

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра міжнародної економіки

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

_____ Олег ШЕРЕМЕТ

«___»_____2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____Світлана ГУТКЕВИЧ

«___»_____2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
за освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка»
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
на тему: «Експортна діяльність підприємств харчової промисловості»

Виконав
здобувач 4 курсу, групи МЕ 4-10а

Лукіна Орина Денисівна

Керівник к.е.н., доц. _____Саблук Віталій Петрович

Рецензент _____Півторак Віталій Сергійович

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувачка_____

Київ – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ННІ Економіки і управління

Кафедра міжнародної економіки
Освітній ступінь - бакалавр
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

«__» _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Лукіна Орина Денисівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Експортна діяльність підприємств харчової промисловості
Керівник роботи: Саблук Віталій Петрович к.е.н., доц.

затверджені теми наказом по інституту від « 19 » 12 2023 року №1004-КС

2. Строк подання роботи «03» 06 2024 року

3. Інформаційна база: Статистичні дані Міністерства аграрної політики та продовольства України, електронні ресурси, наукові публікації зарубіжних та українських вчених, монографії, наукові статті.

4. Зміст основних положень роботи У першому розділі розглянуто теоретичні основи експортної діяльності підприємств харчової промисловості, сформульовано поняття експортна діяльність та експорт, висвітлено фактори, що впливають на експортну діяльність. Охарактеризовано державне регулювання експортної діяльності підприємств.

В другому розділі проведено аналіз структури експорту агропромислового комплексу України. Дана оцінка експорту кондитерських виробів в Україні. Також, визначено вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України.

В третьому розділі охарактеризовано особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні та розглянуто перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств.

5. Дата видачі завдання: 01.09.2023

6. Календарний план виконання кваліфікаційної роботи

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ РОБОТИ

Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
Підготовка I-го розділу	23.02.2024	
Підготовка II-го розділу	15.03.2024	
Підготовка III-го розділу	29.03.2024	
Завершення написання роботи	15-19.04.2024	
Передзахист кваліфікаційних робіт	24-26.04.2024	
Здача готової роботи	03.06.2024	

Здобувач _____ /Орина ЛУКІНА/
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник _____ /Віталій САБЛУК/
(підпис) (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

до кваліфікаційної роботи бакалавра на тему: «Експортна діяльність підприємств харчової промисловості»

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку та списку використаних джерел. Основний текст викладено на 77 сторінках, містить 3 рисунки, 6 таблиць, кількість використаних джерел - 44.

Ключові слова: експорт, експортна діяльність, підприємство, харчова промисловість, державне регулювання, харчова галузь, агропромисловий комплекс, розвиток, ринок, зовнішньоекономічна діяльність, світове господарство, країна.

Мета і завдання роботи. Метою бакалаврської роботи є проведення аналізу експортної діяльності підприємств харчової промисловості.

Основні завдання кваліфікаційної роботи:

- визначено сутність поняття експортна діяльність підприємств;
- висвітлено фактори, що впливають на експортну діяльність підприємств;
- охарактеризовано державне регулювання експортної діяльності підприємств;
- проаналізовано структуру експорту агропромислового комплексу України;
- дано оцінку експорту кондитерських виробів в Україні;
- визначено вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України;
- охарактеризовано особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні;
- розглянуто перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств.

Предметом роботи є експортна діяльність підприємств харчової промисловості.

Об'єкт роботи - підприємства харчової промисловості.

Методи аналізу. В роботі були використані монографічний, статистичний (табличний та графічний), логічний та аналітичні методи аналізу.

Наукові результати. Основні положення та результати викладено в наукових виданнях та доповідалися на науково-практичних конференціях та семінарах: Освітня система в Америці (2020), Економіка зарубіжних країн. Індія (2021), Результати асоціації України з ЄС для аграрного сектору (2021), Освіта в умовах окупації (2023), Освітній туризм (2023), Експортна діяльність підприємств (2024).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	10
1.1. Сутність поняття експортна діяльність підприємств	10
1.2. Фактори, що впливають на експортну діяльність підприємств	16
1.3. Державне регулювання експортної діяльності підприємств.....	21
Висновки до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	35
2.1. Аналіз структури експорту агропромислового комплексу України.....	35
2.2. Експорт кондитерських виробів в Україні	44
2.3. Вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України та експортну діяльність.....	48
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	58
3.1. Особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні	58
3.2. Перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств	63
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

ВСТУП

Актуальність теми. Експортна діяльність підприємств харчової промисловості є однією з найактуальніших тем в українській економіці.

Україна має сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування сільськогосподарських культур та розведення тварин. Це дозволяє виробляти високоякісну харчову продукцію, яка користується попитом на світовому ринку.

Вартість робочої сили в Україні нижча, ніж у багатьох розвинених країнах. Це робить українську харчову продукцію більш конкурентоспроможною на світовому ринку. Також, українська харчова продукція традиційно має високу якість. Це робить її привабливою для покупців у всьому світі. Світовий попит на харчові продукти постійно зростає, особливо в умовах кризи. Це створює сприятливі умови для експорту української харчової продукції. Уряд України вживає низку заходів для підтримки експорту української харчової продукції, зокрема: спрощення процедур експорту, надання фінансової підтримки експортерам, підтримка українських експортерів у виході на нові ринки, розвиток логістичної інфраструктури, проведення маркетингових кампаній за кордоном.

Українські підприємства харчової промисловості постійно вдосконалюють свою продукцію та послуги, що робить їх більш конкурентоспроможними на світовому ринку, навіть в умовах воєнного становища в країні.

Україна прагне до інтеграції до світової економіки. Це відкриває нові можливості для експорту української харчової продукції.

Експорт харчової продукції може стати одним із ключових факторів відновлення української економіки після війни.

Таким чином, експортна діяльність підприємств харчової промисловості має великий потенціал для розвитку української економіки. Завдяки спільним

зусиллям уряду та підприємств галузі Україна може значно збільшити експорт харчової продукції на світовий ринок.

Мета бакалаврської роботи: проведення аналізу експортної діяльності підприємств харчової промисловості.

Для досягнення мети були поставлені та вирішені такі завдання бакалаврської роботи:

- визначено сутність поняття експортна діяльність підприємств;
- висвітлено фактори, що впливають на експортну діяльність підприємств;
- охарактеризовано державне регулювання експортної діяльності підприємств;
- проаналізовано структуру експорту агропромислового комплексу України;
- дано оцінку експорту кондитерських виробів в Україні;
- визначено вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України;
- охарактеризовано особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні;
- розглянуто перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств.

Об'єкт роботи – підприємства харчової промисловості.

Предметом роботи є експортна діяльність підприємств харчової промисловості.

Методи аналізу: в роботі були використані монографічний, статистичний (табличний та графічний), логічний та аналітичні методи аналізу.

Інформаційна база: статистичні дані Міністерства аграрної політики та продовольства України, електронні ресурси, наукові публікації зарубіжних та українських вчених, монографії, наукові статті.

Структура роботи: Робота складається з вступу, трьох розділів, висновку та списку використаних джерел. Основний текст викладено на 77 сторінках, містить 3 рисунки, 6 таблиць.

У першому розділі розглянуто теоретичні основи експортної діяльності підприємств харчової промисловості, сформульовано поняття експортна діяльність та експорт, висвітлено фактори, що впливають на експортну діяльність. Охарактеризовано державне регулювання експортної діяльності підприємств.

В другому розділі проведено аналіз структури експорту агропромислового комплексу України. Дана оцінка експорту кондитерських виробів в Україні. Також, визначено вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України.

В третьому розділі охарактеризовано особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні та розглянуто перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

1.1. Сутність поняття експортна діяльність підприємств

В умовах глобального економічного розвитку зовнішньоекономічна діяльність кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально за сучасних умов, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства [1].

За рахунок здійснення зовнішньоекономічної діяльності країни вирішують проблеми нестачі продовольчих і сировинних товарів, енергоносіїв і т.д. [2].

Сучасну систему зовнішньоекономічної діяльності характеризують такі риси:

1. Посилення взаємозв'язку між кон'юнктурою на світових ринках товарів та послуг і внутрішніх ринках окремих держав. Широкий розвиток набувають такі форми та елементи в системі зовнішньоекономічної діяльності як інформаційний обмін, послуги зв'язку, транспортне обслуговування, консалтинг, франчайзинг, ноу-хау, лізинг, страхування тощо.

2. Новий міжнародний поділ праці, який склався останніми роками, характеризується відносним зниженням частки сировини та матеріалів у світовій торгівлі. Швидшими темпами розвиваються наукоємні, високотехнологічні галузі: хімія, приладобудування, електроніка, авіакосмічна промисловість.

3. Розвиток інтеграційних процесів. Поступово ліквідуються економічні кордони між країнами і створюється єдиний регіональний економічний простір, який підпорядковується загальному регулюванню.

4. Вивіз капіталу. Це створює фундамент для утворення ТНК, які, як правило, бувають національними за капіталом та інтернаціональними за сферою діяльності.

5. Переміщення робочої сили із країни в країну, що є слідством відмінностей у людських, сировинних та фінансових ресурсах. Щорічно у пошуках роботи в світі переміщується до 25 млн. людей.

6. Зростання обсягів зовнішньої торгівлі, що сприяє зниженню витрат виробництва.

