньо високим рівень конкуренції серед експортерів продовольства. Таким чином, значна конкуренція, зміни в умовах міжнародної торгівлі, а також внутрішні та зовнішні виклики, особливо за сучасних складних умов в Україні, що спричинені повномасштабним вторгненням російської федерації створюють серйозні проблеми та обмеження для аграрних підприємств, що здійснюють свою діяльність на міжнародних ринках.

Залишаються невирішеними питання організації взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробничими і переробними компаніями, фінансовими структурами і маркетинговими організаціями. Необхідні практичні пропозиції щодо консолідації виробничого та зовнішньоторговельного потенціалів сільськогосподарських підприємств на базі галузевих об'єднань. Необхідно розробити механізм державної підтримки сільськогосподарських підприємств, з розширенням програмного підходу. Існуючі проблеми призводять до невиконання національних і регіональних поточних та довгострокових програм розвитку аграрного сектору.

Кваліфікаційна робота присвячена розробці стратегії підвищення ефективності експортної діяльності аграрного підприємства. Вона має на меті вивчення особливостей аграрного сектору в умовах глобалізації та визначення шляхів оптимізації експортного процесу, зокрема шляхом

вдосконалення стратегічного управління та впровадження інноваційних підходів.

Дослідження базується на аналізі теоретичних засад управління експортною діяльністю аграрних підприємств, а також на практичних дослідженнях та вивченні кращих практик у цьому секторі.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є уточнення наукових положень та розробка практичних пропозицій щодо формування та функціонування організаційно-економічного механізму розвитку експортної діяльності сільськогосподарських підприємств. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені наступні пріоритетні завдання.

Реалізація поставленої мети вимагала вирішення наступних завдань:

- ✓ визначити соціально-економічна суть розвитку аграрного сектору;
- ✓ уточнити чинники, які визначають розвиток сільського господарства;
- ✓ проаналізувати стан функціонування туристичної галузі;
- ✓ обґрунтувати методологічні підходи до дослідження аграрного експортного потенціалу
- ✓ здійснити оцінку експортної діяльності вітчизняних товаровиробників;
- ✓ дослідити стан та тенденції розвитку аграрного сектору економіки;
- ✓ проаналізувати роль аграрного сектору України та його експортного потенціалу;
- ✓ обґрунтувати концептуальні підходи до обґрунтування стратегії розвитку та напрямів державної підтримки аграрної сфери;
- ✓ розробити комплекс практичних рекомендацій щодо підвищення експортного потенціалу аграрного сектору економіки.

Предметом дослідження є економічні відносини, що виникають у зв'язку з формуванням і функціонуванням організаційно-економічний

механізму розвитку експортної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Об'єктом дослідження було виділено досліджуване сільськогосподарське підприємство, механізми та інструменти формування та функціонування організаційно-економічного механізму розвитку експортної діяльності аграрних підприємств.

Методи дослідження. Теоретичною основою кваліфікаційної роботи стали дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців з проблем розвитку аграрного сектору економіки та його експортного потенціалу в системі національної економіки, законодавчих і нормативних актів різного рівня державної влади, матеріалів науково-практичних конференцій.

Достовірність висновків і рекомендацій, отриманих в результаті дослідження, забезпечується застосуванням системного підходу в поєднанні з використанням наступних методів: економіко-статистичних – при аналізі впливу різних факторів на ефективність експортної діяльності сільськогосподарських підприємств; монографічного – при розкритті тенденцій розвитку експортної діяльності досліджуваного підприємства та інших сільськогосподарських підприємств; абстрактно-логічного – при аналізі розвитку експортної діяльності, впливу на результати діяльності сільськогосподарських підприємств; графічного – при складанні схем і графічних креслень, що відображають динаміку економічних показників стану експортної діяльності; інтерв'ювання – при виявленні умов функціонування організаційно-економічний механізм, проблеми та перспективи розвитку експортної діяльності; експертного – при складанні стратегічних планів розвитку експортної діяльності та інших методів.

Інформаційною базою дослідження стали: офіційні дані Державної служби статистики України, статистичні дані регіональних органів управління агропромисловим комплексом, стратегії та програми розвитку аграрного сектору, а також статистична та оперативна звітність досліджуваного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що отримані у процесі дослідження теоретичні та прикладні результати можуть бути корисними для досліджуваного товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» Луцького району Волинської області та інших сільськогосподарських підприємств, які здійснюють експортну діяльність та мають намір покращити власну експортну конкурентоспроможність на світових ринках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Соціально-економічна суть та особливості експорту сільськогосподарської продукції

За період реформування аграрного сектору значна частина підприємств освоїли роботу за ринкових умов господарювання і зуміли відстояти свої позиції в протистоянні з іноземними конкурентами. Сьогодні вони успішно впроваджують інновації у своєму виробництві та розширюють свою експортну діяльність. Водночас значна частина сільськогосподарських підприємств за наявності конкурентоспроможної продукції та експортного потенціалу не мають можливості реалізувати свою продукцію на зовнішніх ринках.

На думку багатьох дослідників, однією з причин такої ситуації є те, що інтегроване управління експортною діяльністю є ізольованим і відсталим, незважаючи на те, що воно є основним інструментом впливу при здійсненні діяльності на зовнішньому ринку [9, 15, 24]. Неefективність і збитковість експортної діяльності сільськогосподарських підприємств спостерігається в результаті відсутності якісного та ефективного управління цією сферою діяльності в результаті недостатньої або повної відсутності управлінського досвіду роботи на зовнішніх ринках і використання старих організаційно-економічних методів і інструментів роботи [8]. Таким чином, багато сільськогосподарських підприємств не проводять цілеспрямованої, системної роботи в цьому напрямку через низьку якість управління розвитком експортної діяльності, відсутність інноваційних технологій виробництва конкурентоспроможної продукції, низькокваліфікованих працівників та інших причин, в результаті сільськогосподарські підприємства на зовнішньому ринку стикаються зі складними, часто нерозв'язними проблемами. Система управління сільськогосподарським підприємством, що функціонує в ринкових умовах,

вимагає створення організаційно-економічних умов для його успішного функціонування і розвитку виробництва та експортної діяльності. Тому вкрай важливо, як працює весь комплекс управління експортом, як він взаємодіє з іншими підсистемами і як входить в загальну систему управління розвитком підприємства [40].

Важливим аспектом сільськогосподарського експорту є те, що цей процес підкреслює інтернаціональну взаємозалежність у сфері сільського господарства та споживання продуктів харчування. Країни можуть виробляти різні типи продукції в різні пори року, в залежності від кліматичних, ґрунтових та інших факторів. Таким чином, експорт дозволяє країнам забезпечувати доступ до різноманітних харчових продуктів, які вони можуть не виробляти власноруч.

Сутність сільськогосподарського експорту полягає в тому, що це є однією з головних складових міжнародної торгівлі, має значний вплив на економіку країни-експортера та може відігравати ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки і розвитку сільських регіонів. Сільськогосподарський експорт також є частиною глобальних ланцюгів постачання та торговельних угод, які впливають на ціни на сільськогосподарську продукцію та конкурентоспроможність країн на світовому ринку.

Експорт сільськогосподарської продукції – це процес продажу сільськогосподарських товарів і продуктів на міжнародних ринках. Це означає вивезення сільськогосподарської продукції, такої як сільськогосподарські культури, м'ясо, молоко, риба, яйця, сільськогосподарські машини та обладнання, харчові інгредієнти тощо, за межі національних кордонів з метою продажу і отримання прибутку на зовнішніх ринках.

Такий вид економічної діяльності є важливою складовою економіки багатьох країн і відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки та зовнішньоекономічних відносинах. Експорт

сільськогосподарської продукції може бути важливим джерелом валютних доходів для країни і сприяти зростанню сільськогосподарського сектору.

Основні особливості експорту сільськогосподарської продукції включають:

- різноманітність продукції: сільське господарство виробляє широкий спектр продуктів, від рослинної продукції до тваринництва та продуктів переробки.

- вплив природних чинників: у сільському господарстві природні фактори, такі як погода та клімат, мають значущий вплив на врожаї та виробництво.

- вимоги до якості та стандартів: багато країн мають високі стандарти якості та безпеки для сільськогосподарської продукції, що обумовлює необхідність відповідності експортних товарів цим вимогам.

- конкуренція на міжнародних ринках: сільськогосподарська продукція конкурує на світовому ринку з продукцією інших країн, що вимагає розвинених маркетингових стратегій та цінової політики.

Експорт сільськогосподарської продукції вимагає комплексного підходу до організації виробництва, транспортування, зберігання та маркетингу, а також врахування міжнародних торговельних норм і обмежень. Забезпечення високої якості продукції і відповідність її стандартам є ключовими аспектами успішного експорту сільськогосподарських товарів.

Дослідження складових експортного потенціалу стає пріоритетною задачею управління підприємствами, що займаються міжнародною економічною діяльністю. При аналізі зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств слід розглядати, з яких чинників складається їх потенціал для експорту.

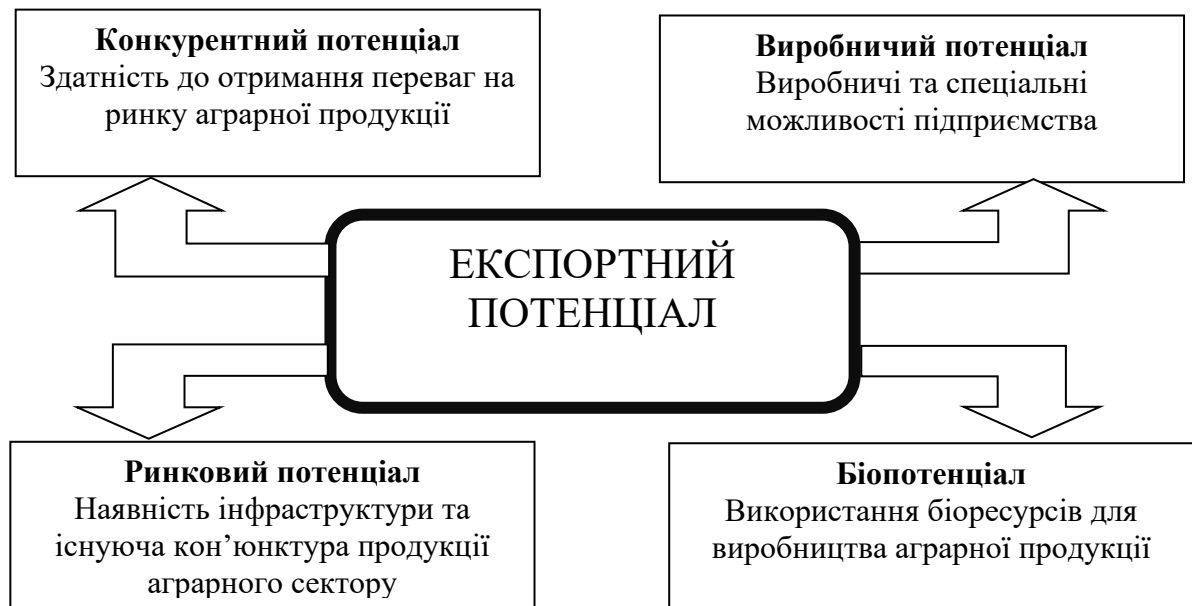


Рис 1.1. Складові експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств

Джерело: власне узагальнення

У більшості аграрних підприємств, особливо в умовах жорсткої конкуренції, зовнішньоекономічні зв'язки в сфері агропромислового комплексу відіграють важливу роль у економічній активності України. Вони є ключовими факторами, які впливають на структуру та ефективність розвитку цієї галузі. Розвиток експортного потенціалу набуває особливого значення, оскільки він виступає як сприяння для багатьох секторів та галузей, що забезпечує надходження валюти та гарантує економічну безпеку країни. Збільшення експортного потенціалу підприємства за допомогою вдосконалення фінансового механізму та оптимізації його структури є одним із обіцяючих шляхів підвищення рівня розвитку вітчизняної економіки.

Зазначимо, що сільське господарство є фундаментальною галуззю економіки багатьох країн, і його розвиток має значущий вплив на соціальне благополуччя населення та стабільність громад. І як було сказано вище, однією з ключових стратегій для підтримки сільськогосподарського сектору є експорт сільськогосподарської продукції

на міжнародні ринки. Проте ця діяльність має свої переваги та виклики, які вимагають уваги та обґрунтування.

Експорт сільськогосподарської продукції може призвести до зростання доходів селян та сільських жителів. Підвищення попиту на продукцію сільського господарства на зовнішніх ринках сприяє підвищенню цін на сільськогосподарські товари та збільшенню доходів фермерів. Ця діяльність також сприяє створенню нових робочих місць у сільських районах та підтримці інфраструктури та дозволяє країнам розширити свій доступ до різноманітних продуктів харчування та забезпечити продовольчу безпеку країн. Це особливо важливо в умовах глобальних змін в кліматі та обмеженості ресурсів.

Враховуючи, що світові ціни на сільськогосподарську продукцію часто піддаються значним коливанням через фактори, такі як погода, ринкові турбулентності та зміни валютних курсів, тому це може призвести до нестабільності доходів аграрних виробників і сільського населення.

Сільськогосподарський експорт вимагає конкурентоспроможності на світових ринках, де діє жорстка конкуренція від інших країн. Розвинені країни часто надають субсидії своїм фермерам, що може ускладнити доступ до міжнародних ринків для менших країн. Збільшення обсягів сільськогосподарського виробництва, щоб забезпечити відповідний рівень експорту може мати негативний вплив на навколишнє середовище через використання пестицидів, зрошення та зниження якості ґрунтів.

Таким чином, експорт сільськогосподарської продукції має великий потенціал для забезпечення соціальних вигод, таких як зростання доходів населення та розвиток сільських територій. Проте ця діяльність також пов'язана з численними проблемами, які потребують уважного аналізу та управління. Важливо забезпечити справедливий доступ до переваг сільськогосподарського експорту та сприяти сталому розвитку цієї важливої галузі.

1.2. Детермінанти експортної діяльності сільськогосподарських підприємств

Сільське господарство відіграє ключову роль у глобальному господарстві, і експорт є важливим інструментом для сільськогосподарських підприємств для досягнення конкурентоспроможності та стійкого розвитку. Для досягнення успіху на міжнародних ринках, сільськогосподарські підприємства повинні зрозуміти, які чинники впливають на ефективність їхньої експортної діяльності, тобто детермінанти ефективності експорту.

Основними інструментами керування експортною діяльністю вважаються визначення конкурентних переваг експортера, аналіз витрат, ідентифікація ключових факторів успіху та аналіз систем розподілу. Важливий акцент слід робити на визначенні конкурентних переваг компанії, які сприяють полегшенню початкового входу на ринок та процесу експорту. Підприємства, які залучені до експортної діяльності, зазвичай мають унікальні переваги перед тими, які не беруть участь у міжнародній торговельній діяльності. Цими перевагами можуть бути продукти компанії, її технологічна спрямованість, ринки або ресурси [3].

Детермінанти ефективності експорту – це фактори, які визначають ступінь досягнення мети експортної діяльності та впливають на результативність цього процесу. Вони можуть бути класифіковані на зовнішні та внутрішні, і вони спільно формують конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств на міжнародних ринках.