7. Активна та цілеспрямована роль держави щодо втягнення країни в систему глобальної світової економіки. Метою державного регулювання є створення сприятливих правових, економічних та політичних умов, які забезпечують ефективну з точки зору інтересів країни та окремого підприємця зовнішньоекономічну діяльність на усіх рівнях.

8. Жорстке міжнародне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Кожна двостороння міжнародна економічна угода стає багатосторонньою, оскільки повинна відповідати положенням Світової організації торгівлі, виконувати вимоги близько 40 міжнародних організацій у цій галузі [1].

Експортна діяльність – це один з найважливіших елементів господарювання та зовнішньоекономічної діяльності.

Експортній діяльності присвячено багато наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Тому існує деяка розбіжність у визначенні поняття «експортної діяльності» та «експорту».

Традиційно експортна діяльність розглядається вченими, аналітиками та підприємцями як одна з найважливіших сфер діяльності.

Вивченню сутності експортної діяльності підприємств присвячено чимало праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Поширеним в наукових працях є паралельне вживання термінів «експортна діяльність» та «експорт», що підтверджує невизначеність та складність цієї економічної категорії. Тому у процесі ідентифікації сутності експортної діяльності важливим моментом є дослідження змісту понять «експортна діяльність підприємств» та «експорт» в економічній літературі та законодавчих актах (таблиця 1.1) [3].

Визначення сутності поняття «експортна діяльність підприємства» та
«експорт»

Автор	Визначення
А. Череп, О. Ортинська	Експортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок.
О. Мельник, М. Нагірна	Експортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж товарів з обов'язковим переміщенням їх через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції партнеру з-за кордону.
Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз	Експортна діяльність підприємства – це послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації та власне експорту.
Н. Тюріна, Н. Кравацька	Експорт – це реалізація на закордонних ринках товарів та послуг, що виробляються чи виконуються у своїй країні.
О. Шкурупій, В. Гончаренко, І. Артеменко	Експорт - продаж товарів чи послуг, що були виготовлені на території країни-експортера суб'єктам країни-імпортера.
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.

Джерело: сформовано на основі [3]

Проаналізувавши дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, можемо дати узагальнююче визначення сутності експортної діяльності підприємства. На нашу думку, експортна діяльність підприємства – це системний тривалий процес, що складається з певних етапів, до яких належить підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту та власне здійснення експорту, що несе за собою певні економічні наслідки [4]. Тобто різниця між експортом та експортною діяльністю полягає у тому, що під

«експортом» вчені розуміють лише операцію з продажу продукції та доставки іноземному суб'єкту, а «експортна діяльність» включає в себе ряд операцій з виходу підприємства на зовнішній ринок [3].

У широкому розумінні, експортер – це особа, яка вивозить товари за межі території певної країни [4].

Для того, щоб зрозуміти суть експортної діяльності підприємства, необхідно визначити, що ж змушує підприємства виходити на зарубіжні ринки, тобто мотиви започаткування експортної діяльності промисловими підприємствами.

Існує багато мотивів, які спонукають підприємства виходити на зовнішній ринок. Серед них може бути:

- збільшення обсягів продажів та отримання додаткового прибутку (зовнішні ринки можуть дати можливість підприємству продати більше продукції, ніж на внутрішньому ринку, що призведе до зростання доходів та прибутку);

- диверсифікація ризиків (вихід на зовнішній ринок може допомогти підприємству диверсифікувати свої ризики, адже воно не буде залежати лише від одного ринку та від тих же самих споживачів);

- використання конкурентних переваг (підприємство може мати конкурентні переваги на світовому ринку, наприклад, низьку вартість виробництва, високу якість продукції або унікальну технологію);

- доступ до нових ресурсів та технологій (з виходом на зовнішні ринки можуть стати доступні нові ресурси, технологій та знання, які були недоступні на внутрішньому ринку);

- покращення іміджу та ділової репутації (вихід на зовнішній ринок може покращити імідж та ділову репутацію підприємства, що може призвести до покращення його позицій на внутрішньому ринку);

- державна підтримка (у деяких країнах уряд надає підтримку підприємствам, які виходять на зовнішній ринок, у формі субсидій, податкових пільг або інформаційно-консультаційних послуг).

Мотиви започаткування експортної діяльності представлено на рисунку

1.1.

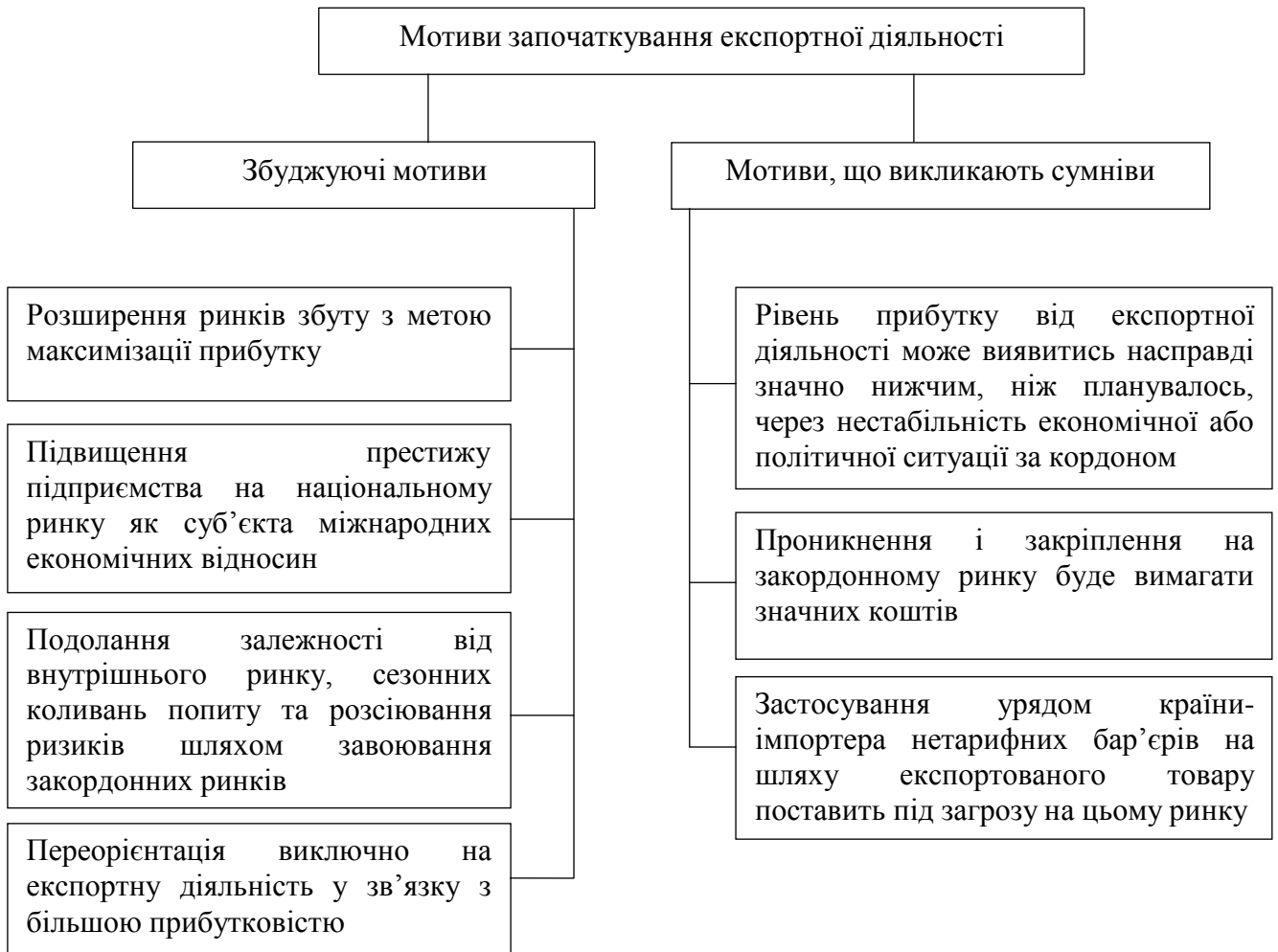


Рис. 1.1 Мотиви започаткування експортної діяльності

Джерело: розроблено на основі даних [3]

При експортній діяльності підприємства отримують вигоди за рахунок:

- використання надлишкових виробничих потужностей, які іноді мають компанії у своєму розпорядженні, але які не користуються відповідним внутрішнім попитом. До них можуть відноситися розвідані запаси природних ресурсів, конкретні потужності для виробництва визначеної продукції, які не можливо використати при виробництві інших товарів. Часто технологія виробництва може дозволити компанії рентабельно випускати продукцію тільки при багатосерійному виробництві, у більших обсягах, ніж це потрібно для задоволення попиту у своїй країні;

- отримання більш високого прибутку. Завдяки відмінності конкурентного середовища на закордонному ринку від вітчизняного, виробник може там продати продукцію з більшою вигодою. Пов'язано це з тим, що на зовнішньому ринку товар може опинитися на іншому етапі життєвого циклу. Так, етап зрілості всередині країни, як правило, призводить до зниження внутрішніх цін, а для етапу зрілості продукції за кордоном буде характерним збільшення прибутків та продажів. Підвищення прибутковості може досягатися за рахунок розходження всередині країни та за кордоном державних заходів щодо оподаткування прибутків, регулювання цін;

- значних обсягів зарубіжного продажу, що робить національних товаровиробників менш залежними від внутрішніх економічних умов;

- зменшення витрат виробництва, що пов'язано з покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції, підвищенням ефективності за рахунок досвіду, набутого при виробництві великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями. Взагалі компанії можуть зменшувати свої витрати на 20-30% у випадку підвищення у 2 рази обсягів випуску продукції;

- розподілу ризику. Виробник може зменшувати коливання попиту, організовуючи збут на зарубіжних ринках, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різних етапах життєвого циклу;

- знань та досвіду, отриманих фірмами в процесі роботи на закордонних ринках, що сприяє підвищенню ефективності їхньої діяльності при проведенні маркетингових операцій на внутрішньому ринку [5].