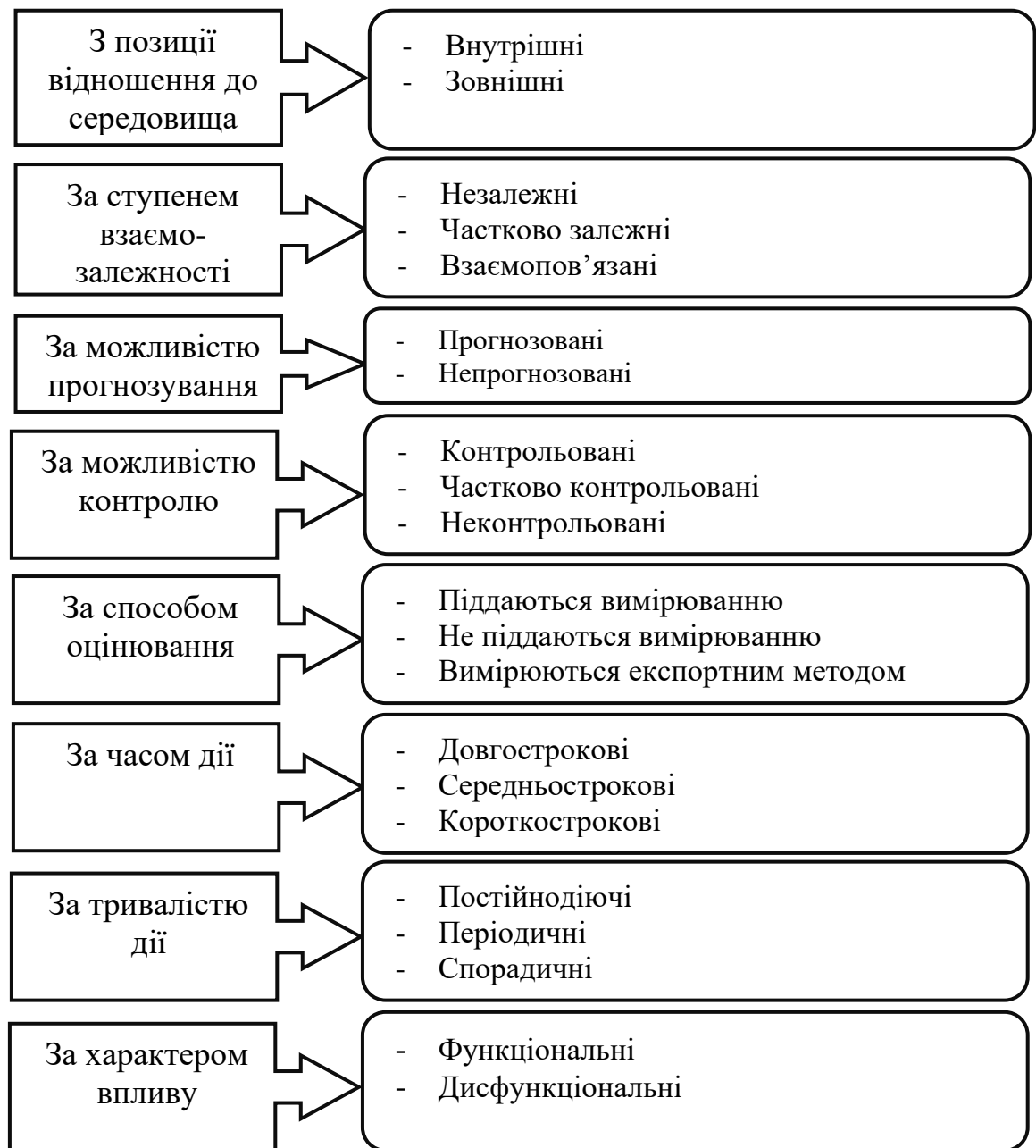


Рис. 1.2. Класифікація детермінант ефективності експортної діяльності підприємств

Джерело: розроблено на основі [1].

Зовнішні детермінанти включають фактори, які поза межами контролю сільськогосподарських підприємств, але впливають на їхню експортну діяльність:

- ✓ міжнародні ринки: специфіка та обсяги попиту на продукцію на міжнародних ринках;
- ✓ торговельні бар'єри: включають тарифи, квоти та інші обмеження, які можуть перешкоджати доступу до іноземних ринків;

- ✓ валютні коливання: зміни валютних курсів можуть впливати на вартість та конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках;

- ✓ політичні та правові аспекти: політична стабільність та законодавство країни можуть мати важливий вплив на експортну діяльність.

Внутрішні детермінанти включають фактори, які можна контролювати та вдосконалювати на рівні конкретних сільськогосподарських підприємств:

- ✓ організаційна структура та керівництво: роль керівництва та організаційної структури у формуванні експортної стратегії та контролі за процесами експорту;

- ✓ продукція та якість продукції: важливість якості та відповідності продукції міжнародним стандартам для забезпечення попиту на зовнішніх ринках;

- ✓ логістика та маркетинг експорту: оптимізація логістичних процесів та маркетингові стратегії, специфічні для зовнішніх ринків.

Детермінанти ефективності експорту є важливими, оскільки вони впливають на здатність сільськогосподарських підприємств пристосовуватися до змін на міжнародних ринках і досягати успішних результатів. Розуміння цих детермінант може допомогти підприємствам розробляти стратегії, які забезпечують стійкий та прибутковий експорт. Вони включають в себе зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на результативність експортної діяльності. Досягнення ефективності експорту вимагає аналізу, планування та впровадження стратегій, спрямованих на мінімізацію ризиків та максимізацію можливостей на міжнародних ринках. Ефективність сільськогосподарського експорту сильно залежить від зовнішнього середовища, в якому він функціонує.

В умовах глобалізації світової економіки експортний потенціал аграрного сектору економіки є не тільки можливістю місцевих підприємств з виробництва необхідних сільгосппродуктів для внутрішнього споживання, а й здатність виробити конкурентоспроможний

на зовнішньому ринку товар, а також організувати ефективний процес виходу сільськогосподарських підприємств на зовнішні ринки. На формування експортного потенціалу аграрного сектора економіки впливають безліч чинників. Їх можна об'єднати в три групи.

Першу становлять такі основоположні в економіці фактори виробництва, як: праця, земля, капітал, підприємницька спроможність та інформація. До другої можна віднести специфічні чинники, які безпосередньо впливають на аграрне виробництво і притаманні тільки йому, це: кліматичні особливості функціонування сільського господарства, державна підтримка аграрного сектору, рівень внутрішнього споживання сільськогосподарської сировини та продуктів харчування в країні, політика продовольчої безпеки.

Третя група – це є блок інструментів, пов'язаних з організацією виходу сільгоспідприємств на зовнішні ринки і з просуванням сільськогосподарської сировини і продуктів харчування вітчизняного виробництва за кордон.

Таким чином модель експортного потенціалу підприємств, які здійснюють виробництво сільськогосподарської продукції є мультидетермінантною і може бути представлена у формі рисунку 1.3.

Загалом детермінанти організації зовнішньоекономічної діяльності формують експортний механізм аграрного сектору, будучи не тільки невід'ємним елементом експортного потенціалу, а й інструментом його реалізації. Географія технологічних і сервісних процесів виходить за межі національних кордонів, формуючи глобальні ланцюжки створення доданої вартості, які являють собою стійкі механізми нарощування вартості на різних стадіях нарощування вартості на різних стадіях технологічних та інфраструктурних процесів, що є результатом взаємодії їхніх учасників із різних країн. Участь у цих ланцюжках беруть як розвинені країни, так і ті, що розвиваються країни незалежно від рівня свого технологічного розвитку і доходів на душу населення, проте ступінь їхньої залученості,

позиції в ланках ланцюжків, а отже, і можливості отримання найбільшої вигоди залишаються різними.



Рис. 1.3. Мультидетермінантна модель експортного потенціалу сільськогосподарських підприємств

Джерело: розроблено на основі [1].

Один з ключових аспектів зовнішнього середовища, який впливає на сільськогосподарський експорт – це екологічні умови. Зміни клімату, природні катастрофи та екологічні проблеми можуть спричинити врожайність та якість продукції. Сільськогосподарські підприємства повинні пристосовуватися до цих змін і розробляти стійкі та екологічно-дружні методи виробництва.

Ефективність експорту сільськогосподарської продукції також залежить від економічного середовища. Фінансова стабільність, валютні курси, інфляція та інші економічні чинники можуть впливати на конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках і визначати цінову політику.

Політичні рішення та торговельні угоди також грають важливу роль у сільськогосподарському експорті. Тарифи, мита, субсидії та інші правила міжнародної торгівлі можуть бути вирішальними для доступу до ринків і обсягів експорту.

Споживчі уподобання та культурні особливості різних країн можуть визначати попит на сільськогосподарську продукцію. Розуміння цих аспектів є важливим для розробки маркетингових стратегій та адаптації продукції до потреб споживачів.

Зовнішнє середовище має визначальний вплив на ефективність експорту сільськогосподарської продукції. Розуміння і керування цими впливами є важливим завданням для аграрних підприємств та урядів. Співпраця між сільськими господарствами, науковими установами і громадськими організаціями може сприяти створенню стійких та ефективних стратегій експорту, які враховують різноманітні виклики зовнішнього середовища і сприяють розвитку аграрного сектору та глобальної економіки.

Успішний експорт сільськогосподарської продукції значною мірою залежить від внутрішніх детермінант. Технологічний рівень сільськогосподарського виробництва відіграє важливу роль у визначенні якості та кількості продукції. Впровадження сучасних агротехнологій та інновацій може підвищити продуктивність та конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств на міжнародних ринках.

Якість сільськогосподарської продукції є важливим фактором, який впливає на її прийняття на зовнішніх ринках. Виробники повинні дотримуватися високих стандартів якості та безпеки для задоволення вимог споживачів.

Професійний менеджмент сільськогосподарських підприємств має значний вплив на ефективність експортної діяльності. Ефективне планування, організація та контроль виробництва та постачання можуть підвищити продуктивність та знизити витрати. Справна логістика та транспортна інфраструктура відіграють важливу роль у забезпеченні доставки сільськогосподарської продукції на міжнародні ринки. Швидка та надійна доставка дозволяє підтримувати якість продукції та вчасно задовольняти замовлення покупців.

Маркетингова стратегія, включаючи ціноутворення, рекламу та дистрибуцію, може визначити успіх експорту. Оскільки вірно сформована стратегія дозволяє здобути конкурентну перевагу та залучити нових клієнтів.

Розширення ринків збуту через пошук нових споживачів та регіонів може сприяти зростанню обсягів експорту. Розробка нових ринків може вимагати додаткових маркетингових зусиль та досліджень.

Внутрішні детермінанти грають ключову роль у визначенні ефективності експорту сільськогосподарської продукції. Виробничі, організаційні та маркетингові аспекти внутрішнього середовища підприємства мають великий вплив на конкурентоспроможність та успішність на міжнародних ринках. Розуміння та оптимізація цих детермінант може допомогти аграрним підприємствам досягти стабільного та прибуткового експорту сільськогосподарської продукції.

Економічні чинники, такі як валютні курси, інфляція та економічний зріст, можуть впливати на результативність експорту. Зміни валютних курсів можуть впливати на конкурентоспроможність товарів на міжнародних ринках, впливаючи на цінову конкуренцію. Стабільний економічний розвиток може підвищити попит на експортну продукцію.

Торговельні бар'єри, такі як мита, тарифи та торговельні угоди, можуть ускладнити доступ до зовнішніх ринків та вплинути на результативність експорту. Виробники повинні адаптувати свої стратегії до торговельних обмежень та знаходити шляхи для їхнього подолання.

Впровадження інновацій та використання сучасних технологій може підвищити конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках. Інновації у виробництві, якість продукції та нові рішення у маркетингу можуть створити перевагу перед конкурентами.

Маркетингові стратегії та розвиток бренду можуть впливати на споживчий попит та уявлення про якість продукції. Створення сильного бренду може підвищити цінність продукції та створити лояльність клієнтів.

Детермінанти результативності експорту впливають на успішність експортних операцій та визначають конкурентну перевагу підприємств на міжнародних ринках. Розуміння цих факторів і вміння адаптуватися до них є ключовими для досягнення успіху в глобальній торгівлі. Для підприємств і країн важливо розвивати стратегії, які б враховували ці детермінанти і сприяли збільшенню результативності експорту та зміцненню їхньої позиції на світових ринках.

Таким чином, на основі аналізу наукових робіт вітчизняних та іноземних дослідників, які досліджували питання визначення та класифікації детермінант ефективності експортної діяльності сільськогосподарського підприємств, запропоновано систематизовану класифікацію цих детермінант. Результати нашого дослідження дозволяють використовувати цю комплексну класифікацію для моделювання господарської діяльності підприємств, виявлення потенційних резервів та визначення шляхів покращення ефективності його експортної діяльності. Аналіз та оцінка цих факторів надає основу для розробки управлінських механізмів з метою підвищення ефективності експортних операцій підприємства.

1.3. Методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності сільськогосподарського підприємства

Експортна діяльність відіграє важливу роль у розвитку економіки багатьох країн і є ключовим чинником їхнього міжнародного впливу. Однак для забезпечення успіху в експорті необхідно не лише активно проводити торговельні операції, але і систематично оцінювати ефективність цієї діяльності. Теоретичні аспекти оцінки ефективності експорту стали об'єктом уваги вчених та практиків для визначення оптимальних стратегій та політик у галузі міжнародної торгівлі.

Сільське господарство є важливою галуззю економіки багатьох країн та відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки та економічного розвитку. Експорт сільськогосподарської продукції є важливим засобом розширення ринків збуту та забезпечення прибутковості аграрного сектору. Для визначення ефективності цієї діяльності, необхідно мати чіткі поняття та методи оцінки.

Експортна ефективність – це здатність сільськогосподарського підприємства чи країни до досягнення максимальних результатів в міжнародній торгівлі при наявних ресурсах та обмеженнях. Вона включає в себе досягнення максимальної прибутковості, оптимізацію витрат та розвиток конкурентних переваг.

Торговельний баланс - це різниця між вартістю експорту та імпорту сільськогосподарської продукції. Позитивний торговельний баланс свідчить про те, що країна експортує більше, ніж імпортує, що може бути індикатором ефективності її експортної діяльності.

Валовий доданий вартість визначається як різниця між вартістю виробництва та вартістю споживання сільськогосподарської продукції. Цей показник може бути використаний для визначення внутрішньої ефективності виробництва продукції для експорту.

Один із способів оцінки ефективності експорту - це аналіз фінансових показників, таких як прибуток від експорту, рентабельність та оборотність активів. Ці показники можуть допомогти визначити, чи приносить експорт прибуток та чи ефективно використовуються ресурси.

Маркетинговий аналіз включає в себе вивчення ринку, конкуренції та споживчого попиту на продукцію на зовнішніх ринках. Він допомагає визначити, які продукти чи послуги мають попит на міжнародних ринках та як їхні ціни впливають на конкурентоспроможність.

Внутрішній аналіз включає в себе вивчення процесів виробництва, логістики та управління внутрішньою діяльністю сільськогосподарського підприємства. Він допомагає виявити можливості для оптимізації та підвищення ефективності.

Оцінка ефективності експорту сільськогосподарської продукції є ключовим елементом стратегічного управління міжнародною торгівлею. Розуміння основних понять та застосування методів оцінки допомагають підприємствам та країнам забезпечувати прибутковість та ефективність експортної діяльності, сприяючи розвитку сільськогосподарського сектору та забезпеченню продовольчої безпеки.

Експорт сільськогосподарської продукції є важливим засобом розширення ринків збуту та забезпечення прибутковості аграрного сектору. Для визначення ефективності цієї діяльності, необхідно мати чіткі поняття та методи оцінки.

Експортна ефективність - це здатність сільськогосподарського підприємства чи країни до досягнення максимальних результатів в міжнародній торгівлі при наявних ресурсах та обмеженнях. Вона включає в себе досягнення максимальної прибутковості, оптимізацію витрат та розвиток конкурентних переваг.

Торговельний баланс – це різниця між вартістю експорту та імпорту сільськогосподарської продукції. Позитивний торговельний баланс свідчить про те, що країна експортує більше, ніж імпортує, що може бути індикатором ефективності її експортної діяльності.

Валовий доданий вартість визначається як різниця між вартістю виробництва та вартістю споживання сільськогосподарської продукції. Цей показник може бути використаний для визначення внутрішньої ефективності виробництва продукції для експорту.

Один із способів оцінки ефективності експорту - це аналіз фінансових показників, таких як прибуток від експорту, рентабельність та оборотність активів. Ці показники можуть допомогти визначити, чи приносить експорт прибуток та чи ефективно використовуються ресурси.

Маркетинговий аналіз включає в себе вивчення ринку, конкуренції та споживчого попиту на продукцію на зовнішніх ринках. Він допомагає визначити, які продукти чи послуги мають попит на міжнародних ринках та як їхні ціни впливають на конкурентоспроможність.

Внутрішній аналіз включає в себе вивчення процесів виробництва, логістики та управління внутрішньою діяльністю сільськогосподарського підприємства. Він допомагає виявити можливості для оптимізації та підвищення ефективності.

Оцінка ефективності експорту сільськогосподарської продукції є ключовим елементом стратегічного управління міжнародною торгівлею. Розуміння основних понять та застосування методів оцінки допомагають підприємствам та країнам забезпечувати прибутковість та ефективність експортної діяльності, сприяючи розвитку сільськогосподарського сектору та забезпеченню продовольчої безпеки.

Розробка методичного підходу до оцінки ефективності експортної діяльності є важливою задачею для підприємств, що діють на міжнародних ринках. Цей підхід допомагає визначити, наскільки успішно підприємство впроваджує свою експортну стратегію і чи досягає запланованих цілей. Саме тому є важливим обґрунтовувати основні кроки та аспекти розробки методики для оцінки ефективності експортної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Перший крок у розробці методичного підходу – це визначення ключових показників ефективності експортної діяльності. Ці показники допоможуть виміряти результати і визначити, чи відповідає експортна стратегія поставленим цілям. Деякі з основних показників включають:

- ✓ обсяг експорту: кількість продукції, яка експортується на зовнішні ринки;

- ✓ виручка від експорту: загальний дохід, отриманий від експортної діяльності;
- ✓ частка ринку: визначення питомої ваги підприємства на міжнародному ринку;
- ✓ маржинальність: прибуток від експорту відносно загальних витрат на експортну діяльність;
- ✓ кількість нових ринків: кількість нових ринків, на які виводилася продукція;
- ✓ строки поставок: час, необхідний для поставки продукції на зовнішні ринки.

Після визначення показників ефективності необхідно розробити методику збору та аналізу даних. Це включає в себе вибір джерел інформації, розробку інструментів для збору даних, та методи аналізу, які допоможуть виміряти та оцінити кожен з обраних показників. Щодо джерел даних, то це є визначення, звідки будуть отримуватися дані, зокрема це можуть бути внутрішні джерела (фінансові звіти, облікові системи) та зовнішні джерела (ринкові дослідження, статистичні дані). Інструменти збору даних передбачають розробку анкет, опитувань, інтерв'ю, а також автоматизованих систем для збору інформації. Важливим також є визначення методів, які допоможуть формувати тенденції, зробити порівняльний аналіз та виокремити фактори, що впливають на ефективність експорту.

Заключним етапом є розробка плану дій для впровадження методики оцінки ефективності експортної діяльності в сільськогосподарському підприємстві. Цей план має включати кроки, відповідальних осіб та строкові рамки. Після цього необхідно впроваджувати розроблену методику та почати збирати дані для подальшої оцінки ефективності експортної діяльності.

Таблиця 1.1

Оцінка ефективності експортної діяльності сільськогосподарських підприємств

Напрямок оцінювання	Локальні показники оцінки
Ринкова результативність експорту	<p>Темпи зростання частки підприємства на зарубіжному ринку</p> <p>Теми зростання частки експортної продукції в загальних обсягах виробництва</p> <p>Темпи зростання обсягів реалізації продукції підприємства</p> <p>Частка продукції, якість якої відповідає або перевищує кращі зарубіжні аналоги, у загальних обсягах виробництва</p>
Бюджетна ефективність	<p>Зростання обсягів митних платежів у державний бюджет країни, резидентом якої є підприємство-експортер</p> <p>Темп зростання частки сплачених митних платежів у загальному обсязі відрахувань до державного бюджету</p> <p>Співвідношення розміру фінансових потоків, пов'язаних з обслуговуванням відповідно експортних та імпорتنих операцій підприємства</p>
Виробничо-технологічна ефективність	<p>Зміни рівня завантаження основних виробничих фондів (відносно показників альтернативного варіанту побудови товарного асортименту підприємства, заснованого на відмові від експортних поставок)</p> <p>Темп змін ритмічності виробництва</p> <p>Темпи скорочення обсягів запасів готової продукції</p> <p>Темпи змін фондівіддачі</p>
Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності	<p>Темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріально-технологічної бази підприємства у зв'язку з розширенням експортних поставок</p> <p>Зміни рівня зношеності основних фондів у зв'язку із здійсненням відповідних капітальних вкладень</p> <p>Темпи змін частки інноваційної продукції, призначеної для експортних поставок, у загальних обсягах виробництва</p>
Соціальна ефективність	<p>Темпи зростання продуктивності праці персоналу</p> <p>Темпи змін рівня оплати праці персоналу</p> <p>Темпи змін частки чисельності персоналу з найвищим</p>

	рівнем кваліфікації у загальній чисельності персоналу
Фінансова результативність	Зміна витрат на одиницю товарної продукції Співвідношення рівня цін реалізації продукції на зовнішньому та національному ринках відповідно Рентабельність виробництва експортної продукції Рентабельність операційної діяльності Співвідношення обсягів короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованостей
Результативність скорочення експортних ризиків	Співвідношення розміру заявлених та фактично сплачених митних платежів Співвідношення сплачених штрафів, пов'язаних з експортними поставками, та отриманого від експорту прибутку

Джерело: [6, с. 99]

Таким чином, розробка методичного підходу до оцінки ефективності експортної діяльності є ключовим завданням для підприємств, що мають міжнародну спрямованість. Впровадження такого підходу дозволяє вимірювати та оцінювати результати експортної стратегії та приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку на зовнішніх ринках. Запропонована методика може стати потужним інструментом для досягнення конкурентоспроможності та стійкого успіху сільськогосподарських підприємств на міжнародних ринках.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МХП БАФФАЛО"

2.1. Оцінка експортного потенціалу аграрного сектору економіки

Аграрний сектор є ключовим компонентом економіки України і відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку країни. Цей сектор відповідає за виробництво основних продуктів харчування, таких як зернові культури, м'ясо, молоко та інші. Це забезпечує внутрішню продовольчу безпеку країни, роблячи її менш залежною від імпорту продуктів. Враховуючи природно-кліматичні умови та історичні передумови розвитку сільського господарства України, ця галузь національної економіки є одним із найбільших роботодавців, займаючи значну частину населення. Відсутність альтернативних джерел зайнятості у сільських районах робить сільське господарство ключовим інструментом боротьби з безробіттям та міграцією населення. Загалом, в агропродовольчому секторі продукується значна частка валового внутрішнього продукту.

Таблиця 2.1.

Динаміка виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами України, млрд грн

Роки	Загалом	У тому числі:	
		рослинництва	тваринництва
2016	403,2	336,6	66,7
2017	391,0	323,7	67,3
2018	438,0	367,7	70,3
2019	449,8	376,8	73,0
2020	395,7	323,2	72,5
2021	484,1	413,0	71,1
2022	348,4	283,1	65,3
2022 р. до 2021 р., %	72,0	68,5	91,8
2022 р. до 2016 р., %	86,4	84,1	98,0

Джерело: розраховано на основі [26]

Як бачимо з даних наведених у таблиці 2.1. починаючи з 2016 року обсяг виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами мав загальну тенденцію зростання до 2021 року. Слід відмітити, що зростання було як у рослинницькій так і у тваринницькій галузі. Проте, повномасштабне вторгнення і окупація значної частини території України суттєво вплинули на загальні показники виробництва сільськогосподарської продукції в Україні.

У нинішній складний для вітчизняної економіки час, час повномасштабного вторгнення російської федерації роль аграрного сектору для економіки України не лише не зменшилась, а й суттєво зросла. Особливо якщо врахувати, що вітчизняний аграрний сектор відіграє ключову роль, не лише забезпечуючи населення продуктами харчування, але й формуючи експортний потенціал країни. Варто зазначити, що протягом останніх двох років попри загальне зменшення експорту вітчизняної продукції, частка аграрного сектору зросла (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2.

Динаміка частки аграрної продукції в структурі вітчизняного експорту

Показник	2020 рік		2021 рік		2022 рік		2022 р. до 2020 р., %
	млн дол США	%	млн дол США	%	млн дол США	%	
Живі тварини; продукти тваринного походження	1188,2	2,4	1345,2	2,0	1471,8	3,3	123,9
Продукти рослинного походження	11883,2	24,2	15538,0	22,8	13472,7	30,5	113,4
Жири та олії тваринного або рослинного походження	5746,9	11,7	7037,2	10,3	5948,6	13,5	103,5
Інші товари	30373,5	61,7	44151,9	64,9	23242,5	52,7	76,5

РАЗОМ	49191,8	100,0	68072,3	100,0	44135,6	100,0	89,7
-------	---------	-------	---------	-------	---------	-------	------

Джерело: розраховано на основі [26]

Згідно аналітичних даних таблиці 2.2 бачимо, що протягом досліджуваного періоду, починаючи з 2020 року до 2022 року включно експорт усіх видів аграрної продукції зріс. У той час як загальний експорт вітчизняних товарів зменшився на 10,3 %, що становить майже на 5 млрд дол США. Якщо ж врахувати ріст аграрного експорту, то усіх інших товарів було експортовано у 2022 році менше відносно 2020 року на 23,5 %. Загалом, частка продукції сільського господарства в національному експорті досягла 47,3 % у 2022 році, в той час як у 2021 році це показник становив лише 35,1 %. Проте, в абсолютних величинах аграрний експорт під впливом великої війни знизився майже на 4 млрд дол США.

Протягом трьох крайніх років суттєво зріс обсяг експорту продуктів тваринного походження. Слід відмітити, що на цей експорт зростав стабільно протягом усіх років і навіть у 2022 році відносно 2021 року відбулось зростання на майже 130 млн дол США. У той же час попри те, що експорт продуктів рослинного походження у 2022 році досяг рівня понад 30 % в загальній структурі вітчизняного експорту, проте у 2022 році абсолютні показники експорту рослинницької продукції знизились, насамперед це спричинено блокуванням і руйнуванням портової інфраструктури на Чорному морі.

Зростаючий попит на високоякісні та екологічно чисті продукти свідчить про потенційні можливості для розширення обсягів експорту. Одночасно з цим, виклики, такі як зміни в споживчих уподобаннях, регуляторні аспекти та конкуренція на світовому ринку, створюють необхідність для глибокого аналізу та стратегічного планування для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності українського експорту тваринницької продукції.

Таким чином, у 2022 році Україна попри кризові явища продовжувала утримувати свою позицію на світовому ринку

тваринницької продукції, визначаючи та формуючи структуру експорту відповідно до глобальних тенденцій та внутрішніх факторів. Слід відзначити, що протягом останніх років структура експорту тваринницької продукції з України в основному була сталою.

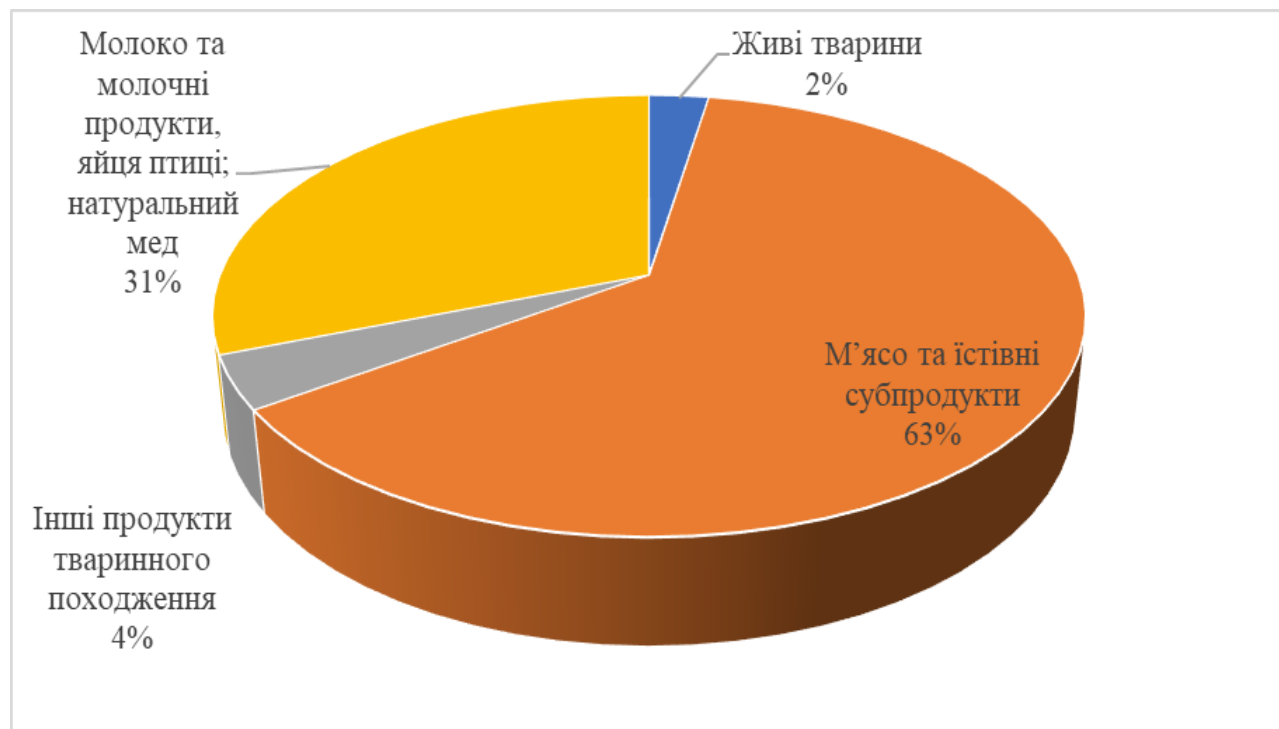


Рис. 2.1. Структура експорту тваринницької продукції з України у 2022 році

Джерело: розраховано на основі [26]

Отже, як бачимо на рис.2.1. найбільшу частку в структурі експорту тваринницької продукції займає м'ясо та їстівні субпродукти, що становить 63 %. На другому місці, що становить майже третину в експорті тваринницької продукції становлять молоко та молочні продукти. При тому до цієї категорії також відносять яйця птиці та мед. Варто відзначити, що в останні роки Україна суттєво наростила експорт меду до Європейського Союзу. Не суттєву частку в експорті займають живі тварини.

Протягом останніх років Україна продовжує займати важливе місце на світовому експортному ринку рослинницької продукції. Результати експортної діяльності в цьому секторі вражають своєю різноманітністю та

динамікою. Щоб краще зрозуміти структуру експорту українських рослинницьких товарів, слід розглянути ключові аспекти, такі як головні категорії продукції, основні напрямки постачань, та фактори, які визначають успішність цього важливого галузевого сегмента економіки. Поглиблене дослідження структури експорту рослинницької продукції з України у 2022 році свідчить про переважання окремих видів вітчизняної продукції на міжнародних ринках.