1.2. Фактори, що впливають на експортну діяльність підприємств

Основними (ключовими) внутрішніми факторами впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства є інституційні, ресурсні, виробничі, технологічні, психологічно-соціальні й інформаційні фактори, які тісно взаємопов'язані між собою та утворюють системну модель. Своєю чергою науковці прийшли до загального висновку, що зовнішні фактори, які впливають на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства, доцільно ділити на дві групи:

- 1) фактори впливу мікросередовища (політичні, законодавчо-правові, економічні, соціальні, часові та фактори неформального обмеження діяльності);
- 2) фактори впливу макросередовища (політико-правові, загальноекономічні, законодавчі, адміністративні, природно-кліматичні, психологічно-соціальні, технологічні, історичні та фактори стандартизації і взаємозамінності). На забезпечення процесів зовнішньоекономічної діяльності підприємства впливають такі фактори:

- 1) фактори внутрішнього середовища: економічні (капіталовкладення, ціноутворення, бізнес-планування, мотивація, оцінка ризиків); організаційні (формування експортного потенціалу, система менеджменту, маркетинг, страхування діяльності, розрахунки, процес реалізації продукції, технологія виробництва, ресурсне забезпечення); соціально-психологічні (соціальний захист, соціальні гарантії, вмотивованість у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності);

- 2) фактори зовнішнього середовища: фактори впливу з боку державних механізмів: економічні (митно-тарифні, бюджетно-податкові, грошово-кредитні, валютні, цінові); політичні (державна підтримка, відносини із світовими економічними організаціями); соціальні (підготовка фахівців у сфері здійснення зовнішньоекономічної діяльності, формування ринкової поведінки); адміністративні (ліцензування і квотування, стандартизація та сертифікація, стимулювання конкуренції, формування інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності, страхування, контроль ринку); інституційно-правові (нормативно-

правові, стимулюючі); фактори впливу з боку ринкових механізмів: економічні (виробництво якісних конкурентоспроможних товарів, вмотивованість у задоволенні потреб на зовнішніх ринках, запобігання дефіциту продукції (сировини), здешевлення виробництва, підвищення ефективності функціонування); організаційні (доступ до інформації, формування конкурентного середовища, формування і встановлення взаємозв'язків між учасниками зовнішньоекономічної діяльності, вільний вибір партнерів).

Основні взаємопов'язані фактори (чинники), що впливають на здійснення зовнішньої торгівлі підприємства, є: 1) внутрішні чинники (масштаби зовнішньої торгівлі, витрати, досвід та контроль); 2) зовнішні чинники (економічна свобода, конкуренція та ризики).

На ефективність функціонування (виробничо-господарську діяльність) та зовнішньоекономічної діяльності підприємств впливають такі фактори, як: економічні (рівень інфляції, податки і податкове регулювання, митні тарифи та курс іноземної валюти); політичні; міжнародні[6].

Фактори впливу на експортну діяльність можна розділити на типи наступним чином (рис. 1.2):

1. За ступенем спонукання до експортної діяльності: фактори, що заохочують підприємство до експортної діяльності, та фактори, що гальмують (ускладнюють) започаткування та/або розширення експортної діяльності підприємством. До стимулюючих можна віднести: зростання попиту на продукцію за кордоном; вищу рентабельність продукції на закордонних ринках; наявність конкурентних порівняльних переваг; встановлення закордонних зв'язків; уникнення сезонності попиту на основні товари тощо. До факторів, затримуючих започаткування підприємством здійснення експортної діяльності, можна зарахувати: нестабільність законодавчої бази щодо зовнішньоекономічних операцій; необізнаність в особливостях нормативно-правової бази інших країн щодо імпорتنних операцій тощо.



Рис. 1.2 Типологія факторів впливу на експортну діяльність підприємства
Джерело: розроблено на основі даних [7]

2. За ступенем охоплення середовища впливу: фактори зовнішнього середовища та фактори внутрішнього середовища. До факторів зовнішнього середовища зараховують: економічну ситуацію в країнах експортера та контрагентів; політичні обставини; імпортерів – споживачів продукції; постачальників тощо. До факторів внутрішнього середовища відносять: основні цілі та завдання експортної діяльності підприємства; інформаційну базу

експорту; ресурсне забезпечення експорту; технологію виробництва експортної продукції тощо.

3. За ступенем контрольованості: контрольовані, неконтрольовані та частково контрольовані. До контрольованих зазвичай зараховують: цілі підприємства; організаційну структуру; передові завдання організації; технологію ведення бізнесу або виробництва тощо. До неконтрольованих зараховують: споживачів продукції; постачальників сировини (готових виробів); нормативно-правову базу країн-контрагентів тощо. Вагоме значення при такому поділі становить тип ринку, на якому функціонує підприємство. Якщо ринок олігополістичного типу, то окремі неконтрольовані фактори можуть стати частково контрольованими або ж, навіть, контрольованими.

4. За часом дії: фактори тимчасової дії та постійної дії.

5. За сферою впливу: фінансово-економічні, маркетингові, управлінські, пов'язані з виробничим процесом, логістичні, соціальні тощо.

6. За рівнем конструктивності (за ефектом впливу): конструктивні, деструктивні та нейтральні. До конструктивних можна зарахувати фактори, що полегшують експортну діяльність (сприяють її функціонуванню), наприклад, зниження експортного мита; спрощення процедури проходження митного оформлення; зменшення функціонального навантаження на працівників шляхом відкриття на підприємстві відділу ЗЕД, що буде відповідати за експорт товарів тощо. До деструктивних можна віднести чинники, котрі ускладнюють процедури здійснення експортної діяльності: подорожчання сировини та матеріалів; відтік висококваліфікованих кадрів тощо. Нейтральні фактори жодним чином не впливають на експортну діяльність підприємства у короткостроковому періоді, проте, у довгостроковому можуть стати конструктивними або ж деструктивними.

7. За рівнем важливості: основні, другорядні. До основних факторів зараховують ті, що чинять значний вплив на експортну діяльність підприємства та, зазвичай, мають тривалу дію. До другорядних можна віднести фактори, вплив яких не є значним, та якими можна знехтувати у певних випадках.

8. За механізмом дії: прямого впливу та опосередкованої дії. До факторів прямого впливу, зазвичай, відносять наступні фактори: трудові ресурси підприємства; план діяльності організації тощо. До факторів непрямого (опосередкованого) впливу зараховують: конкурентів підприємства; покупців продукції чи послуг певної організації; економічну ситуацію в країні тощо.

9. За рівнем комплексності об'єкта впливу: фактори одиничного впливу та комплексного впливу. До факторів одиничного впливу належать: фактори, що впливають на перевезення експортно-орієнтованої продукції підприємства; розрахунки між іноземними партнерами; виробництво продукції, що підлягає експортуванню тощо. До факторів комплексного впливу можна віднести фактори, що впливають на: кадрове забезпечення підприємства; організаційну структуру суб'єкта господарювання; ресурси підприємства тощо [7].

1.3. Державне регулювання експортної діяльності підприємств
Здійснення експортних операцій регулюється Законами України, Указами Президента України, Декретами Кабінету Міністрів України, Положеннями Міністерства економічного розвитку й торгівлі України, МЗС, інших міністерств і відомств, що регулюють окремі питання тарифного і нетарифного характеру, угодами, укладеними Україною з іншими державами, а також іншими законодавчими актами України.

Основа регулювання діяльності підприємств України на зовнішніх ринках - Закон «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-ХІІ від 16 квітня 1991 року. Зокрема, даний Закон виконує наступні функції з регулювання експортної діяльності:

- дає визначення основним термінам, що використовуються в практиці зовнішньоекономічної діяльності;
- закріплює основні принципи й правила здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- визначає коло суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, їхні права й обов'язки;
- дає перелік можливих видів зовнішньоекономічної діяльності;
- законодавчо закріплює регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- регулює економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями;
- захищає права й інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- зумовлює відповідальність України як держави та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у випадку порушення ними Законів України чи обов'язків, пов'язаних із виконанням контракту, а також визначає застосовувані до них санкції.

Окрім того, ст. 6 Закону встановлює основні вимоги до договорів (контрактів) суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також норми, які визначають правозастосування щодо таких договорів.

Розділ II даного Закону присвячується регулюванню зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, ст. 7 визначає основи такого регулювання і його способи, а також встановлює можливі правові режими для іноземних суб'єктів господарської діяльності (національний режим, режим найбільшого сприяння, спеціальний режим або режим спеціальних економічних зон, митних союзів). Ст. 9 Закону визначає органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та їх повноваження, тоді як ст. 12 встановлює обов'язковий розподіл валютної виручки тих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, які є резидентами України. Ст. 13 визначає принципи митного регулювання при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, ст. 14 регулює питання розрахунків і кредитування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а ст. 17 окреслює перелік заборонених видів експорту й імпорту.