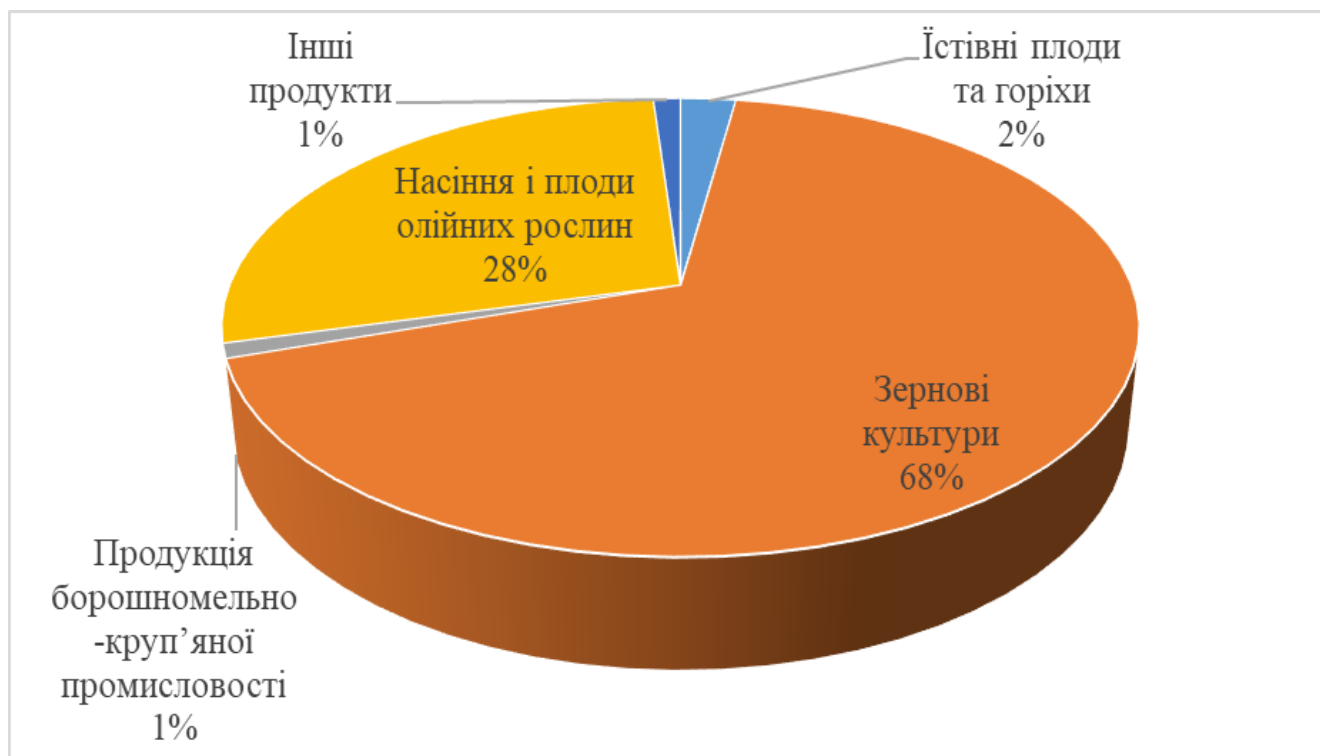


Рис. 2.2. Структура експорту рослинницької продукції з України у 2022 році

Джерело: розраховано на основі [26]

Як нами аналізувалось вище рослинницька продукція в структурі вітчизняного експорту займає значну частку, яка суттєво виросла у зв'язку із російсько-українською війною. Попри блокування експорту зернових через Чорноморські шляхи у 2022 році у структурі продуктів рослинного походження їх частка становить 68 %. Тобто фактично частково вдалось переорієнтувати канали реалізації зерна з України за кордон. На жаль, оцінка структури експорту рослинницької продукції свідчить про сировинний характер цього експорту, оскільки продуктів переробки

експортується лише близько 1% серед загального експорту продукції рослинного походження.

На сьогодні сільське господарство визначається не тільки своєю важливою роллю у задоволенні продовольчих потреб населення, але й своїм значущим внеском у міжнародну торгівлю. При цьому розмір сільськогосподарських підприємств визначає їхню спроможність здійснювати експортну діяльність. Дослідження взаємозалежності між обсягом експорту та розмірами сільськогосподарських підприємств стає ключовим елементом для розуміння факторів, що впливають на експортну активність цього сектору. Можна використовувати різні критерії визначення розмірів підприємства, одним із найпоширеніших є показник чисельності працівників (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Взаємозалежність обсягу експорту від розмірів сільськогосподарських підприємств у 2020 та 2022 роках

Розмір підприємства за кількістю працівників	Роки	Кількість підприємств	Експорт товарів		У середньому на 1 підприємство, млн дол США
			Обсяг, млн дол США	Структура, %	
До 9 осіб	2020	426	269,1	7,6	0,63
	2022	738	257,8	6	0,35
10-49 осіб	2020	608	497,0	14,1	0,82
	2022	1101	826	19,3	0,75
50-249 осіб	2020	627	890,7	25,3	1,42
	2022	656	1268,2	29,6	1,93
250 осіб і більше	2020	174	1799,4	51,1	10,34
	2022	145	1757,8	41,1	12,12
Разом	2020	1835	3456,2	98,1	1,88
	2022	2640	4109,8	96	1,56

Джерело: розраховано на основі [11]

Аналіз взаємозалежності показників обсягу експорту продукції від розмірів сільськогосподарських підприємств свідчить, що роль малих (до 9 працівників) і великих (понад 250 працівників) підприємств у 2022 році зменшилась відносно 2020 року. Так якщо в загальній структурі експорту сільськогосподарської продукції малі підприємства у 2020 році займали частку 7,7 %, що в абсолютних величинах становило майже 270 млн дол США, то у 2022 році це показник знизився до рівня 6% (257,8 млн дол США). Подібна закономірність спостерігалась і у сегменті великих підприємств. Зворотні тенденції бачимо у сільськогосподарських підприємствах чисельність працівників яких становить 10-49 осіб та 50-250 осіб. У загальній частці експорту їх вага зросла на 5,2 % та 4,3 %, відповідно. Ґрунтовний аналіз цих даних свідчить, що це відбулось в основному за рахунок суттєвого збільшення чисельності суб'єктів господарювання, які мають такі розміри і у 2022 році розпочали експортні операції, чого раніше не здійснювали. Особливо суттєвим було збільшення кількості аграрних підприємств що розпочали експортні операції у сегменті підприємств, розмір яких за чисельністю працюючих становить 10-49 працівників. Так, якщо в 2020 році серед таких господарюючих суб'єктів здійснювали експорт 608 підприємств України, то у 2022 році, попри частину з таких підприємств, які були на територіях окупованих російською федерацією загальна їх чисельність, що здійснювали експорт виробленої продукції досягла 1101 підприємство.

Таким чином, оцінка експортного потенціалу аграрного сектору економіки України є складним та багатоплановим завданням, яке вимагає аналізу численних факторів. Врахування світових тенденцій, конкурентоспроможності продукції, розвитку інфраструктури, торговельних угод та управління ризиками є ключовими компонентами успішної стратегії розвитку аграрного експорту. Оцінка повинна бути системною та враховувати динаміку змін у світовій економіці та торгівлі. Що стосується вітчизняного експорту продовольчої продукції, то бачимо поступове зростання ролі аграрного сектору економіки України у

формуванні експортного потенціалу країни. Слід відзначити, що повномасштабне вторгнення російської федерації не зменшило ролі продовольчого експорту України.

2.2. Аналіз виробничого та ресурсного потенціалу ТОВ «МХП-Баффало»

У контексті стрімкого розвитку аграрного сектору економіки України, аналіз виробничого та ресурсного потенціалу окремих господарюючих суб'єктів стає важливим етапом для визначення їхньої конкурентоспроможності та перспектив подальшого зростання як окремих підприємств так і галузі загалом. Саме тому зосередимося на товаристві з обмеженою відповідальністю "МХП-Баффало" Луцького району Волинської області та проведемо ґрунтовний аналіз його виробничих можливостей та ресурсного базису. Аналіз виробничого та ресурсного потенціалу ТОВ "МХП-Баффало" допоможе нам отримати вичерпний образ компанії та визначити можливі шляхи для її оптимізації та розвитку в майбутньому, зокрема і для формування експортної стратегії товариства.

Отже, ТОВ «Баффало» було засновано у 2006 році і з 2007 року воно увійшло до складу провідного виробника м'яса птиці у Європі з одним із найпотужніших продуктових брендів України ПрАТ «МХП». Основним напрямком діяльності підприємства визначено м'ясне тваринництво.

Товариство в основному вирощує, відгодовує, а також продає велику рогату худобу різних порід, зокрема: абердин-ангуську, волинську м'ясну, лімузин, симентальську м'ясну, шароле, герефордську. Із 2009 року ТОВ «МХП-Баффало» – отримало статус племінного заводу із розведення великої рогатої худоби порід абердин та волинської м'ясної. Із 2016 року товариство стало племінним репродуктором із розведення ВРХ породи лімузин, а із 2017 року – із розведення великої рогатої худоби порід герефорд, симентал та шароле.

Крім того, товариство з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» займається виробництвом рослинницької продукції, яка в основному використовується для годівлі великої рогатої худоби.

Потужності досліджуваного підприємства зосереджено на території Волинській області, зокрема землі орендуються у Луцькому, Ковельському та Камінь-Каширському районах. При тому основні потужності розміщено у с. Старосілля Колківської територіальної громади Луцького району Волинської області.

До складу досліджуваного товариства входять:

- відгодівельний комплекс;
- ділянка вирощування молодняка, зокрема, для вирощування телиць, яка розміщена у с. Нічогівка;
- чотири тваринницькі ділянки.

Загальний парк техніки станом на 2023 рік нараховує близько 300 одиниць основних засобів. Цей парк включає: 30 тракторів, 37 легкових автомобілів, 227 — комбайнів, сівалок, плугів, навантажувачів, пресів та іншої причіпної техніки. Підприємство має також власні потужності для зберігання зернової продукції.

Товариство «МХП-Баффало» стало одним із значних платників податків у регіоні, так у 2021 році податкові відрахування в місцеві та районні бюджети склали понад 18,3 млн грн. Зокрема, до бюджету Колківської громади, на території якої в основному проводить свою діяльність товариство було сплачено майже 7 млн грн, з яких податок на доходи фізичних осіб склав 4 171,7 тис грн.

Управління земельними ресурсами в аграрному секторі економіки є важливим елементом стратегічного планування та розвитку сільськогосподарських підприємств. У цьому контексті, аналіз динаміки складу земельних ресурсів є важливим етапом щодо визначення ефективності використання землі та розкриття можливостей оптимізації її використання. Попри того, що досліджуване товариство має вирощування ВРХ як основний напрям діяльності, проте з'ясування тенденцій у

розподілі земельних ресурсів, ідентифікації зон збільшення або зменшення площі земель, а також розуміння стратегічних кроків підприємства щодо управління цим важливим ресурсом є надзвичайно важливим.

Таблиця 2.4

**Динаміка складу земельних ресурсів у ТОВ «МХП-Баффало»
Луцького району Волинської області**

Угіддя	2020 рік		2021 рік		2022 рік		2022 р. до 2020 р., %
	Площа, га	Струк- тура, %	Площа, га	Струк- тура, %	Площа, га	Струк- тура, %	
Сільськогоспо- дарські угіддя	6846	100,0	7150	100	7182	100,0	104,9
в т. ч. рілля	1956	28,6	2006	28,1	2058	28,7	105,2
сінокоси	1443	21,1	1554	21,7	1558	21,7	108,0
пасовища	3447	50,4	3590	50,2	3566	49,7	103,5

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Аналіз даних табл. 2.4 свідчить про те, що фактично за останні три роки обсяги землекористування змінився несуттєво. Загальне землекористування протягом досліджуваного періоду збільшилось лише на 4,9 %, що в абсолютних величинах становить + 336 га. Враховуючи специфіку виробництва і спеціалізацію ТОВ «МХП-Баффало» загальна структура землекористування є особливою, адже значну частку земель займають пасовища, оскільки у товаристві налагоджено систему випасу м'ясних порід ВРХ. Зазначимо, що і кількість ріллі у підприємстві збільшується у зв'язку з необхідністю посилення власної кормової бази та зменшення залежності від покупних кормів.

Надзвичайно важливе місце у діяльності будь-якого аграрного підприємства займає стан його матеріально-технічної бази. Її стан та якість дає можливість здійснювати виробництво продукції на інноваційній, а

відповідно, конкурентній, основі. У таблиці 2.5 наведено дані щодо структури основних фондів ТОВ «МХП-Баффало».

Таблиця 2.5

Структура основних фондів ТОВ «МХП-Баффало»

(на кінець звітного року), %

Показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Основні фонди сільськогосподарського призначення:	68,7	68,5	67,9
в т.ч. рослинництво	31,2	31,1	31,1
тваринництво	47,5	47,4	46,8
Виробничі фонди не с.-г. призначення	2,3	2,4	2,8
Невиробничі основні засоби	19,0	19,1	19,3
Всього основних фондів	100	100	100

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Аналізуючи дані таблиці 2.2 можна побачити, що основні фонди галузі рослинництва ТОВ «МХП-Баффало» займали у 2022 році 31,1 %, а тваринництвава, 46,8 %, відповідно, що спричинено спеціалізацією виробництва та важливістю тваринницької галузі у досліджуваному підприємстві.

Використання основних виробничих фондів аграрних підприємств характеризується системою показників. Основними вартісними показниками використання основних фондів є фондвіддача та фондомісткість. Фондовіддача показує, скільки одержано валової продукції у вартісному виразі на одиницю вартості основних виробничих фондів і визначається діленням валової продукції на середньорічну вартість основних фондів сільськогосподарського призначення. Фондомісткість є оберненим показником до фондвіддачі. Вона показує, скільки основних засобів у вартісній оцінці було використано на виробництво одиниці продукції. Якщо фондвіддача повинна мати

тенденцію до підвищення, то фондомісткість – зниження, оскільки вони перебувають в оберненій залежності.

Показники використання основних та оборотних фондів ТОВ «МХП-Баффало» наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Показники використання основних та оборотних фондів ТОВ «МХП-Баффало»

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р., %
	2020	2021	2022	
Фондовіддача	0,67	0,69	0,58	86,6
Фондомісткість	1,49	1,43	1,72	115,4
Норма прибутку	9,2	8,6	5,0	54,3
Коефіцієнт оборотності	0,7	0,8	0,9	128,6

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Аналізуючи дані таблиці 2.6 бачимо, що ефективність використання основних фондів у 2022 році порівняно із 2020 роком поступово знижується. Так, фондівіддача скоротилася на 13,4 %, а фондомісткість зросла на 15,4 %. Що стосується оборотних фондів, то норма прибутку знизилася на 55,7%, а коефіцієнт оборотності виріс на 28,6 %.

За сучасних умов, поряд із виробничими ресурсами, важливу роль відіграють трудові ресурси підприємства. Їх віковий склад, рівень освіти, кваліфікації та компетентності визначають і прямо впливають на інші важливі показники соціально-економічного розвитку сільськогосподарського підприємства. У табл. 2.7 наведено динаміку трудових ресурсів досліджуваного підприємства у 2020-2022 рр.

Таблиця 2.7

Динаміка трудових ресурсів у ТОВ «МХП-Баффало», осіб

Показники	Роки			2022 р. до 2020 р., %
	2020	2021	2022	
Середньорічна чисельність працівників	144	157	162	112,5
у т.ч.: в рослинництві	31	33	33	106,5
в тваринництві	113	124	129	114,2

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Як видно з таблиці 2.7, середньорічна чисельність працівників у 2022 р. в порівнянні з 2020 р., попри суттєві кризові явища в економіці України спричинені великою війною зросла на 12,5 %. І навіть у 2022 році відносно 2021 року відбулось, нехай не суттєве, проте зростання, що свідчить про значну соціальну відповідальність менеджменту досліджуваного товариства та правильно організовану виробничо-господарську діяльність.

Таким чином, аналіз виробничого та ресурсного потенціалу ТОВ "МХП-Баффало" визначається комплексним поглядом на досліджуване підприємство. На підставі отриманих даних можна визначити, що виробничий потенціал підприємства дозволяє забезпечувати стабільну виробничу діяльність та конкурентоспроможність на ринку. Ресурсний потенціал, зокрема людські та матеріальні ресурси, сприяє підтримці ефективного функціонування підприємства в стабільних умовах, а також в кризових умовах повномасштабної російсько-української війни. У результаті аналізу можна визначити сильні сторони та можливості, які доцільно максимально використовувати для розвитку виробничої діяльності. Також ідентифікуються слабкі сторони та загрози, на які слід звернути увагу при розробці стратегії подальшого розвитку підприємства та його експортної діяльності.

2.3. Стан виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства

У контексті розвитку сучасного аграрного сектору економіки, динамічного розвитку технологій та постійних змін на світовому ринку, аналіз стану виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції окремими господарюючими суб'єктами є надзвичайно важливим елементом стратегічного управління підприємством. Сучасні вимоги до якості продукції, стійкості до зовнішніх факторів та конкурентоспроможності визначають необхідність системного вивчення різних аспектів функціонування сільськогосподарських підприємств. У цьому контексті дослідження стану виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції обґрунтовується необхідністю визначення ключових факторів, що впливають на ефективність діяльності сільськогосподарського підприємства, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони виробничих процесів, визначити можливості для оптимізації та підвищення продуктивності, а також здійснити перспективну оцінку ринку для успішної реалізації сільськогосподарської продукції.

Враховуючи, що досліджуване підприємство ТОВ «МХП-Баффало» спеціалізується на вирощуванні м'ясних порід ВРХ, тому проаналізуємо один із важливих показників стану вирощування поголів'я (рис. 2.3)

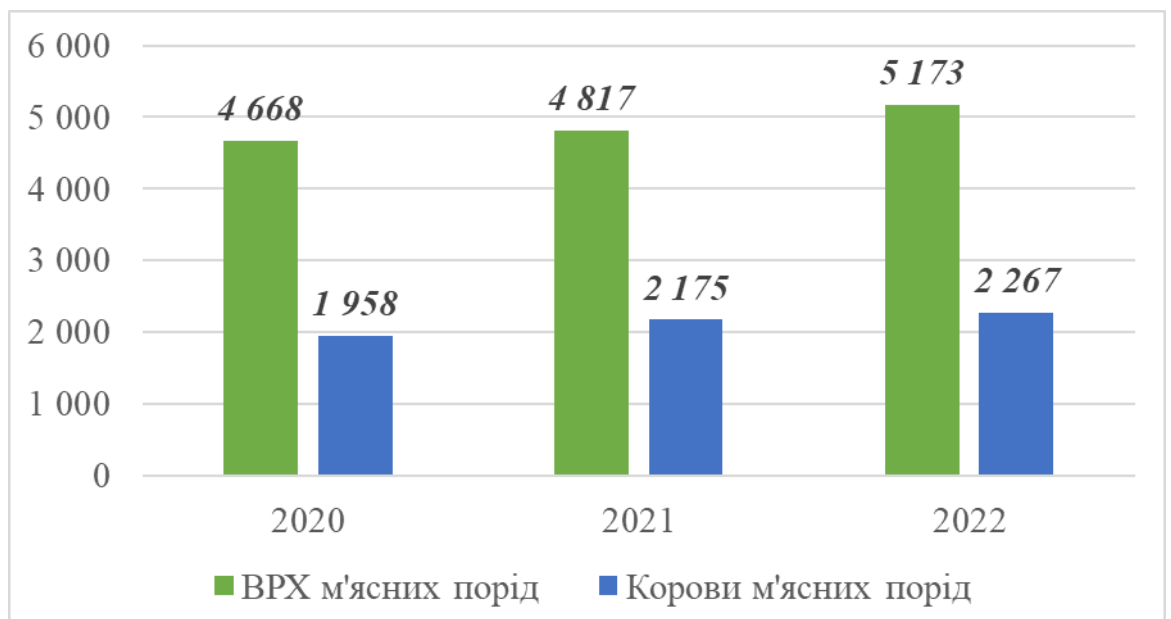


Рис. 2.3. Динаміка поголів'я ВРХ у товаристві з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», гол

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Наведені дані свідчать, що у досліджуваному аграрному підприємстві протягом 2020 – 2022 років нарощувалось загальне поголів'я м'ясних порід ВРХ, в тому числі і корів. Зокрема, за цей період на понад 10 % зросло поголів'я. До речі відзначимо, що попри повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року динаміка росту поголів'я у ТОВ «МХП-Баффало» зберіглась, що свідчить про правильно побудований менеджмент на підприємстві та достатній рівень конкурентоздатності продукції.

В контексті сільськогосподарського виробництва, важливим є не лише врахування кількості вирощених тварин, але й детальний аналіз динаміки фактичного приросту та нагулу тварин, що є ключовим показником для розкриття та розуміння цього процесу. Саме тому важливим є вивчення динаміки вирощування ВРХ і впливу приросту та нагулу на загальний обсяг виробництва продукції.

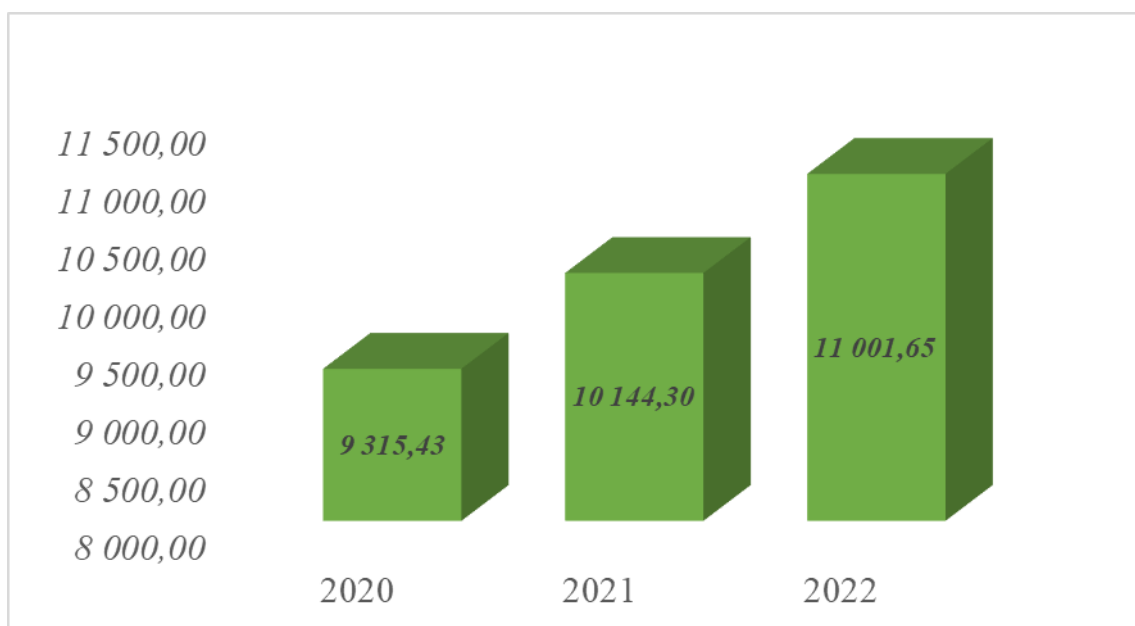


Рис. 2.4. Динаміка вирощування ВРХ від приросту та нагулу у ТОВ «МХП-Баффало», цнт

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Згідно даних оперативної статистичної звітності товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» бачимо, що щорічно до 2022 року відбувається значний приріст ВРХ. Слід відзначити, що якщо поголів'я протягом двох років зросло на близько 10 %, то при тому приріст ВРХ щорічно збільшується на 10 %, що свідчить про достатній рівень ефективності виробництва м'яса.

Собівартість реалізованої продукції є важливим показником ефективності виробництва та конкурентоспроможності підприємства, загалом. Оцінка динаміки цього показника в умовах досліджуваного ТОВ «МХП-Баффало» є важливим при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень та планування виробничої та збутової стратегій. Аналіз динаміки собівартості реалізованої продукції та її вплив на фінансові результати сприяє виявленню тенденцій, факторів та визначників змін у собівартості готової продукції виготовленої на підприємстві.

Таблиця 2.8

Динаміка собівартості реалізованої продукції у ТОВ «МХП-Баффало»
Луцького району Волинської області, тис грн

Продукція	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. до 2020 р.,
Пшениця	2324,1	10055,9	373,1	16,1
Кукурудза на зерно	5273,1	-	2,7	0,1
Жито	32,9	122,1	-	-
Боби сої	256,9	3582,3	33308,0	12965,4
Насіння ріпаку	9979,2	5639,9	-	-
Насіння соняшнику	10237,6	9684,1	6036,1	59,0
Жива маса приросту ВРХ	49523,1	50434,4	54992,5	111,0

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Наведені дані таблиці 2.8. свідчать, що загалом собівартість за певними видами продукції суттєво зростає. В той же час бачимо, що рослинницька продукція для ТОВ «Баффало» не має стратегічного значення, а тому її вирощуванням системно і на постійній основі не займаються. Саме тому є суттєві коливання у сумі витрачених коштів для вирощування того чи іншого продукту рослинництва. Більш-менш стабільно протягом трьох досліджуваних років у сільськогосподарському підприємстві займаються вирощуванням сої, собівартість вирощування якої з 2020 року до 2022 року зросла майже у 130 разів. Наведені дані підтверджують, що підприємство системно і постійно нарощує обсяги виробництва м'яса, поступово збільшуючи суму виробничої собівартості живої маси приросту ВРХ.

Важливим у стратегічному управлінні підприємством та формуванні його конкурентоспроможності на ринку є аналіз структури реалізованої продукції. Саме тому, нами здійснено оцінку динаміки структури реалізованої продукції товариством з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», що є фаховим інструментом для ґрунтового аналізу та підготовки висновків, які спрямовані на оптимізацію виробничих процесів, а також підвищення ефективності та адаптації до трансформацій споживчого попиту (табл. 2.5).

Таблиця 2.9

Динаміка структури реалізованої продукції у ТОВ «МХП-Баффало»
Луцького району Волинської області

Рік	Показник	Одиниця виміру	Зернові	Олійні	ВРХ (живі)	Разом
2020	Вартість	млн грн	27,1	31,4	41,5	100
		%	27,1	31,4	41,5	100
	Кількість	тис цнт	59,4	34,2	7,2	-
2021	Вартість	млн грн	20,1	38,6	56,6	115,4
		%	17,4	33,4	49,2	100

	Кількість	тис цнт	38	32,7	8,4	-
2022	Вартість	млн грн	2	39,6	64,8	106,4
		%	1,9	37,2	60,9	100
	Кількість	тис цнт	3,4	31,8	9,1	-
2022 р до 2020 р, %	Вартість	%	7,4	126,1	156,1	106,4
	Кількість	%	5,7	93,0	126,4	-

Джерело: розраховано на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Наведені дані свідчать, що зернові та зернобобові культури у структурі реалізованої продукції ТОВ «МХП-Баффало» поступово зменшується і в 2022 році становила менше 2 %. У той же час обсяги реалізованої живої ваги ВРХ поступово зростають і у 2022 році становили майже 65 млн грн, що становить 61 % від реалізованої продукції. Протягом досліджуваного періоду як у вартісному вираженні так і в абсолютних показниках кількість реалізованих зернових була суттєво зменшена. При тому олійних культур підприємство реалізувало менше, проте, завдяки збільшенню ціни сума отриманих коштів від цієї товарної групи зросла на 26,1 %.

Досить позитивними є показники виробництва та реалізації м'яса ВРХ, оскільки в абсолютних величинах його реалізовано протягом трьох років більше на 26,4 %, що становить + 1,9 тис цнт. А за рахунок зростання ціни на м'ясо ВРХ сума виручки від його реалізації за цей період зросла на 56,1 %, що в гривневому вираженні становить + 23,3 млн грн.

Таким чином, проаналізувавши виробничі процеси, нами визначено сильні сторони, що сприяють стабільності виробництва та забезпеченні достатнього рівня якості продукції. Зазначимо, що виробництво та реалізація сільськогосподарської продукції є достатньо складним та динамічним процесом, який вимагає постійного вдосконалення та

гнучкості як реакція на мінливі умови ринку. Поглиблений аналіз, свідчить, що досліджуване підприємство не лише формально, а й фактично скеровує свою діяльність на поглиблення спеціалізації, яка базується на вирощуванні м'ясних порід ВРХ. Це в свою чергу забезпечує стабільному нарощуванню виробленої продукції та, як результат збільшенню виручки від реалізації, не зважаючи на кризові явища в економіці, які спричинені повномасштабним вторгненням російської федерації у 2022 році. Це надає підґрунтя для розробки стратегічних рішень та покращення ефективності діяльності ТОВ "МХП-Баффало" в сфері виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції загалом, та м'ясної продукції, зокрема.

2.3. Оцінка та виклики експортної діяльності ТОВ «МХП-Баффало»

За умов глобалізації економіки експортна діяльність стає важливим аспектом стратегічного розвитку підприємств, особливо це актуально для господарюючих суб'єктів аграрного сектору. Досліджуване товариство з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», як суб'єкт сільськогосподарського сектору, активно здійснює розведення високопродуктивних м'ясних порід ВРХ, завдяки чому отримує якісну та конкурентоздатну продукцію, яка реалізовується в основному на міжнародних ринках.

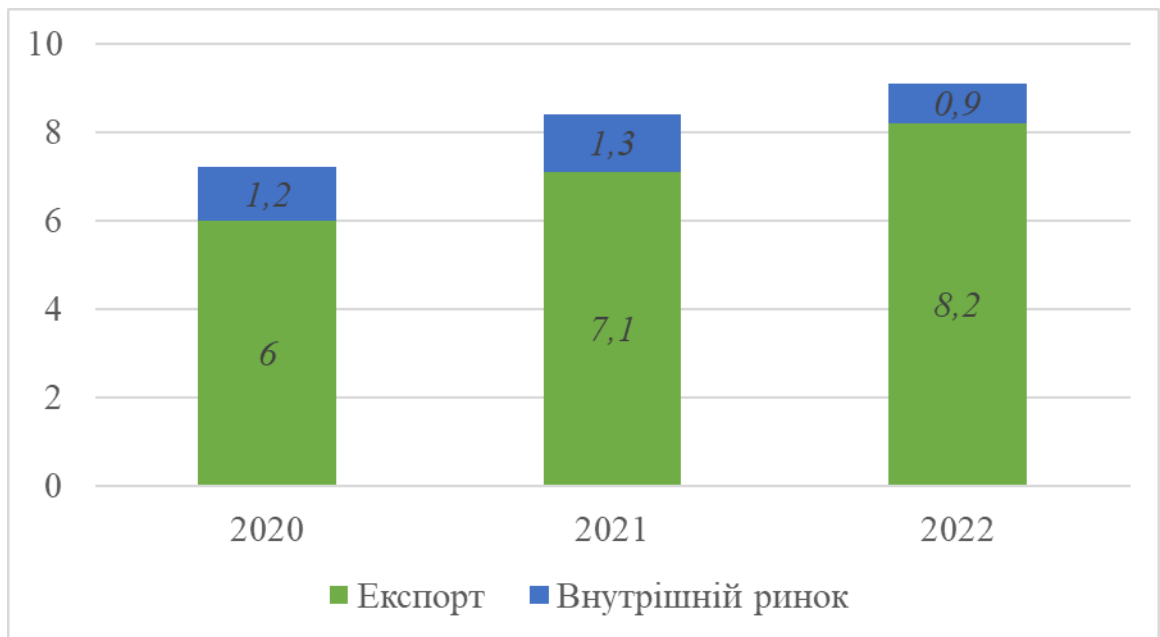


Рис. 2.5. Динаміка реалізації м'яса ВРХ товариством з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», тис цнт

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Згідно наведених даних рисунку 2.5. бачимо, що загалом протягом досліджуваного 2020-2022 років зростають абсолютні показники реалізації м'яса ВРХ товариством з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало». Це відбувається в основному за рахунок збільшення експорту продукції. Зазначимо, що за вказаний період відбулось збільшення реалізації м'яса ВРХ за кордон у кількості + 2,2 тис цнт. У той же час у кризовому 2022 році, насамперед під впливом російсько-української війни і, як наслідок, зменшенням внутрішнього ринку реалізація м'яса ВРХ на вітчизняному ринку суттєво зменшилась і становила близько 10 % від загальних обсягів реалізації.

При аналізі експорту продукції обов'язковим є врахування географії її реалізації. Саме тому вважаємо за важливе здійснити оцінку структури експорту м'яса ВРХ у звітному 2022 році. Цей аналітичний інструмент не лише сформулює конкретні числові дані, але й надасть можливість провести ґрунтовний аналіз різноманітності розподілу готової продукції на різноманітних міжнародних ринках збуту.