У ст. 16 визначаються випадки запровадження ліцензування та квотування зовнішньоекономічної діяльності, і, зокрема, цією статтею дозволяються такі види експортних (імпортних) ліцензій:

- генеральна;
- разова (індивідуальна);
- відкрита (індивідуальна);
- антидемпінгова (індивідуальна);
- компенсаційна (індивідуальна);
- спеціальна (індивідуальна).

Розділ III Закону (ст. 24, 25) регулює спеціальні правові режими зовнішньоекономічної діяльності, тоді як розділ IV (ст. 26, 27) - економічні відносини України з іншими державами та міжнародними організаціями. Розділи V і VI Закону (ст. 28-31 і 32-37 відповідно) присвячені захисту прав і інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та держави, а також проблемі

відповідальності в зовнішньоекономічній діяльності. Зрештою, розділ VII Закону встановлює порядок розгляду спорів із зовнішньоекономічної діяльності.

Як відомо, необхідною умовою перетинання митного кордону України при експорті продукції є виконання митних формальностей. Порядок виконання таких формальностей встановлюється Митним Кодексом України від 13 березня 2012 року № 1495-VI.

Так, розділ 1 Кодексу визначає наступне:

- правовий статус уповноваженого економічного оператора;
- умови та порядок інформування, консультування та видання попередніх рішень із питань митної справи;
- порядок оскарження рішень, дій або бездіяльності органів доходів і зборів, їх посадових осіб та інших працівників, а також відповідальність за них;
- умови та порядок застосування інформаційних технологій і ресурсів в державній митній справі.

Розділ II Кодексу встановлює правила визначення країни походження товару, а порядок та методи визначення митної вартості передбачені в розділі III. Розділ IV Кодексу присвячено Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). Зокрема, визначено її структуру, порядок і умови застосування та ведення.

Відповідно до ст. 70 Кодексу, існують такі митні режими:

- імпорт (випуск для вільного обігу);
- реімпорт;
- експорт (остаточне вивезення);
- реекспорт;
- транзит;
- тимчасове ввезення;
- тимчасове вивезення;
- митний склад;
- вільна митна зона;
- безмитна торгівля;

- переробка на митній території;
- переробка за межами митної території;
- знищення або руйнування;
- відмова на користь держави.

У розділі V Кодексу визначено основні засади кожного з вищезазначених митних режимів, тоді як розділ VI встановлює порядок переміщення й пропуску товарів через митний кордон України, а також урегулювання митних формальностей під час подібних переміщень.

Розділ VII Кодексу визначає умови зберігання товарів і транспортних засобів комерційного призначення на складах митних органів, а також порядок розпорядження такими товарами. Правові засади й умови здійснення митного оформлення регулюються розділом VIII.

У розділі IX Кодексу визначено умови й порядок здійснення митних платежів, а також форми й умови забезпечення здійснення таких платежів. Згідно зі ст. 279 Кодексу, базою оподаткування митом товарів, що переміщуються через митний кордон України, є:

- для товарів, на які законом встановлено адвалорні ставки мита, - митна вартість товарів;
- для товарів, на які законом встановлено специфічні ставки мита, - кількість таких товарів у встановлених законом одиницях виміру.

Укладаючи договори при здійсненні експортних операцій, контрагенти мають орієнтуватися на затвержені МЗС «Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» № 201 від 6 вересня 2001 року. Дані положення встановлюють основні умови укладання договорів купівлі-продажу, а деякі аспекти цих договорів закріплюються в спеціальних правових актах.

Здійснення платежів в іноземній валюті регулюється Декретами Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» № 15-93 від 19 лютого 1993 року, а також Законом України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» № 185/94-ВР від 23 вересня 1994

року. Дані документи встановлюють режим здійснення валютних операцій на території України та визначають принципи валютного регулювання, повноваження державних органів, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин.

Варто зазначити, що, згідно з Декретом Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю», експорт є валютною операцією, оскільки будь-які експортні операції пов'язані з використанням валютних цінностей в міжнародному обігу в якості засобу платежу.

Оподаткування прибутку від експортних операцій здійснюється на підставі Податкового Кодексу України.

В основу законодавчої бази страхування експортних операцій покладено Декрет Кабінету Міністрів України «Про страхування» № 85/96-ВР від 7 березня 1996 року.

З метою запобігання демпінгу було видано Указ Президента України «Про заходи щодо запобігання експорту товарів походженням з України за цінами, що можуть розглядатися як демпінгові, та врегулювання торговельних спорів» № 475/94 від 25 серпня 1994 року (наразі втратив чинність, окрім статей 6, 7, 8, 9).

Сьогодні обмеження експорту в Україні здійснюється в таких формах як:

- експортні квоти;
- експортні мита або податки;
- заборона експорту певних товарів.

Але, як демонструє практика, держави більшою мірою зацікавлені в зростанні обсягів експорту, а не в його обмеженні.

Фактично зростання експорту здатне забезпечити збільшення прибутків державного бюджету, підвищення зайнятості, зростання інших соціально-економічних показників розвитку країни.

Нині в Україні обмежено експорт деяких категорій товарів. Причиною таких обмежень є невелика кількість даних товарів на території нашої країни або ж заборона їх транспортування. Зокрема, до числа товарів, експорт яких обмежено, належать дорогоцінні метали і сплави, коштовні каміння, твори

мистецтва, наркотичні й психотропні засоби, зброя, вибухові речовини, ядерні матеріали, технології, устаткування, установки, спеціальні неядерні матеріали й пов'язані з ними послуги, джерела іонізуючого випромінювання, а також інші види продукції, технологій і послуг, що використовуються при створенні озброєння та військової техніки або ж розкривають державну таємницю України [4].

Перелік нормативно-правових актів у сфері експорту представлено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Нормативно-правові акти у сфері експортної діяльності

Нормативно-правовий акт	Дата	Номер
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	16.04. 1991 р.	№ 959-XII
Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»	23.09. 1994 р.	№ 185/94-ВР
Закон України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту»	20.12. 2016 р.	№ 1792-VIII
Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг»	03.11. 2016 р.	№ 1724-VIII
Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення»	04.07. 2013 р.	№ 408-VII
Закон України «Про валюту і валютні операції»	21.06 2018 р.	№ 2473-VIII
Закон України «Про страхування»	07.03. 1996 р.	№ 85/96-ВР
Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну»	22.12. 1998 р.	№ 332-XIV
Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту»	22.12. 1998 р.	№ 331-XIV
Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту»	22.12. 1998 р.	№ 330-XIV

Господарський Кодекс України (зі змінами та доповненнями)	16.01. 2003 р.	№ 436-IV
Податковий Кодекс України (зі змінами та доповненнями)	02.10. 2010 р.	№ 2755-VI
Митний кодекс України	13.03. 2012 р.	№ 4495-VI
Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліків товарів, на які встановлено обмеження щодо переміщення через митний кордон України»	21.05. 2012 р.	№ 436
Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання і валютного контролю»	19.02. 1993 р.	№ 15-93
Положення Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)»	06.09. 2001 р.	№ 201
Наказ Міністерства економіки України «Про порядок ліцензування експорту товарів»	09.09. 2009 р.	№ 991
Розпорядження КМУ «Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017 —2021 роки»	27.12. 2017 р.	№ 1017-р
Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Порядку заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення (походження) товару EUR.1»	20.11. 2017 р.	№ 950

Джерело: розроблено на основі даних [8]

Правила Інкотермс, вперше опубліковані міжнародною торговою палатою у 1936 році, являють собою набір з одинадцяти трьох буквених торговельних термінів, які відображають практику між підприємствами в контрактах на купівлю-продаж товарів.

Правила Інкотермс - це набір стандартів, які використовуються в міжнародних і внутрішніх контрактах на поставку товарів. Комісія ООН з права міжнародної торгівлі визнає їх глобальним стандартом для тлумачення найпоширеніших термінів у зовнішній торгівлі, що допомагає уникнути дорогих

непорозумінь, пояснюючи завдання, витрати та ризики, пов'язані з доставкою товарів від продавців до покупців [9].

Ці правила прийняті урядами та юридичними органами в усьому світі. Розуміння Incoterms є важливою частиною міжнародної торгівлі, оскільки вони чітко визначають, які завдання, витрати та ризики пов'язані з покупцем і продавцем.

Інкотермс визначає, коли витрати та ризики продавця переходять на покупця. Також важливо розуміти, що не всі правила застосовуються у всіх випадках. Деякі охоплюють будь-який вид або види транспорту. Перевезення всіма видами транспорту (автомобільним, залізничним, повітряним і морським) охоплює FCA, CPT, CIP, DAP, DPU (замінює DAT) і DDP. Морський/внутрішній водний транспорт (море) охоплює FAS, FOB, CFR і CIF.

Incoterms називають міжнародними комерційними умовами (International Commercial Terms). Це набір правил, опублікованих Міжнародною торговою палатою, які стосуються міжнародного комерційного права. Відповідно до Міжнародної торгової палати, правила Incoterms містять міжнародно прийняті визначення та правила тлумачення для більшості поширених комерційних термінів, які використовуються в контрактах на продаж товарів [10].

Усі міжнародні закупівлі оброблятимуться згідно з узгодженим Інкотермс, щоб визначити, яка сторона юридично несе витрати та ризики. Інкотермс буде чітко зазначено у відповідних товаросупровідних документах.

EXW – франко-завод або франко-склад. Франко-завод — це коли продавець надає товар у розпорядження покупця на території продавця або в іншому зазначеному місці (тобто на заводі, складі тощо). Продавцю не потрібно завантажувати товар на будь-який інкасатор.

FCA – франко-перевізник. Продавець доставляє товар перевізнику або іншій особі, призначеній покупцем, на території продавця чи в іншому зазначеному місці. Сторонам рекомендується якомога чіткіше вказати пункт у названому місці доставки, оскільки в цьому місці ризик переходить до покупця.

FAS – франко уздовж борту судна. Продавець виконує поставку, коли товар розміщується вздовж судна (наприклад, на причалі чи баржі), вказаного покупцем, у зазначеному порту відвантаження. Ризик втрати або пошкодження товарів минає, коли продукти знаходяться поруч із судном. З цього моменту всі витрати несе покупець.

FOB – франко борт. Продавець доставляє товар на борт судна, визначеного покупцем, у названому порту відвантаження або закупає вже доставлений товар. Ризик втрати або пошкодження товарів переходить, коли продукти знаходяться на борту судна. З цього моменту всі витрати несе покупець.

CFR – вартість і фрахт. Продавець доставляє товар на борт судна або закупає вже доставлений товар. Ризик втрати або пошкодження товарів переходить, коли продукти знаходяться на борту судна. Продавець повинен укласти договір і сплатити витрати та фрахт, необхідні для доставки товару в названий порт призначення.

CIF – вартість, страхування та фрахт. Продавець доставляє товар на борт судна або закупає вже доставлений товар. Ризик втрати або пошкодження товарів минає, коли продукти знаходяться на кораблі. Продавець повинен укласти договір і сплатити витрати та фрахт, необхідні для доставки товару в названий порт призначення. Продавець також укладає договір про страхування від ризику покупця втрати або пошкодження товару під час перевезення.

Покупець повинен мати на увазі, що за CIF продавець зобов'язаний отримати страхування лише на мінімальне покриття. Якщо покупець бажає мати більший страховий захист, йому потрібно буде або чітко домовитися про це з продавцем, або самостійно домовитися про додаткове страхування.

CPT – перевезення оплачене до. Продавець доставляє товар перевізнику або іншій особі, призначеній продавцем, у погоджене місце (якщо таке місце погоджено сторонами). Продавець зобов'язаний укласти договір і сплатити витрати на перевезення, необхідні для доставки товару до названого місця призначення.

CIP – перевезення та страхування оплачені до. Продавець несе ті самі обов'язки, що й СРТ, але він також укладає договір про страхування від ризику втрати або пошкодження товару під час перевезення. Покупець повинен мати на увазі, що за CIP продавець зобов'язаний отримати страхування лише на мінімальне покриття. Якщо покупець бажає мати більший страховий захист, йому потрібно буде або чітко домовитися про це з продавцем, або самостійно домовитися про додаткове страхування.

DAP – доставка на місце. Продавець виконує поставку, коли товар надається в розпорядження покупця на прибулому транспортному засобі, готовому до розвантаження в названому місці призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару до вказаного місця.

DPU – доставка в місце призначення з розвантаженням (замінює Інкотермс 2010 DAT). DPU замінює колишній Incoterms DAT (доставка в термінал). Продавець виконує поставку, коли товар після розвантаження надається в розпорядження покупця в названому місці призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару та його розвантаженням у вказаному місці призначення.

DDP – доставка зі сплатою мита. Продавець доставляє товар, коли товар надається в розпорядження покупця, очищений для імпорту на прибулому транспортному засобі, готовий до розвантаження в названому місці призначення. Продавець несе всі витрати та ризики, пов'язані з доставкою товару до місця призначення. Вони повинні розмитнити продукцію не лише для експорту, а й для імпорту, сплатити будь-які мита як для експорту, так і для імпорту та виконати всі митні формальності [10].

У 1923 році Міжнародна торгова палата вперше озвучила умови комерційної торгівлі. Після створення Міжнародної торгової палати у 1919 році однією з перших ініціатив було сприяння міжнародній торгівлі. Міжнародна торгова палата намагалася зрозуміти комерційні торговельні терміни, які використовують торговці, шляхом вивчення шести загальноживаних термінів у

13 країнах. Висновки були опубліковані в 1923 році, підкреслюючи розбіжності в інтерпретаціях.

У 1928 році чіткість покращилася. Щоб перевірити розбіжності, було проведено друге дослідження, але з розширенням торговельних термінів, що використовуються в більш ніж 30 країнах.

У 1936 році були створені глобальні рекомендації для трейдерів. Було опубліковано першу версію правил Incoterms, яка містила терміни FAS, FOB, C&F, CIF, Ex Ship і Ex Quay.

У 1953 році відбувався розвиток залізничного транспорту. Через Другу світову війну додаткові перегляди правил Incoterms не відновлювалися до 1953 року, коли дебютували три нові торгові терміни для неморських перевезень: DCP (витрати за доставку оплачено), FOR (франко на залізниці) і FOT (франко на вантажівці).

У 1967 були виправлені неправильні тлумачення термінів. Було запущено третю редакцію, яка мала справу з неправильним тлумаченням попередньої версії. Було додано два торгові терміни для доставки на кордоні (DAF) і доставки в пункт призначення (DDP).

У 1974 році відбувся прогрес у авіаперевезеннях. Інша версія, видана через збільшення використання повітряного транспорту, яка включала новий термін FOB Airport (Free on Board Airport), мала на меті усунути плутанину навколо терміну FOB (Free on Board) шляхом позначення точного використовуваного «судна».

У 1980 році відбувалося поширення контейнерних перевезень. Розширення перевезення вантажів у контейнерах і нові процеси оформлення документації вимагали ще одного перегляду, який запровадив торговельний термін FRC (Free Carrier...Named at Point), що відноситься до вантажів, фактично отриманих не на борту судна, а в пункті прийому на березі. наприклад, контейнерний майданчик.

У 1990 році стався повний перегляд. Випущено п'яту редакцію, яка спростила термін «франко-перевізник», видаливши правила для певних видів транспорту, натомість використовуючи загальний термін FCA (франко-

перевізник... у визначеному місці). Інші перегляди пояснюються збільшенням використання електронних повідомлень.

У 2000 році змінено зобов'язання щодо митного оформлення. Розділ «Ліцензії, дозволи та формальності» правил FAS і DEQ Incoterms були змінені відповідно до того, як більшість митних органів вирішують питання щодо експортерів та імпортерів.

У 2010 році відбувалися роздуми про сучасний торговий ландшафт. Incoterms 2010 консолідував групу правил D, видаливши DAF (поставка на кордоні), DES (поставка з судна), DEQ (поставка з причалу) і DDU (поставка без сплати мита) і додавши DAT (поставка на терміналі) і DAP (доставлено на місці). Інші зміни включали посилення зобов'язань для покупця та продавця співпрацювати щодо обміну інформацією та зміни, щоб пристосуватись до «рядкових продажів».

У 2020 році відбулася редакція Інкотермс. Щоб йти в ногу зі світовою торгівлею, що постійно змінюється, останнє оновлення умов торгівлі було запущено у вересні 2019 року [11].

Висновки до розділу 1

В результаті вивчення наукових робіт вітчизняних та зарубіжних науковців було розглянуто сутність поняття «експортна діяльність підприємств» та встановлено, що експортна діяльність – це системний тривалий процес, що складається з певних етапів, до яких належить підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту та власне здійснення експорту, що несе за собою певні економічні наслідки. Було охарактеризовано сучасну систему зовнішньоекономічної діяльності. Визначено мотиви, які спонукають підприємства на зовнішній ринок. Серед них збільшення обсягів продажів та отримання додаткового прибутку, диверсифікація ризиків, використання конкурентних переваг, доступ до нових ресурсів та технологій, покращення іміджу та державна підтримка.

Встановлені фактори, які впливають на експортну діяльність підприємств. Це внутрішні фактори (масштаби зовнішньої торгівлі, витрати, досвід, контроль) та зовнішні фактори (економічна свобода, конкуренція, ризики). Фактори впливу на експортну діяльність можна розділити наступним чином: за ступенем спонукання до експортної діяльності, за ступенем охоплення середовища впливу, за ступенем контрольованості, за часом дії, за сферою впливу, за рівнем конструктивності, за рівнем важливості, за механізмом дії та за рівнем комплексності об'єкта впливу.

Регулюється експортна діяльність підприємств Законами України, Указами Президента України, Декретами Кабінету Міністрів України, Положеннями Міністерства економічного розвитку й торгівлі України, МЗС, інших міністерств та відомств, угодами, укладеними Україною з іншими державами, а також іншими законодавчими актами України. Основний закон, що регулює діяльність українських підприємств на зовнішніх ринках – Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» 1991 р. Даний Закон дає визначення основним термінам, закріплює основні принципи й правила здійснення

зовнішньоекономічної діяльності, визначає суб'єктів та їх права й обов'язки, визначає об'єкти, дає перелік можливих видів зовнішньоекономічної діяльності, регулює економічні відносини України з іншими державами, захищає права й інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Розглянуто міжнародні комерційні умови поставки товарів – Інкотермс. Інкотермс визначає коли витрати та ризики продавця переходять на покупця. Інкотермс охоплюють перевезення всіма видами транспорту – автомобільним, залізничним, повітряним, морським та позначаються трьома буквами. EXW – франко-завод, FCA – франко-перевізник, FAS – франко уздовж борту судна, FOB – франко борт, CFR – вартість і фрахт, CIF – вартість, страхування та фрахт, CPT – перевезення оплачене до..., CIP – перевезення та страхування оплачені до..., DAP – доставка на місце, DPU – доставка в місце призначення з розвантаженням, DDP – доставка зі сплатою мита. Інкотермс вперше були озвучені Міжнародною торговою палатою у 1923 році та постійно оновлюються й вдосконалюються.