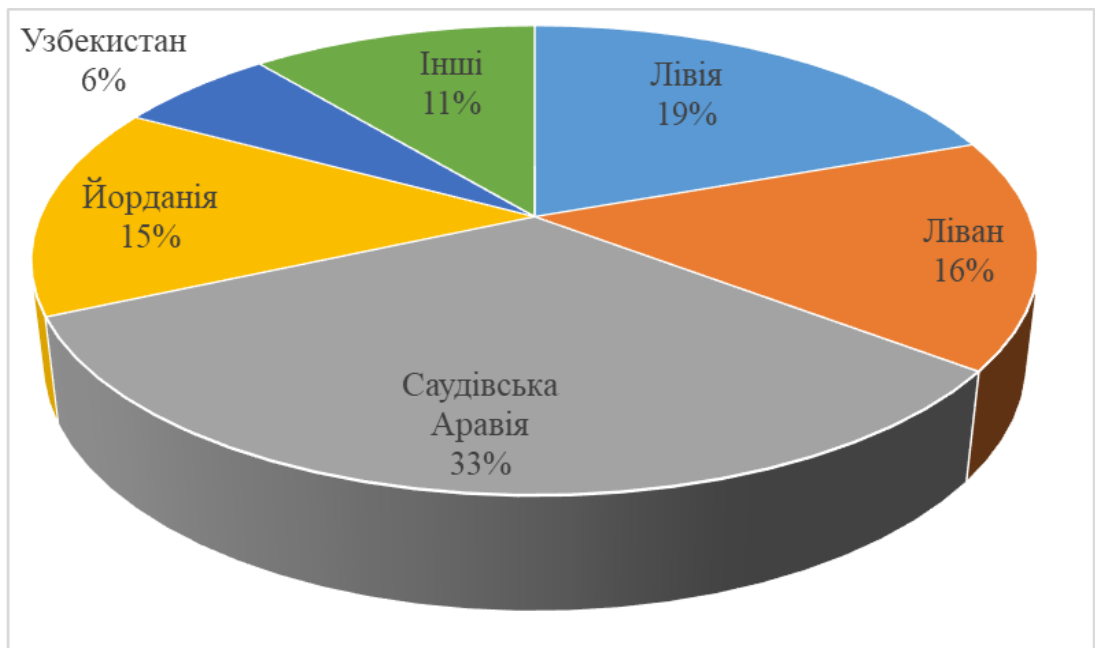


Рис. 2.6. Структура експорту м'яса ВРХ товариством з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» у 2022 році, %

Джерело: розрахованого на основі оперативної статистичної звітності ТОВ «МХП-Баффало»

Як свідчать дані рисунку 2.6. головними споживачами м'ясної продукції продукуюваної товариством з обмеженої відповідальності «МХП-Баффало» є контрагенти із Саудівської Аравії, що становить 33 % від загального експорту продукції. Також значну частку готової продукції експортується до Йорданії, Лівії та Лівану. В останній час досліджуване підприємство відкрило нові ринки збуту, зокрема Узбекистан, куди реалізовується м'ясо ВРХ, та Молдова, як новий ринок нетелів вирощених товариством.

У цьому контексті зазначимо, що детальніший аналіз проблем та викликів, які виникають у ході експортної діяльності ТОВ «МХП-Баффало» свідчить про чимало факторів, які стимулюють експортну діяльність товариства. Деталізація цих факторів, дозволить виявити оптимальні стратегії подолання труднощів та розробити конкретні рекомендації щодо покращення експортної діяльності ТОВ «МХП-Баффало».

Фактори, що стимулюють експортну діяльність ТОВ «МХП-Баффало»

Внутрішні	Зовнішні
Активні	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Реалізація ефекту масштабу ✓ Зацікавленість керівництва ✓ Продукція особливої якості ✓ Володіння конкурентною перевагою ✓ Можливість отримання додаткового прибутку ✓ Необхідність досягнення зростання підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Заохочення з боку іноземних агентів ✓ Виявлення привабливих можливостей за кордоном ✓ Володіння специфічною інформацією про зовнішній ринок ✓ Підтримка (заохочення) з боку держави ✓ Контакти на ярмарках, виставках, торгових місіях
Пасивні	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Балансування сезонних продажів ✓ Скорочення невикористаних виробничих потужностей ✓ Скорочення продажів на внутрішньому ринку ✓ Диверсифікація бізнес-ризиків 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Поглинання експорту внутрішніми конкурентами ✓ Рівень конкуренції на внутрішньому ринку ✓ Сприятливий обмінний курс ✓ Насиченість (звуження) внутрішнього ринку

Джерело: власні узагальнення

Експортна діяльність будь-якого підприємства передбачає ряд складнощів та перешкод, особливо у сучасному глобалізованому економічному середовищі. Для досліджуваного товариства "МХП «Баффало»", яке активно здійснює діяльність на міжнародних ринках, важливо ретельно обумовити та зрозуміти ці бар'єри. Саме тому важливим є формулювання структурованого огляду основних труднощів, які виникають у процесі експортної діяльності. Розгляд цих бар'єрів дозволяє здійснити ґрунтовний аналіз внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на успішність експортних операцій. Визначення та розуміння

цих труднощів є важливим етапом щодо розробки ефективних експортних стратегій.

Таблиця 2.11

Бар'єри здійснення та ведення експортної діяльності ТОВ «МХП
«Баффало»

<i>Сфера активного впливу компанії</i>	<i>Сфера, виключена з-під активного впливу компанії</i>
I. Отримання інформації (про зовнішні ринки, пошук надійних партнерів і т.д.) II. Функціонування підприємства (фінансовий стан, ресурси тощо) III. Товар та його ціна, дистрибуція та просування на зовнішніх ринках	I. Процесуальні вимоги та норми II. Тарифні бар'єри III. Економічна ситуація IV. Конкуренція та специфіка цільового ринку V. Система підтримки експорту, наприклад, державними установами

Джерело: власні узагальнення

Таким чином, експорт продукції ТОВ «МХП-Баффало» є перспективним та стратегічно важливим напрямком розвитку цього підприємства. Загалом протягом досліджуваного періоду товариством нарощується експорт продукції. Переважно м'ясо ВРХ реалізовується у арабських країнах. Проте, нами визначено ряд факторів, які ускладнюють реалізацію експортних планів. До них варто віднести: тарифні бар'єри, регуляторні обмеження, вимоги стандартів різних ринків тощо. Для досягнення успіху у світовому експорті доцільно активно працювати над оптимізацією логістичних процесів, дотриманням міжнародних стандартів та ретельною адаптацією до особливостей ринків різних країн. Тому важливою є системна робота над визначенням пріоритетних напрямків вдосконалення та розвитку, а також планування стратегій, спрямованих на збільшення ефективності експортної діяльності та забезпечення сталого росту товариства на міжнародних ринках.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МХП БАФФАЛО»

3.1. Формування маркетингових стратегій для експорту сільськогосподарської продукції

Сільське господарство є важливим сектором багатьох економік, і експорт сільськогосподарської продукції на зовнішні ринки є важливою складовою міжнародної торгівлі. Однак конкурентна боротьба на цих ринках стає все більшою і суттєвою частиною стратегії підприємств. Для досягнення успіху на зовнішніх ринках сільськогосподарська продукція повинна бути готовою відповідати вимогам конкурентного середовища. Це середовище на зовнішніх ринках сільськогосподарської продукції включає в себе комплекс факторів, які визначають конкурентні умови на відповідному ринку. Ці фактори можуть бути як внутрішніми (наприклад, конкуренція від інших сільськогосподарських підприємств) так і зовнішніми (рівень попиту на продукцію на міжнародних ринках).

Під час розробки маркетингових стратегій для сільськогосподарських підприємств, враховуючи їхній тип розвитку, доцільно розглядати три взаємопов'язані завдання (рис. 3.1.).

Що стосується розроблення маркетингових стратегій для товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», то це стає ключовим етапом стратегічного планування та підвищення конкурентоспроможності компанії на міжнародних ринках. Цей інструмент визначає основні виклики та завдання, які виникають перед відділом, який відповідає за збут у забезпеченні успішного позиціонування м'ясної продукції, яка виготовляється на підприємстві. Зазначимо, що розробка ефективних маркетингових стратегій визначається низкою стратегічних цілей. Серед них визначення унікальності продукції, вивчення потреб та вимог цільової споживчої аудиторії, а також аналіз конкурентного середовища.



Рис. 3.1. Завдання розроблення маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [5, с. 50]

Важливо підкреслити, що ефективні маркетингові стратегії повинні враховувати динаміку ринкових тенденцій та забезпечувати гнучкість у відповіді на зміни в споживчих уподобаннях та конкурентному середовищі. Розробка маркетингових стратегій для ТОВ «МХП-Баффало» вимагає системного підходу, детального аналізу та врахування різноманітних факторів. Основним завданням є створення інтегрованої стратегії, що сприятиме збільшенню пізнаваності бренду, розширенню ринків збуту та забезпеченню стабільного зростання компанії в умовах сучасного бізнес-середовища.

Для вивчення конкурентного середовища на зовнішніх ринках сільськогосподарської продукції використовуються різні методи та підходи. До них включають:

- аналіз ринкових досліджень: дослідження ринкових даних та аналіз трендів на міжнародних ринках допомагають зрозуміти попит на продукцію та конкурентну ситуацію;

- SWOT-аналіз: оцінка сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз, що виникають з конкурентного оточення;
- аналіз конкурентів: Вивчення діяльності та стратегій конкурентів на міжнародних ринках.

Конкурентне середовище суттєво впливає на сільськогосподарські підприємства, особливо такі як досліджуване товариство, яке значну частку виготовленої продукції експортує. Воно формує умови для прийняття стратегічних рішень, визначає конкурентні переваги та ризики. Розуміння цього впливу допомагає підприємствам адаптуватися до змін на ринку та розвиватися.

Вивчення конкурентного середовища на зовнішніх ринках сільськогосподарської продукції є важливим завданням для досягнення успіху та конкурентоспроможності підприємств у цій галузі. Аналіз конкурентної ситуації допомагає виявити можливості для розвитку та уникнення загроз, що виникають на зовнішніх ринках. Для сільськогосподарських підприємств це стає важливим інструментом стратегічного управління та досягнення стійкого успіху на міжнародних ринках.

Для досягнення успіху на ринку сільськогосподарської продукції, підприємства та організації повинні визначити свою цільову аудиторію та ретельно дослідити її потреби. Зазначимо, що цільова аудиторія – це група осіб, організацій або покупців, які мають потенційний інтерес у сільськогосподарській продукції і можуть стати клієнтами підприємства. Визначення цільової аудиторії передбачає ідентифікацію основних характеристик цих груп, таких як вік, стать, географічне розташування, соціальний статус та інші фактори.

Визначення потреб цільової аудиторії є критично важливим для розробки стратегії маркетингу та продажу сільськогосподарської продукції. Це дозволяє підприємствам створювати товари та послуги, які

відповідають потребам аудиторії, підвищувати рівень задоволеності клієнтів і збільшувати обсяги продажів.

Визначення цільової аудиторії та розуміння її потреб є важливими завданнями для підприємств та організацій, що працюють на ринку сільськогосподарської продукції. Це допомагає підприємствам адаптувати свою стратегію до вимог ринку, створювати цільові продукти та послуги, і підвищувати конкурентоспроможність. Дослідження та аналіз потреб цільової аудиторії є ключовими етапами для досягнення успіху на ринку сільськогосподарської продукції.

Підприємства сільського господарства і агробізнесу мають розробляти стратегії для своїх аграрних продуктів, які враховують місцеві ринкові умови, а якщо експортний продукт, то обов'язковим є врахування специфіки ринку у конкретній країні куди реалізовується продукт. Розробка стратегії м'яса та м'ясних продуктів є складним і багатоетапним процесом. Основні етапи включають:

- ✓ аналіз ринку: дослідження та аналіз місцевого та міжнародного ринку для визначення попиту, конкуренції та потенційних можливостей;
- ✓ визначення цілей та завдань: встановлення конкретних цілей і завдань для експортних продуктів товариства, таких як збільшення обсягів виробництва чи підвищення якості;
- ✓ стратегічне планування: розробка стратегії, яка включає в себе визначення основних напрямків діяльності, а також планування ресурсів та бюджету підприємства виходячи із реалій мінливого середовища.
- ✓ впровадження та контроль: реалізація стратегії та постійний моніторинг результатів діяльності та коригування сформованих стратегій за необхідності або при суттєвій трансформації середовища.

Сільськогосподарські продукти, зокрема, м'ясо та м'ясні продукти не можна розглядати у вакуумі. Вони повинні бути адаптовані до конкретних

умов, які можуть суттєво відрізнятись в різних регіонах, а особливо в різних країнах. Для досягнення успіху на міжнародному ринку сільськогосподарської продукції важливим є:

- ✓ врахування культурних та соціальних особливостей споживача в конкретній країні: смакові уподобання, традиції харчування та культурні звичаї можуть впливати на попит на аграрний продукт, що особливо важливо для різних видів м'яса;
- ✓ дотримання регуляторних вимог і стандартів, які запроваджено на міжнародному рівні, або в кожній окремій країні, оскільки різні країни можуть мати різні вимоги до якості та безпеки продукції;
- ✓ конкурувати з місцевими виробниками, або іншими експортерами, які присутні на конкретному ринку: розробка стратегії обов'язково має включати аналіз конкурентів та пошук переваг для конкурентної переваги.

Розробка стратегії сільськогосподарського продукту та його адаптація до місцевих ринкових умов є важливими завданнями для підприємств сільського господарства і аграрного бізнесу. Правильно розроблена стратегія допомагає досягнути успіху на ринку та забезпечує конкурентоспроможність продукту. Адаптація до місцевих умов дозволяє враховувати потреби та очікування місцевих споживачів, що є ключовим фактором для успішної реалізації продукції та потенційного розширення ринку збуту.

Сучасний світовий ринок продовольства є динамічним і вимагає від виробників та брендів не тільки високої якості продукції, але й ефективних рекламних та просувальних стратегій щодо залучення споживачів та виходу на нові ринки. Зазначимо, що конкуренція на зовнішніх ринках є суттєво більшою ніж на внутрішніх, а тому вдалий маркетинг стає дуже важливим для розширення збутової діяльності.

Враховуючи, що товариство з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» спеціалізується на виробництві м'яса і основну кількість готової продукції реалізовує на міжнародних ринках, то для досягнення

експортних стратегій у ньому доцільно використовувати різні маркетингові інструменти (таблиця 3.1.).

Таблиця 3.1.

Інструменти для реалізації маркетингової стратегій ТОВ «МХП-Баффало»

Інструмент	Обґрунтування
Локалізація рекламних матеріалів	рекламні кампанії повинні бути адаптовані до місцевих культурних, мовних та соціальних особливостей. Використання місцевих мов та символів може значно полегшити сприйняття реклами
Партнерство з місцевими брендами	Співпраця з відомими місцевими брендами або роздрібними мережами сприятиме підвищенню довіри споживачів і росту впізнаваності бренду
Використання цифрового маркетингу	Сучасні інтернет-технології надають можливості для точного націлювання аудиторії, використання соціальних медіа та створення інтерактивних кампаній
Сертифікація та стандарти якості	Однією з ключових стратегій є підтвердження якості м'ясної продукції через сертифікацію та дотримання міжнародних стандартів безпеки та якості продукту
Участь у міжнародних виставках і ярмарках	Виставкова діяльність дає можливість презентувати продукцію великій аудиторії, залучити нових клієнтів і співпрацювати з іншими гравцями на ринку
Розвиток глобального бренду	Створення та підтримка сильного глобального бренду може позитивно вплинути на споживчу довіру та впізнаваність на міжнародному ринку
Використання відео-контенту	Відеоролики та стріми на платформах, таких як YouTube та Instagram, можуть привернути більше уваги споживачів і показати переваги продукту
Еко-продукти та	Все більше споживачів обирають екологічно чисті

сталість	харчові продукти. Реклама, яка підкреслює сталість та відповідальність, може залучити нову аудиторію
----------	--

Рекламні та просувальні стратегії є невід'ємною частиною міжнародної торгівлі продовольством. Вони дозволяють брендам виходити на нові ринки, залучати клієнтів і підвищувати свою конкурентоспроможність. Важливо постійно адаптувати стратегії до змінних ринкових умов і використовувати інновації для досягнення успіху на міжнародному рівні.

Сільськогосподарська галузь України загалом і м'ясне скотарство, зокрема, має значний потенціал на зовнішньому ринку та може допомогти країні ввійти до першої п'ятірки провідних експортерів м'яса. Проте для розвитку цієї галузі існують деякі проблеми, зокрема, низький рівень професіоналізації господарств та обмежені можливості збуту для малих і середніх виробників. Міжнародний досвід підтверджує, що маркетинг може стати ефективним інструментом для розвитку підприємств у цій галузі. Розробка маркетингової стратегії є ключовим етапом у створенні та практичному впровадженні програми дій.

У процесі формування маркетингових стратегій для сільськогосподарських виробників на ринку продукції скотарства важливо враховувати їхні потенційні можливості. Слід враховувати особливості виробництва продукції м'ясного скотарства. Таким чином, маркетингова стратегія ТОВ «МХП-Баффало» включає розробку стратегічних напрямків, спрямованих на досягнення довгострокових конкурентних переваг та здатність адаптуватися до змін у макро- та мікросередовищі. Вона також сприяє формуванню споживчих потреб та смаків відповідно до суспільних цінностей.

3.2. Вдосконалення логістики та постачання продукції на міжнародних ринках

Агропромисловий комплекс – дуже складна економічна система. Ефективність аграрного сектору залежить від збалансованості відносин між секторами цієї сфери. Поєднання цих складових повинно відбуватися на основі логістики. Це дозволить мінімізувати трансакційні витрати, оптимізувати логістичні та інформаційні потоки. Враховуючи спеціалізацію досліджуваного підприємства ТОВ «МХП-Баффало» зосередимо більшу увагу на специфічних особливостях ринку м'яса та м'ясопродуктів, які є одним з найбільших сегментів аграрного ринку. Він суттєво відрізняється від інших складових агропромислового комплексу іншим технологічним процесом, умовами зберігання, еластичністю попиту. Впровадження та розвиток логістичних систем у цій сфері є необхідним, оскільки це дозволить вирішити наступні проблеми: зменшити витрати на укладання контрактів та доставку продукції; визначити оптимальний обсяг виробництва та реалізації м'яса та м'ясопродуктів; оптимізувати технологію виробництва; сформуванати конкурентоспроможний асортимент готової продукції.

Логістична система на ринку м'яса та м'ясопродуктів є сегментарною підсистемою агрологістичної системи. Вона охоплює вісім етапів створення продукції м'ясної промисловості: кормовиробництво, ресурсне забезпечення, виробництво, переробку, заготівлю, зберігання, транспортування та торгівлю. Логістична система пов'язує ці елементи, забезпечує оптимізацію матеріальних та інформаційних потоків між ланками ланцюга матеріальних та інформаційних потоків між ланками ланцюга руху м'ясної продукції, мінімізує трансакційні витрати та підвищує гнучкість, адаптивність, емерджентність системи управління суб'єктів цього сегменту ринку. цього сегменту ринку.

В сучасних умовах виділяють чимало видів логістичної діяльності в результаті систематизації та узагальнення. Ці види здійснюються в межах

логістичної системи виробництва та переробки сільськогосподарських підприємств. Доцільно виділяти функціональні та фазові логістичні системи:

- функціональна логістика включає операційні процеси, такі як закупівля, переміщення та транспортування управління запасами, обслуговування клієнтів, вантажно-розвантажувальні роботи, постачання запасних частин, контроль за переміщенням, зберіганням, комунікаціями, пакуванням, кадровим забезпеченням, розташуванням виробництва і складів, а також розміщення виробництва та складів;
- фазова логістика формується залежно від стадії виробництва товарів (робіт, послуг) фінансових та інформаційних потоків, постачання, виробництва, розподілу та збуту, повернення, переробки, знищення.

Наукові підходи до класифікації логістики, в тому числі агропромислової, є досить поширеними, що ще раз підкреслює доцільність виділення специфічних класифікацій на основі галузевої приналежності та спеціалізації виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств (табл. 3.2).

Виокремимо специфічні особливості м'ясної галузі на основі узагальнення класифікаційних підходів в сільськогосподарській логістиці. Однією з таких ознак є організаційно-правова форма взаємодії елементів економічної системи. За цією ознакою можна виділити ознакою можна виділити незалежну логістику, що виникає в компаніях, які не агроформувань; логістику вертикально інтегрованих структур, що виникає в компаніях, які не належать до жодних об'єднань; логістику вертикально інтегрованих логістику вертикально інтегрованих структур, що особливо характерно для агрохолдингів, які мають вертикальний ланцюг постачання-продажу; кооперативна логістика (формується на базі сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, до складу яких можуть входити сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, до

складу яких можуть входити різні за розміром та організаційно-правових форм юридичних осіб та домогосподарств).

Таблиця 3.2.

Загальна система класифікації логістики в м'ясній галузі

Класифікація середовища	Тип логістики	Характеристика
За рівнем формування	Мікро-логістика	Формування логістичних систем в межах підприємства
	Мезо-логістика	Формування логістичних систем в межах регіону
	Макро-логістика	Формування логістичних систем в межах держави
	Мега-логістика	Формування логістичних систем міжнародного рівня
За середовищем впровадження	Внутрішнє	Об'єднує одну економічну систему (підприємство, юридично оформлена група компаній)
	Зовнішнє	Поєднує декілька економічних систем
За функціональною ознакою	Операційний	Охоплює виробничі та невиробничі процеси (закупівля, переміщення та транспортування, вибір технології технології, первинне виробництво, переробка, реалізація готової продукції, управління запасами, сервісне обслуговування організація, завантаження, розвантаження, постачання запасних частин, складування, формування комунікацій, пакування)
	Поетапні	Поєднують стадії виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг (укладання договорів, закупівля, виробництво, переробка, розподіл, збут, повернення, формування запасів)
За рівнем охоплення	Загальний	Охоплює всі процеси, стадії та операції економічної системи економічної системи
	Локальний	Охоплює частину процесів, стадій та операцій економічної системи економічної системи
За формою	Власні	Реалізація через послуги один - власні

реалізації		економічні ресурси
	Аутсорсинг	Передбачає залучення зовнішньої логістики

Таким чином, формування та розвиток логістичних систем у м'ясному сегменті сільськогосподарських підприємств є складним процесом, що вимагає відпрацьованих механізмів. Відповідно до цього, в цій галузі можуть використовуватися різні види логістики за такими загальними класифікаційними ознаками:

- за рівнем формування,
- за середовищем реалізації,
- за функціональною рівнем формування,
- середовищем реалізації,
- функціональною основою,
- рівнем охоплення,
- формою реалізації.
- рівнем охоплення,
- формою реалізації.

Доцільно виокремити специфічні ознаки (за правовою формою взаємодії між елементами економічної системи, характером бізнес-процесів системи, характером бізнес-процесів, сферою управління). Ці види логістики визначають механізм побудови та функціонування логістичної системи для даного сегмента ринку.

Управлінські рішення в логістичних системах повинні ґрунтуватися на зв'язку цілей з ресурсами. Необхідно розробляти комплексні взаємопов'язані логістичні проекти, що охоплюють усі процеси та операції в ланцюгу "постачання-виробництво-переробка-зберігання-торгівля".

Основними принципами формування логістичних систем у м'ясній галузі є гнучкість та адаптивність логістичної системи; врахування інтеграційних та механізмів інтеграції та кооперації в цьому сегменті ринку; координація всіх елементів логістичної системи; структурування

логістичної логістичної системи; структуризація логістичних підсистем залежно від ринкового середовища (мікро-, мезо-, макро-, глобальний рівень); відображення специфіки м'ясної продукції; використання інноваційних підходів. При цьому слід дотримуватися таких принципів у сукупності та взаємодоповнюваності логістичного механізму логістики м'ясопродуктів.

Ефективність логістичної системи може бути досягнута за умови агропромислової кооперації господарських структур, у тому числі сільськогосподарських підприємств, фермерських та особистих селянських господарств, об'єднаних у сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи. господарств населення, об'єднаних у сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, та місцевих громад (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Модель логістичної системи на ринку м'яса та м'ясопродуктів

До суб'єктів логістичних систем у м'ясній промисловості відносять: Міністерство аграрної політики України; ветеринарну та санітарно-епідеміологічну служби, державні та регіональні органи влади, в тому числі регіональні фонди підтримки підприємництва; місцеві громади; суб'єкти соціально-економічної інфраструктури; сільськогосподарські підприємства, в тому числі м'ясопродуктові підприємства, фермерські господарства, господарства населення та їх об'єднання.

Існують такі основні організаційно-правові форми логістичних системи: внутрішні логістичні системи великих незалежних компаній або підприємств, багатофункціональні сільськогосподарські кооперативи, спеціалізовані логістичні сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, логістична (або маркетингово-логістична) асоціація, підрозділ дорадча служба, договірні відносини агрологістики з незалежною аутсорсинговою логістичною компанією.

Відзначимо, що досліджуване підприємство ТОВ «МХП-Баффало» входить у структуру холдингу МХП, тому зазначимо, що побудова агрологістичних систем на базі агрохолдингів є ефективним інструментом. Але потрібно врахувати, що це може виявитися неконкурентоспроможним у довгостроковій перспективі, оскільки основною метою великих вертикальних структур є максимізація прибутку. великих вертикальних структур є максимізація прибутку на даний момент.

Визначення можливостей участі в логістичній системі товариства потребує аналізу, який можна почати використовуючи SWOT-аналіз, який дає уявлення про реальний стан конкурентоспроможності тієї чи іншої галузі (організації) та прийняття відповідних рішень. Один із передових аналітичних центрів вивчення цього питання – Центр вивчення глобальних ланцюжків вартості Університету Дюка (США) (Duke University Global Value Chain Center), рекомендує перед ухваленням рішення щодо

входження до ланцюжка поставити собі такі запитання [51] як, якою є структура ланцюга в даному секторі, де географічно розташовані покупці і постачальники в ланцюзі, з чого виходить цінність у ланцюжку, які ваші цілі.

Глобальні ланцюжки створення вартості у сфері виробництва і торгівлі м'ясом і м'сними продуктами складаються з різних ланок. Водночас останнє стало сьогодні найприбутковішим сегментом усього ланцюжка: обсяг світового ринку готового м'яса. Крім цього необхідно відзначити чинники, які перешкоджають здійсненню зовнішньоекономічної діяльності підприємств, зокрема: політична нестабільність і військові конфлікти; економічна криза; недостатня розвиненість коопераційних зв'язків і неврегульованість договірної та правової бази між країнами; технічна відсталість виробництва і застаріла система управління виробництвом, унаслідок цього низька якість продукції; економічні обмеження (квоти, санкції). Варто відзначити, що у ТОВ «МХП-Баффало» досить успішно нівелюють вплив цих негативних чинників.

Інформаційні технології дають змогу автоматизувати багато процесів, що дає змогу підвищити швидкість і якість виконання роботи. Інформаційні технології дають змогу переробляти великий обсяг даних.

Ефективність використання інформаційних систем можна виразити використанням систем CRM, CSM, ERP, Інтернету, Інтранету, Екстранету відкриває можливості інтерактивних комунікацій як усередині досліджуваного підприємства, так і з покупцями, постачальниками, партнерами.

Впровадження інформаційних систем (CRM, CSM, ERP), забезпечують оптимізацію діяльності підприємства. Ці системи необхідно використовувати з урахуванням специфіки підприємств. У результаті поліпшення операцій і розвитку інновацій забезпечується оптимізація процесів за допомогою інформаційних технологій, що дає змогу підвищити споживчу цінність продукту.

З огляду на вищевикладене, доцільно зазначити, що застосування інформаційних технологій є одним із найважливіших факторів, що впливають на розвиток сільськогосподарських підприємств, відповідно на їхнє управління, експортний потенціал, оскільки випуск якісної продукції підвищує конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства на зовнішньому ринку. підприємства на зовнішньому ринку.

Таким чином, для того, щоб ринок м'яса та м'ясопродуктів був ефективним, розвиток агрологістичних систем має вирішальне значення. Використання логістики в м'ясній галузі є невід'ємною частиною управління сільськогосподарськими підприємствами та важливим елементом інфраструктури суб'єктів господарювання. Основними факторами економічного управління та розвитку логістичних систем у м'ясній галузі є: всі ланки ланцюга постачання продовольства, використання інформаційних технологій для логістики, цільовий підхід. Товариство «МХП-Баффало» повинно враховувати сформовані логістичні системи при тому вдосконалюючи їх для підвищення ефективності своєї діяльності.

ВИСНОКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведених нами досліджень можемо зробити наступні висновки щодо розвитку аграрного сектору економіки:

1. Сутність сільськогосподарського експорту полягає в тому, що це є однією з головних складових міжнародної торгівлі, має значний вплив на економіку країни-експортера та може відігравати ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки і розвитку сільських регіонів. Сільськогосподарський експорт також є частиною глобальних ланцюгів постачання та торговельних угод, які впливають на ціни на сільськогосподарську продукцію та конкурентоспроможність країн на світовому ринку. Експорт сільськогосподарської продукції – це процес продажу сільськогосподарських товарів і продуктів на міжнародних ринках.

2. Таким чином, на основі аналізу наукових робіт вітчизняних та іноземних дослідників, які досліджували питання визначення та класифікації детермінант ефективності експортної діяльності сільськогосподарського підприємств, запропоновано систематизовану класифікацію цих детермінант. Результати нашого дослідження дозволяють використовувати цю комплексну класифікацію для моделювання господарської діяльності підприємств, виявлення потенційних резервів та визначення шляхів покращення ефективності його експортної діяльності. Аналіз та оцінка цих факторів надає основу для розробки управлінських механізмів з метою підвищення ефективності експортних операцій підприємства..

3. Розробка методичного підходу до оцінки ефективності експортної діяльності є ключовим завданням для підприємств, що мають міжнародну спрямованість. Впровадження такого підходу дозволяє вимірювати та оцінювати результати експортної стратегії та приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку на зовнішніх ринках. Запропонована методика може стати потужним інструментом для досягнення

конкурентоспроможності та стійкого успіху сільськогосподарських підприємств на міжнародних ринках.

4. Починаючи з 2016 року обсяг виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами мав загальну тенденцію зростання до 2021 року. Слід відмітити, що зростання було як у рослинницькій так і у тваринницькій галузі. Проте, повномасштабне вторгнення і окупація значної частини території України суттєво вплинули на загальні показники виробництва сільськогосподарської продукції в Україні. До 2022 року включно експорт усіх видів аграрної продукції зріс. У той час як загальний експорт вітчизняних товарів зменшився на 10,3 %, що становить майже на 5 млрд дол США. Якщо ж врахувати ріст аграрного експорту, то усіх інших товарів було експортовано у 2022 році менше відносно 2020 року на 23,5 %. Частка продукції сільського господарства в національному експорті досягла 47,3 % у 2022 році, в той час як у 2021 році це показник становив лише 35,1 %. В абсолютних величинах аграрний експорт під впливом великої війни знизився майже на 4 млрд дол США.

5. Найбільшу частку в структурі експорту тваринницької продукції займає м'ясо та їстівні субпродукти, що становить 63 %. На другому місці, що становить майже третину в експорті тваринницької продукції становлять молоко та молочні продукти. При тому до цієї категорії також відносять яйця птиці та мед. Варто відзначити, що в останні роки Україна суттєво наростила експорт меду до Європейського Союзу. Не суттєву частку в експорті займають живі тварини. Рослинницька продукція в структурі вітчизняного експорту займає значну частку, яка суттєво виросла у зв'язку із російсько-українською війною. Попри блокування експорту зернових через Чорноморські шляхи у 2022 році у структурі продуктів рослинного походження їх частка становить 68 %. Тобто фактично частково вдалось переорієнтувати канали реалізації зерна з України за кордон.

6. Аналіз виробничого та ресурсного потенціалу ТОВ "МХП-Баффало" визначається комплексним поглядом на досліджуване

підприємство. На підставі отриманих даних можна визначити, що виробничий потенціал підприємства дозволяє забезпечувати стабільну виробничу діяльність та конкурентоспроможність на ринку. Ресурсний потенціал, зокрема людські та матеріальні ресурси, сприяє підтримці ефективного функціонування підприємства в стабільних умовах, а також в кризових умовах повномасштабної російсько-української війни.