РОЗДІЛ 2

ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз структури експорту агропромислового комплексу України

Харчова промисловість - одна з провідних структуро-формуєчих галузей не лише агропромислового й промислового комплексів, а й усього народного господарства України. До її складу входить більше 20 галузей, що виробляють як готову продукцію, так і напівфабрикати. Провідними галузями харчової промисловості України є цукрова, м'ясна, молочна, олійно-жирова, плодоовочеконсервна, кондитерська, спиртова, виноробна, соляна [12].

Агропромисловий комплекс України займає друге місце в структурі всього господарства держави, після індустріального виробництва. Крім того, сільськогосподарська продукція є однією з найбільших складових сучасного українського експорту.

Україна знаходиться в сприятливих кліматичних та природних умовах для розвитку аграрної галузі і входить в перелік найсильніших виробників аграрної продукції, та займає провідні позиції серед сучасних світових експортерів.

Агропромисловий комплекс України має високі показники інвестиційної привабливості, оцінюється як перспективний, і навіть під час війни викликає зацікавленість іноземних та українських інвесторів.

Агропромисловий комплекс України включає в себе спеціалізовані підприємства, організації, які виконують випуск та переробку продукції сільського господарства, її транспортування та реалізацію, належне зберігання. Також, окреслюють аграрні компанії, що забезпечують випуск виробничих фондів, ремонт техніки та устаткування, здійснюють дослідницьку роботу та інтегрують її результати в сфері землеробства та тваринництва.

Галузі, які утворюють агропромисловий комплекс України, умовно розділяють на чотири сектора:

- фондоутворюючі — будівництво об'єктів сільського господарства, машинобудування, розробка і виробництво спеціалізованої техніки та машин для оснащення галузей комплексу в сфері переробки, оптової та роздрібною торгівлі, закладів громадського харчування, виробництво спеціалізованих хімікатів, добрив різного типу, виробництво комбікормів;
- сільське господарство — найбільший і головний сегмент, що складається з тваринництва та рослинництва;
- переробні — включають в себе харчову промисловість, частину легкої промисловості, аграрні компанії, що спеціалізуються на зберіганні, та продажі вже готової продукції в сфері;
- інфраструктурні — спеціалізуються на транспортуванні, забезпеченні зв'язком, постачанні тепла, енергії та води, також вузькопрофільні навчальні та наукові заклади.

Агропромисловий комплекс здійснює виробництво продовольчих та непродовольчих товарів, що отримуються шляхом проведення переробки сировини сільського господарства. Ті сектори комплексу, які виконують переробку продукції тваринництва або рослинництва, іменують галузевими.

Відокремлюють серед них такі, що виконують переробку продукції рослинництва — зерно-продуктовий, плодоконсервний та овочеконсервний, буряко-цукровий, промисловість переробки льону, та ті, що спеціалізуються на переробці продуктів тваринництва — м'ясна, молочна промисловість, переробка продуктів птахівництва.

Територіально відокремлюють пункти, центри, кущі, та вузли агропромислового комплексу. Також розподіляють сектори агропромислового комплексу зонально — розташовані в Поліссі, Степу та Лісостепу України.

Окремо варто розглянути харчову промисловість, що є важливою ланкою агропромислового комплексу. Окреслюють три категорії галузей в харчовій промисловості:

- здійснюють переробку нетранспортабельної або мало транспортабельної сировини, з високими нормами витрат, і короткими

термінами зберігання, та транспортабельна сировина, що має довгий термін зберігання — спиртові, цукрові, консервні, крохмале-патокові, олійна, жирова та маслоробна промисловості;

- переробляють транспортабельну сировину, та виробляють продукцію з малою транспортабельністю, чи з обмеженими термінами зберігання, розташовані в зонах реалізації — кондитерське та макаронне виробництво, хлібопекарні, пивоварні, молочне виробництво, безалкогольні напої, слабоалкогольні напої;

- можуть розташовуватись як поряд з джерелами сировини, так і в зонах реалізації продукції, а також такі, що можуть мати територіально відокремлені стадії технологічних процесів — м'ясна, борошномельна, тютюнова та виноробна галузь [13].

Україна має розвинений продовольчий комплекс, який спроможний не лише повною мірою забезпечити населення країни харчовими продуктами, а й формувати активну позицію країни на міжнародних ринках низки ключових агропродовольчих товарів. Завдяки традиційно потужному продовольчому експорту Україна є одним з гарантів продовольчої безпеки у світі. До повномасштабної війни за обсягами експорту Україна входила до п'ятірки найбільших експортерів зернових у світі, експортували $\frac{3}{4}$ від того, що виробляли, внутрішнє споживання зернових становило лише 20–25 %. Україна постачала 10 % світового експорту пшениці, понад 14 % кукурудзи і понад 47 % соняшникової олії [14].

Наразі Україна залишається ключовим постачальником на світових ринках зерна та соняшникової олії, з часткою понад 10 % міжнародної торгівлі. 2023 р. експортовано 16,1 млн т пшениці до 65 країн, 26,2 млн т кукурудзи до 80 країн і 5,7 млн т соняшникової олії до 130 країн світу [15].

За січень-серпень 2023 року Україна експортувала товарів на \$24,5 млрд, з яких до бюджету внаслідок сплати вивізного мита надійшло 465,8 млн грн. Експортери отримали на 15% менше виручки порівняно з аналогічним періодом 2022 року (\$28,9 млрд) та на 41% – відносно \$41,8 млрд за вісім місяців 2021-го.

Зменшення виручки у 2023 році пов'язано з тим, що в січні та лютому 2022 року, до повномасштабного вторгнення РФ, обсяги українського експорту були рекордними. Якщо порівнювати період за шість місяців з березня до серпня, обсяги експорту у 2023 році зросли на 2% порівняно з аналогічним періодом 2022 року.

Загалом експорт товарів за 2022 рік становить \$44,2 млрд, що на 35% менше, ніж 2021 року.

Географічна структура експорту. Новий склад основних країн – покупців українських товарів продовжує формуватися на тлі геополітичного перебалансування.

Трійка країн, в які найбільше експортовано товарів з України за вісім місяців 2023 року:

- Польща;
- Румунія;
- Китай [16].

Зернове питання з Польщею негативно впливає на постачання в країну української продукції. Спад експортної виручки лише частково компенсується зростанням постачання до Румунії. Південно-західний сусід допоміг Україні з відкриттям логістичних можливостей через свої дунайські та чорноморські порти, а також сухопутні транспортні коридори.

За повний 2022 рік Україна експортувала до Польщі зернових культур на \$638 млн, до Румунії – майже удвічі більше – на \$1,3 млрд. За вісім місяців 2023 року – всього на \$177 млн до Польщі та вже на \$950 млн – до Румунії.

Китай – на третьому місці серед покупців українського експорту, лише на \$11 млн обігнавши Туреччину, суми постачання до якої знизилися на 4,2% рік до року і становлять \$1,8 млрд.

Високий вплив Туреччини та Китаю на загальну структуру українського експорту має неоднозначні наслідки. З одного боку, це може стати джерелом потенційних загроз у випадку посилення геоекономічної фрагментації. З іншого – тісна торгова прив'язка Китаю та Туреччини до окремих видів української

продукції може зіграти й стабілізаційну роль під час війни. Країни захищатимуть власні економічні інтереси, які можуть постраждати від перебоїв у логістиці [16].

У 2021 році Китай займав перше місце серед країн призначення українського експорту, в основному експортував руду, зернові та олійні культури. До трійки лідерів входили також Польща і Туреччина (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Топ-20 країн експортерів з України

Країна	Експорт, млн дол	Приріст, %
Польща	3362	-25,2
Румунія	2601	20,6
Китай	1791	8,4
Туреччина	1780	-4,2
Німеччина	1270	-11,4
Іспанія	1119	53,0
Італія	994	-5,0
Нідерланди	954	-12,9
Угорщина	916	-39,6
Словаччина	773	-27,2
Чехія	723	-19,8
Єгипет	675	11,1
Болгарія	579	-39,2
Молдова	533	-13,9
Індія	428	-14,0
Австрія	416	-30,3
Литва	412	-3,8
США	335	-41,9
Франція	293	-14,3
Бельгія	226	15,7

Джерело: розроблено на основі даних [16]

Наступні сім країн за обсягами купівлі української експортної продукції – це «локомотиви європейської економіки»: Німеччина, Іспанія, Італія, Нідерланди та сусідні з нами Угорщина, Словаччина і Чехія.

З решти неєвропейських країн – споживачів українського експорту в першій двадцятці – лише Єгипет, Індія та США, кожна з яких разом із Молдовою та низкою країн – членів Євросоюзу придбала українських товарів на суму в діапазоні \$200–700 млн з початку 2023 року, що становить по 1–3% від сукупного «експортного пирога».

За вісім місяців 2023 року географічна структура експорту з України змінилася. Найбільша частка серед напрямків постачання української продукції залишається за Польщею, втім, вона знизилася з 15,5% до 13,7% (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Торгові партнери за часткою товарного експорту, %

8 місяців 2022 р.		8 місяців 2023 р.	
Польща	15,5	Польща	13,7
Румунія	7,5	Румунія	10,6
Туреччина	6,4	Китай	7,3
Китай	5,7	Туреччина	7,3
Угорщина	5,2	Німеччина	5,2
Німеччина	5,0	Іспанія	4,6
Нідерланди	3,8	Італія	4,1
Словаччина	3,7	Нідерланди	3,9
Італія	3,6	Угорщина	3,7
Болгарія	3,3	Словаччина	3,2
Чехія	3,1	Чехія	3,0
Іспанія	2,5	Єгипет	2,7
Молдова	2,1	Болгарія	2,3
Єгипет	2,1	Молдова	2,1
Австрія	2,0	Індія	1,7
США	1,9	Австрія	1,7
Індія	1,7	Литва	1,6

РФ	1,6	США	1,3
Литва	1,4	Франція	1,2
Саудівська Аравія	1,2	Бельгія	0,9

Джерело: розроблено на основі даних [16]

На першому місці за ростом частки в українському експорті протягом восьми місяців 2023 року опинилася Румунія. На друге місце за позитивною зміною експортної частки вийшла Іспанія, яка наростила обсяги товарних закупівель з України на 53% рік до року, до \$1,1 млрд.

Збільшилася частка постачання українського експорту й до таких країн, як Китай, Туреччина, Єгипет. Наростили покупки українських товарів Бельгія та Ізраїль.

Натомість Німеччина, Італія, Нідерланди, попри ріст питомої ваги та місць у рейтингу торгових партнерів по експорту, знизили обсяги купівлі українських товарів.

Угорщина, яка була п'ятим споживачем українських товарів за вісім місяців 2022 року, з початку 2023 року опустилась на дев'яту сходинку в рейтингу країн – реципієнтів вітчизняного експорту. Частка Угорщини в загальному експорті України знизилася до 3,7%.

Росія у 2023 році взагалі зникла з мапи українського експорту. На 99% обвалився обсяг офіційних постачань України до країн-союзників РФ: Білорусі та Ірану – з \$1,7 млн та \$0,7 млн за минулий рік до майже нуля за поточний.

Скоротилися частки в експортних доходах України й Болгарії, Словаччини, Австрії, США, Саудівської Аравії, Іраку, Південної Кореї та Алжиру. Занепад торгівлі з віддаленими торговими партнерами може бути пов'язаний із блокуванням Росією чорноморських перевезень з України.

Найбільш експортовані категорії товарів з України за вісім місяців 2023 року:

- продовольство: \$14,6 млрд;
- метали та вироби з них: \$2,7 млрд;

- машини, устаткування і транспорт: \$2,1 млрд.

Обсяги експорту продукції агропромислового комплексу п'ятикратно переважають над експортом товарів металургійного сектору, хоча впродовж десятиліть це були цілком рівнозначні канали заведення валютної виручки в Україну (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні товарні групи українського експорту

Продуктова група	Експорт, млн дол	Частка, %	Приріст, %
Зернові культури	6083	24,9	17,1
Жири та олії	3766	15,4	3,1
Чорні метали	1821	7,4	-51,1
Насіння олійних рослин	1521	6,2	-10,8
Електричні машини	1259	5,1	-32,1
Руди, шлак, зола	1213	5,0	-54,1
Деревина і вироби з деревини	1064	4,3	-20,3
Залишки і відходи харчпрому	871	3,6	27,5
Вироби з чорних металів	626	2,6	-10,8
М'ясо та їстівні субпродукти	599	2,4	-3,9
Реактори ядерні, котли, машини	580	2,4	-30,5
Меблі	537	2,2	-2,7
Цукор і кондитерські вироби	338	1,4	181,3
Паливо, нафта, нафтопродукти	297	1,2	-52,4
Молоко, яйця, мед	271	1,1	-1,5

Джерело: розроблено на основі даних [16]

Українські експортери за січень-серпень 2023 року найбільше доходів отримали від продажу за кордон зернових культур (кукурудзи, пшениці, ячменю, гречки, сорго, жита), що становить чверть усього експорту за досліджуваний період на суму \$6,1 млрд.

На другому місці в рейтингу експорту знаходиться продуктова група «жири та олії» (15,4% від загального експорту за вісім місяців), до якої входять

насамперед соняшникова, соєва та ріпакова олії. Також у значно менших обсягах – маргарин, жири та віск. Загальна сума проданого – \$3,8 млрд.

Хоча загальний вигляд продуктової структури експорту виявився стійкішим до змін порівняно з географічним розрізом, перші вісім місяців 2023 року внесли деякі корективи й в український продуктивний експортний профіль.

Лідерами за приростом частки в товарному експорті порівняно з аналогічним періодом минулого року стали:

- зернові культури;
- жири та олії;
- залишки та відходи харчпрому;
- цукор і кондитерські вироби.

Максимальні значення відносного приросту обсягів експорту – в цукрово-кондитерській галузі, продажі алкогольних та безалкогольних напоїв, різних харчових продуктів, зокрема дріжджів, морозива та соусів, залишків і відходів харчпрому у вигляді макухи та жому.

Позитивна динаміка зовнішніх постачань зафіксована і за какао, зерновими культурами, виробами із зерна.

2.2. Експорт кондитерських виробів в Україні

Кондитерська галузь – це одна з галузей промисловості України, яка входить до харчової промисловості. Загальний обсяг продукції харчової промисловості складає 22%, частка загального обсягу ВВП - 7,8%.

Харчова промисловість характеризується більш-менш стабільним попитом, якщо порівнювати з іншими галузями, які більше залежать від рівня життя населення та схильні до коливань на ринку, проте головною метою функціонування є задоволення потреб споживача [17].

Стосовно головної цілі кондитерської галузі, то вона досягається тоді, коли відбувається задоволення додаткової потреби клієнта, і завдяки цьому кондитерська галузь є більш залежною від коливання економіки країни та світу.

Для виготовлення кондитерської продукції використовують наступні складові: молочні продукти, борошно, цукор, масло, какао продукти, фрукти, горіхи, мед, крохмаль, ароматичні речовини, барвники та ін. Тому головну роль відіграє наявність сировинної бази при урахуванні фактору розміщення підприємств кондитерської галузі.

Кондитерська продукція – це продукти харчування, яка має високу калорійність та досить високий вміст цукру, тому галузь кондитерської промисловості розвивається досить швидкими темпами та є однією з основних галузей харчової промисловості. Споживачі кондитерських виробів наразі отримують від виробника досить широкий вибір продукції.

Товари кондитерського виробництва – це харчові продукти, які мають дуже широкий вибір асортименту та різняться за технологією виробництва, рецептурним складом та своїми властивостями споживання. Але не зважаючи на те, що ці продукти не входять до споживчого кошика та не є продуктами першої необхідності, все ж вони користуються великим споживчим попитом у населення [17].

Класифікувати виробництво кондитерських товарів можна за трьома категоріями (рис. 2.1):

– вироби з борошна (вафлі, печиво, крекери та ін.);

- шоколадні товари(шоколадні цукерки, шоколад та ін.);
- цукрові вироби (мармелад, зефір, карамель та ін.) [17].



Рис. 2.1 Класифікація кондитерських виробів за категоріями

Джерело: розроблено на основі даних [17]

Ринок виробництва кондитерських товарів України можна охарактеризувати присутністю зовнішніх та внутрішніх конкурентів. Після підписання угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом конкурентами українського кондитерського ринку автоматично стають європейські транснаціональні корпорації. Проте, наразі для того, щоб увійти на ринок кондитерських товарів України новим підприємствам потрібно зіштовхнутися з багатьма проблемами, тому що на цьому ринку переважає олігополія.

Для виробників кондитерських товарів характерним є закупівля какао-бобів у країн-постачальників з Африки. Оскільки не має альтернативних варіантів щодо постачання сировини, звідси формується ціна продукції. Найбільші постачальники з Африки (Гана) займають друге місце по транспортуванню какао-бобів, та мають намір диверсифікувати постачання сировини на ринки Китаю та Азії [18].

Кондитерські вироби з цукру вітчизняного виробництва, не зважаючи на складні економічні умови, у яких їх виготовляють, якісні та користуються попитом на глобальному ринку.

Україна в умовах безпрецедентних форс-мажорних обставин 2022 року зменшила обсяги експорту кондитерських виробів з цукру до 70 тис. тонн. Проте зберегла свої позиції на глобальному ринку [19].

За підсумками 2023 року Україна зафіксувала позитивні тенденції у сфері експорту кондитерських виробів. Зросли обсяги та виторг від експорту кондитерських цукрових виробів — \$186 млн (+34%) за 86 тис. т (+23%).

Какао-продуктів та шоколаду продано на суму \$195 млн (+32%) у кількості 55 тис. т (+18%).

Позитивна динаміка фіксувалася й у постачанні на міжнародний ринок хлібобулочних кондитерських виробів — 89 тис. т (+29%) вартістю \$213 млн (+40%) [20].

Українські цукерки, зокрема “ірис” та інші з вареного цукру, карамель та білий шоколад, мають великий попит на зовнішніх ринках. За даними Української асоціації аграрного експорту, протягом першого півріччя 2023 року Україна експортувала понад 40 тисяч тонн цукрових кондитерських виробів на суму близько \$85 мільйонів. Польща, Румунія і Казахстан є основними споживачами, забезпечуючи третину всіх закупівель [21].

За узагальненими даними Міжнародного торгового центру, у 2022 році глобальний експорт цукрових солодошів перевищив \$14 млрд, що на 6% більше за показник 2021 року. У кількісному вираженні експорт кондитерських виробів минулого року становив майже 4 млн. т. У цьому сегменті найбільшими постачальниками на світовий ринок виступають Німеччина (437 тис. т), Китай (428 тис. т) та Туреччина (315 тис. т). Провідну десятку експортерів також доповнюють Іспанія, Бельгія, Нідерланди, США, Канада, Індія та Польща.

Українська асоціація аграрного експорту рекомендувала галузевим виробникам та експортерам сфокусуватися не лише на традиційній продукції, а й приділити увагу впровадженню новинок із зміненими найменуваннями,

смаками, упаковкою тощо. Доречним також буде просування нішевих продуктів в окремих географічних регіонах (Близький Схід, Тихоокеанська частина Азії, Африка, Латинська Америка), адже глобальний ринок кондитерських виробів із цукру є сформованим та достатнім за обсягами пропозиції, тому диверсифікація товарного асортименту підвищує можливості отримання преміальної виручки в умовах конкурентного глобального ринку кондитерських виробів [22].

Протягом 2022 року в кондитерській галузі майже 20% підприємств постраждали від воєнних дій чи були закриті. Обсяги виробництва скоротилися на 10-12%, але це не спричинило дисбаланс чи дефіцит продукції на ринку, оскільки у відсотковому співвідношенні через міграцію населення та зниження купівельної спроможності обсяги споживання теж скоротилися.

Вітчизняні виробники (табл. 2.4) забезпечують 90% кондитерської продукції, і лише 10% припадає на імпорт. Водночас географія експорту української продукції дещо змінилася протягом 2022 року: припинилися постачання до РФ і Білорусі, але збільшилися до країн ЄС. Загалом обсяги експорту в 2022 році знизилися на 10% [23].

Таблиця 2.4

Топ-5 виробників кондитерських виробів в Україні

Виробник	Дата заснування
Корпорація «Рошен»	1996 р.
Кондитерська фабрика «АВК»	1991 р.
Виробниче об'єднання «Конті»	1997 р.
Корпорація «Бісквіт-шоколад»	2004 р.
Кондитерська фабрика «Житомирські ласощі»	1944 р.

Джерело: розроблено на основі даних [23]

2.3. Вплив воєнних дій на агропромисловий комплекс України та експортну діяльність

Аграрна мапа України зазнала суттєвих змін, в нашій державі впало виробництво зерна, овочів та фруктів. Внаслідок окупації українські аграрії втратили великі площі землі. Ще одним катастрофічним наслідком війни стала втрата можливості експортувати продукцію та отримувати дохід [24].

Аграрна сфера зіштовхнулася з серйозними наслідками війни в Україні, та зазнала значних втрат внаслідок повномасштабного вторгнення. За даними Міністерства аграрної політики України, а також дослідження, проведеного Київською школою економіки, повна вартість збитків, що нанесені галузі сільського господарства внаслідок вторгнення РФ, станом на 2022 рік складала 6,6 мільярдів доларів США.

Непрямі втрати, що виникли внаслідок зниження обсягів виробництва, блокади портів, а також підвищення витрат виробництва складають 34,25 мільярди доларів США, з яких 11,2 млрд — втрати в секторі рослинництва, через зменшення показників виробництва, 348,7 млн — втрати в сфері тваринництва. Скорочення виробничих процесів озимих культур призвело до збитків в 3 млрд доларів США, збитки в секторі багаторічних культур склали 322 млн. Окремо варто окреслити втрати через проблеми в логістичних процесах — 18,5 млрд доларів США.

Внаслідок вторгнення РФ, нанесені збитки 2653 суб'єктам господарювання, що входять в агропромисловий комплекс України. При цьому, площа багаторічних насаджень зменшилась на 9 тисяч гектарів, а ріллі на 1,9 млн гектарів. Через мінування територій, існує потреба в проведенні обстеження та розмінування площі приблизно 1 млн гектарів. Зросла вартість виробничих процесів, через підвищення цін на паливо, добрива та посівні культури.

Суттєві збитки нанесено сфері рослинництва. Показники виробничих обсягів впали до 35-40% відносно попереднього року, що викликано зменшенням площ посіву, та зниженням показників врожайності. Також, за даними Мінагрополітики, збитки внаслідок викрадення окупаційними військами

складають близько 500 тисяч тонн зерна, декілька десятків тисяч тонн олії соняшника, та велику кількість овочів[13].

Тваринництво також зазнало значних втрат. Профільне міністерство повідомляє про знищення близько 15-20% рогатої худоби, поголів'я в сфері птахівництва та розведення свиней. Значно впало виробництво продукції сфери тваринництва в постраждалих регіонах [13].

Згідно з даними Держстату у 2022 році збір зерна впав на 40%, овочів – на 25%, фруктів – на 10%.

Окупація та втрата шляхів збуту вплинули на обсяги виробництва зерна в Україні. У 2022 році Україна втратила понад 32 млн тонн врожаю зерна або 37,4% відносно 2021 року. Зерно – основа українського агроекспорту і воно постраждало найбільше серед усіх напрямків агропромислового виробництва.

Окупація та активні бойові дії вплинули на втрату до 80% врожаю у Запорізькій, Донецькій та Луганській областях. Сильно постраждала економіка Херсонщини, частина території області була звільнена у кінці 2022 року, певні райони області й досі перебувають в окупації. Також до 50% врожаю втратила Харківщина, Одещина, Миколаївщина та Вінниччина.

Внаслідок війни українські аграрії також втратили найдешевший шлях експорту своєї продукції на зовнішній ринок – морем. Альтернативою став наземний і річковий транспорт, однак таке транспортування коштує дорожче.

Низькі ціни на агропродукцію та збільшення вартості послуг транспортування призвели до того, що фермери втратили більшу частину прибутку від продажу продукції. Як наслідок, багато фермерів відмовились збирати врожай, наприклад, великий відсоток врожаю кукурудзи у 2022 році залишився зимувати на полях [24].

Проблем додали і регулярні відключення електроенергії, які виводили з ладу обладнання.

Врожай гречки у 2022 році виріс майже на 40% – це унікальна ситуація. Причин для таких змін декілька:

- невеликі обсяги вирощування гречки до війни (у порівнянні з пшеницею та кукурудзою);
- гречка – внутрішня культура України, яка не експортується;
- 50% об'ємів власного споживання гречки Україна до війни експортувала переважно з РФ.

Більше гречки стали вирощувати фермери Чернівецької та Полтавської областей, в шість та чотири раз відповідно [24].

У 2022 році в Україні зібрали на 24,4% менше овочів, у порівнянні з 2021 роком. Найбільше постраждав врожай томатів, його обсяг впав майже вдвічі, раніше кожен четвертий український помідор походив з Херсонщини. Окупація регіону вплинула на обсяги виробництва томатів.

Загалом овочівництво тяжіє до води, тому компенсувати втрату Херсонщини змогли аграрії Одеської області (більше на 15%), адже на Одещині є зрошувальні системи та Черкаської області (більше на 5%) – регіон має вихід до Дніпра.

Суттєвого дефіциту овочів в Україні не відбулось, адже багато аграріїв переорієнтували частину своїх сільськогосподарських земель на овочівництво, бо тут більший заробіток. Багато підприємств також виїхали з постраждалих регіонів.

Неочікуваний приріст показала Сумська область. Регіон наростив виробництво капусти, картоплі та інших овочів.

Загалом регіони України мають великий потенціал для вирощування овочів, проте, щоб повністю компенсувати втрату обсягів врожаю необхідно 2-3 роки, адже крім вирощування овочів необхідно побудувати інфраструктуру для зберігання та сортування.

Вирощування фруктів також мігрувало з традиційних українських регіонів. У 2022 році більше фруктів стали вирощувати Черкащина (збільшення на 30%), Кіровоградщина (збільшення на 26%) та Львівщина (збільшення на 9%). Миколаївська область зібрала вдвічі більше винограду, ніж торік, Черкаська область увійшла в топ 10 регіонів з вирощування вишні [24].

Найбільше постраждали яблука, їх врожай впав на 12% та полуниця – у 2022 році її зібрали менше на 13%. Загалом внутрішнє вирощування фруктів у 2022 році скоротилось на 10,2%. Садівництво також сильно залежить від наявності води, тому багато підприємств виїхали в регіони де є доступ до систем зрошення та можливий збут продукції [24].

Спостерігається зниження показників експорту внаслідок блокування морських портів з 6-7 мільйонів тонн в місяць, до приблизно 1,5 тонни. Це стало фактором впливу на внутрішні ціни для реалізації продукції агробізнесу до рівня нижче собівартості в весняний період. Не дивлячись на покращення стану після реалізації зернової угоди, існують ускладнення з логістикою та постійна загроза припинення роботи «зернового коридору».

Не менше вплинуло на галузі агропромислового комплексу руйнування інфраструктури. Через військові дії постраждали або були повністю знищені об'єкти сільськогосподарського призначення, склади, важливі енергетичні вузли, виробничі цехи переробної промисловості, транспорт та ключові транспортні сполучення. Фіксуються втрати спеціалізованої техніки, внаслідок пошкодження або викрадення.

Фахівці та профільні підприємці окреслюють значний перелік ризиків та труднощів сектору в умовах військових дій на території держави. Розглянемо їх детально.

На першому місці знаходиться загроза втрати виробничого потенціалу та необхідного для функціонування підприємств ресурсу. Велика частка земель знаходиться під окупацією, постійно потрапляють під обстріли або потребують обстеження та розмінування, що унеможливорює їх використання. Спостерігається падіння обсягів внесення необхідних добрив і спеціалізованих засобів для захисту рослин, що