7. У досліджуваному аграрному підприємстві протягом 2020 – 2022 років нарощувалось загальне поголів'я м'ясних порід ВРХ, в тому числі і корів. Зокрема, за цей період на понад 10 % зросло поголів'я. До речі відзначимо, що попри повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року динаміка росту поголів'я у ТОВ «МХП-Баффало» зберіглась, що свідчить про правильно побудований менеджмент на підприємстві та достатній рівень конкурентоздатності продукції..

8. Зернові та зернобобові культури у структурі реалізованої продукції ТОВ «МХП-Баффало» поступово зменшується і в 2022 році становила менше 2 %. У той же час обсяги реалізованої живої ваги ВРХ поступово зростають і у 2022 році становили майже 65 млн грн, що становить 61 % від реалізованої продукції. Протягом досліджуваного періоду як у вартісному вираженні так і в абсолютних показниках кількість реалізованих зернових була суттєво зменшена. При тому олійних культур підприємство реалізувало менше, проте, завдяки збільшенню ціни сума отриманих коштів від цієї товарної групи зросла на 26,1 %. Досить позитивними є показники виробництва та реалізації м'яса ВРХ, оскільки в абсолютних величинах його реалізовано протягом трьох років більше на 26,4 %, що становить + 1,9 тис цнт. А за рахунок зростання ціни на м'ясо ВРХ сума виручки від його реалізації за цей період зросла на 56,1 %, що в гривневому вираженні становить + 23,3 млн грн..

9. Протягом досліджуваного 2020-2022 років зростають абсолютні показники реалізації м'яса ВРХ товариством з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало». Це відбувається в основному за рахунок збільшення експорту продукції. Зазначимо, що за вказаний період

відбулось збільшення реалізації м'яса ВРХ за кордон у кількості + 2,2 тис цент. У той же час у кризовому 2022 році, насамперед під впливом російсько-української війни і, як наслідок, зменшенням внутрішнього ринку реалізація м'яса ВРХ на вітчизняному ринку суттєво зменшилась і становила близько 10 % від загальних обсягів реалізації. Головними споживачами м'ясної продукції продукованої ТОВ «МХП-Баффало» є контрагенти із Саудівської Аравії, що становить 33 % від загального експорту продукції. Також значну частку готової продукції експортується до Йорданії, Лівії та Лівану. В останній час досліджуване підприємство відкрило нові ринки збуту, зокрема Узбекистан, куди реалізовується м'ясо ВРХ, та Молдова, як новий ринок нетелів вирощених товариством.

Для забезпечення стратегічного розвитку та підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «МХП Баффало» нами сформульовано наступні пропозиції:

1. Розроблення маркетингових стратегій для товариства з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало», стає ключовим етапом стратегічного планування та підвищення конкурентоспроможності компанії на міжнародних ринках. Цей інструмент визначає основні виклики та завдання, які виникають перед відділом, який відповідає за збут у забезпеченні успішного позиціонування м'ясної продукції, яка виготовляється на підприємстві. Зазначимо, що розробка ефективних маркетингових стратегій визначається низкою стратегічних цілей. Серед них визначення унікальності продукції, вивчення потреб та вимог цільової споживчої аудиторії, а також аналіз конкурентного середовища..

2. Для досягнення успіху на міжнародному ринку сільськогосподарської продукції важливим є: врахування культурних та соціальних особливостей споживача в конкретній країні: смакові уподобання, традиції харчування та культурні звичаї можуть впливати на попит на аграрний продукт, що особливо важливо для різних видів м'яса; дотримання регуляторних вимог і стандартів, які запроваджено на міжнародному рівні, або в кожній окремій країні, оскільки різні країни

можуть мати різні вимоги до якості та безпеки продукції; конкурувати з місцевими виробниками, або іншими експортерами, які присутні на конкретному ринку: розробка стратегії обов'язково має включати аналіз конкурентів та пошук переваг для конкурентної переваги.

3. Сучасний світовий ринок продовольства є динамічним і вимагає від виробників та брендів не тільки високої якості продукції, але й ефективних рекламних та просувальних стратегій щодо залучення споживачів та виходу на нові ринки. Конкуренція на зовнішніх ринках є суттєво більшою ніж на внутрішніх, а тому вдалий маркетинг стає дуже важливим для розширення збутової діяльності. Враховуючи, що товариство з обмеженою відповідальністю «МХП-Баффало» спеціалізується на виробництві м'яса і основну кількість готової продукції реалізовує на міжнародних ринках, то для досягнення експортних стратегій у ньому доцільно використовувати різноманітні маркетингові інструменти.

4. В сучасних умовах виділяють чимало видів логістичної діяльності в результаті систематизації та узагальнення. Ці види здійснюються в межах логістичної системи виробництва та переробки сільськогосподарських підприємств. Доцільно виділяти функціональні та фазові логістичні системи: функціональна логістика включає операційні процеси, такі як закупівля, переміщення та транспортування управління запасами, обслуговування клієнтів, вантажно-розвантажувальні роботи, постачання запасних частин, контроль за переміщенням, зберіганням, комунікаціями, пакуванням, кадровим забезпеченням, розташуванням виробництва і складів, а також розміщення виробництва та складів; фазова логістика формується залежно від стадії виробництва товарів фінансових та інформаційних потоків, постачання, виробництва, розподілу та збуту, повернення, переробки.

5. Досліджуване підприємство ТОВ «МХП-Баффало» входить у структуру холдингу МХП, тому зазначимо, що побудова агрологістичних систем на базі агрохолдингів є ефективним інструментом. Але потрібно

врахувати, що це може виявитися неконкурентоспроможним у довгостроковій перспективі, оскільки основною метою великих вертикальних структур є максимізація прибутку. великих вертикальних структур є максимізація прибутку на даний момент.

6. Ефективність використання інформаційних систем можна виразити використанням систем CRM, CSM, ERP, Інтернету, Інтранету, Екстранету відкриває можливості інтерактивних комунікацій як усередині досліджуваного підприємства, так і з покупцями, постачальниками, партнерами. Впровадження інформаційних систем (CRM, CSM, ERP), забезпечують оптимізацію діяльності підприємства. Ці системи необхідно використовувати з урахуванням специфіки підприємств. У результаті поліпшення операцій і розвитку інновацій забезпечується оптимізація процесів за допомогою інформаційних технологій, що дає змогу підвищити споживчу цінність продукту.

7. Ринок м'яса та м'ясопродуктів був ефективним, розвиток агрологістичних систем має вирішальне значення. Використання логістики в м'ясній галузі є невід'ємною частиною управління сільськогосподарськими підприємствами та важливим елементом інфраструктури суб'єктів господарювання. Основними факторами економічного управління та розвитку логістичних систем у м'ясній галузі є: всі ланки ланцюга постачання продовольства, використання інформаційних технологій для логістики, цільовий підхід. Товариство «МХП-Баффало» повинно враховувати сформовані логістичні системи при тому вдосконалюючи їх для підвищення ефективності своєї діяльності.

Таким чином, експортні можливості досліджуваного підприємства визначаються тенденціями світового ринку та ситуацією на внутрішньому ринку. Загалом система менеджменту у ТОВ «МХП Баффало» до сьогодні забезпечувала стабільний ріст виробництва та експорту готової продукції. А при використанні запропонованих інструментів можна буде не лише зберегти позитивні динаміки для підприємства, а й наростити обсяги реалізації продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Андришин В. (2014). Фактори ефективності експортної діяльності підприємства. 5. 11-14. URL: <https://www.researchgate.net/publication>
2. Антонюк О.П., Антонюк П.О., Лисюк В.М. Аналіз динаміки та структури експорту агропродовольчої продукції / О.П. Антонюк, П.О. Антонюк, В.М. Лисюк // Економіка харчової промисловості. – 2017. – Випуск 3. – Том 9. – с. 8-15.
3. Афанасьєв К.М., Ганечко І.Г. (2017) Фінансова безпека експортної діяльності підприємств. Економічний простір. №127. С. 23-34.
4. Барилевич О.М. Стан та проблеми розвитку сільського господарства України / О.М. Барилевич // Молодий вчений. – 2015. – № 8. – с. 36-39.
5. Баришевська І.В. Теоретичні аспекти формування маркетингової стратегії розвитку аграрних підприємств / І.В. Баришевська // Вісник аграрної науки Причорномор'я. — 2014. — № 4. — С. 47—54.
6. Бондарєва Т.І., Осадчук А.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2011. № 3(15). С. 91–103.
7. Галунець Н.І., Васько Л.М. Методичні аспекти оцінки економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємств. Агросвіт. 2013. № 1. С 50–53.
8. Грановська В.Г. (2018) Експортний потенціал аграрних підприємств України як індикатор їх конкурентоспроможності. Агросвіт. №6. С. 32-39.
9. Гринь Є. Л. Політика розвитку агробізнесу в Україні в напрямі захисту внутрішнього продовольчого ринку. Актуальні проблеми державного управління. 2009. № 1 (35). С. 171–178.

10. Демченко І. В. Сучасна стратегія забезпечення фінансової безпеки аграрних суб'єктів господарювання / І. В. Демченко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - 2014. - № 4. - С. 227-231. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_4_40.

11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

12. Дія. Бізнес. (2022, Червень 06). ЄС скасував мита на українські товари. URL : https://export.gov.ua/news/3876-ies_skasuvav_mita_na_ukrainski_tovari

13. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

14. Електронний ресурс. URL: <https://gvcc.duke.edu>

15. Зовнішня торгівля України товарами і послугами у 2015 році (статистичний збірник). – Держкомстат: Київ. – 2016. – 156 с.

16. Карасьова Н.А. Вектори експортних потоків аграрного сектору України / Н.А. Карасьова // Економіка АПК. – 2016. – № 8. – с. 41-48.

17. Кернасюк Ю.В. Агробізнес сьогодні – Глобальні тренди світового агоринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrobusiness.com.ua/agro/item/7958-hlobalni-trendy-svitovoho-ahrorynku.html>.

18. КМУ Урядовий портал. У серпні український експорт зріс на 25% - серед лідерів соняшникова олія і кукурудза. URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/minekonomiky-u-serpni-ukrainskyi-eksport-zris-na-25-sered-lideriv-soniashnykova-oliia-i-kukurudza>

19. Кравчук Олександр. Експорт сировини як національна ідея та наповнення бюджету. URL: <https://commons.com.ua/ru/opadatkuvannya-sil'skogo-gospodarstva-vikliki-i-mozhливosti/>.

20. Кудрицька Ж.В., Здоровцев В.В. (2011) Управління фінансовою безпекою підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія :

Економіка. Вип. 10. С. 143-150. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2011_10_20.

21. Кузьменко С.С. Організація експортно-імпортних операцій на рівні підприємства та шляхи її удосконалення. URL: www.rusnauka.com/5_NTSB_2007/Economics/20281.doc.htm.

22. Лаврів І. Методика дослідження експортного потенціалу аграрних підприємств. Економіка і організація управління 4 (24) (2016): 288-294.

23. Маслак О.І., Пирогов Д.Л., Гришко Н.Є. (2012) Оцінка економічної безпеки підприємства при зовнішньоекономічній діяльності. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 3 (74). С. 163-169.

24. Матвеев М., Лебедченко В., Гайдай Г. Регулювання ЗЕД в умовах війни. Наукові перспективи. № 5(23). С. 232–245. URL :[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-232-245](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-232-245)

25. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. Міжнародна економічна політика. 2008. № 1–2 (8–9). С. 241–271.

26. Міністерство аграрної політики України. Стан зовнішньої торгівлі продукцією АПК. URL : https://public.tableau.com/views/vl_Export_of_Agriproducts_v2/Dashboard1?:language=enUS&:display_count=n&:origin=viz_share_link:showVizHome=no&:embed=true

27. Мука – продукт високої добавленої стоимости [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://analytics/Muka-product-vysokoj-dobavlennojstoimosti>.

28. Нестеров О. Війна, агро, ПДВ: що нового в сфері оподаткування. URL : https://www.ucab.ua/ua/pres_sluzhba/blog/oleg_nesterov/viyna_agro_pdv_scho_novogo_v_sferi_opodatkuvannya.

29. Педорченко А. Цінова ситуація на експортних ринках зернових і олійних в Україні у 2022 р. Grail of Science. № 12-13. С. 45–50. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.29.04.2022.002>

30. Петришин Л.П. Співвідношення цінових тенденцій на світовому та національному агропродовольчих ринках / Л.П. Петришин // Причорноморські економічні студії: економіка та управління підприємством. – 2016. – Випуск 6. – с. 92-96.

31. Пилипенко С.М. Теоретичні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 10. С. 452–456.

32. Постанова КМУ «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану». URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-zabezpechennya-provazhennyagospodarskoyi-diyalnosti-v-umovah-voynnogo-stanu-314>

33. Постанова КМУ «Про заборону вивезення товарів з України на митну територію Російської Федерації». URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zaboronu-vyvezennia-tovariv-z-u-a1076>

34. Постанова КМУ «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2022 рік». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1424-2021-%D0%BF#Text>

35. Пугачов М. У січні-серпні 2022 року Україна експортувала понад 20 млн т зернових на суму 5,2 млрд дол. США. URL : <http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/3440-u-sichni-serpni-2022-roku-ukrayinaeksportovala-ponad-20-mln-t-zernovykh-na-sumu-52-mlrd-dol-ssha-mykola-puhachov.html>

36. Решетняк К.Е. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Управління розвитком. 2012. № 3. С. 30–32.

37. Россоха В., Шарапа О. Експортний потенціал аграрних підприємств. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 44–63.

38. Сайкевич М.І., Сайкевич О.Д. (2013) Експортний потенціал сільськогосподарських підприємств. Інноваційна еконо-міка. №3 (41). С. 104-110

39. Скрипник С., Процевят О., Воронова, О. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. № 38. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-47>

40. Слюсарева Л.В. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності експортно-імпортних операцій. Проблеми управління експортно-імпортою діяльністю : тези доповідей міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів 13 травня 2014 р., Львів, 2014. С. 88–89.

41. Созанський Л.Й. Методичний підхід до інтегральної оцінки зовнішньоекономічної складової конкурентоспроможності промислового сектора економіки. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2016. Серія: Економіка. Випуск 2(6). С. 48–53.

42. Трофімцева О. Війна показала важливість агросектору. Як узяти нові висоти URL : <https://interfax.com.ua/news/blog/839762.htm>

43. Украинский рынок подсолнечного масла 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pelleta.com.ua/articles-rynok-podsolnechnogo-masla2016.html>.

44. Україна на 8 місці у рейтингу найрозвинутіших аграрних країн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agropolit.com/news/172-ukrainana-8-misti-u-reytingu-naurosvinutischih-agrarnih-krain>.

45. Україна на зовнішніх аграрних ринках. Як компенсувати втрату ринку РФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrofond.gov.ua/news/list/403...ukrainski-agrorynky.html>.

46. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпортних операцій. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2016. Вип. 10. С. 120-122.

47. Хоменко Т.Ю., Круш П.В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю. URL:<https://ela.kpi.ua> (дата звернення: 16.05.2021).

48. Хоменко Т.Ю., Круш П.В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю. URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/-123456789/22596/1/2017-11_4-08.pdf

49. Ціни [Електронний ресурс]. – Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

50. Яців І., Яців С. Формування цін на сільськогосподарську продукцію як чинник розвитку аграрного сектору економіки / І. Яців, С. Яців // Аграрна економіка. – 2015. – Т. 8. – № 1-2. – с. 24-30.

51. Hausmann R. Structural transformation and patterns of comparative advantage in the product space John F. Kennedy School of Government, Harvard University. URL: <http://www.ricardohausmann.com/public-cations.php>.

52. Research Institute of Organic Agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fibl.org/en/themes/organic/farming/statistics.html>.

53. The Statistics Portal. Acreage of genetically modified crops [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statista.com/statistics/263294/acreage-ofgenetically-modofied-crops-by-country-since-2003>.

54. Trade statistics for international business development. Top 10 positions of world imports of agri-food products [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx.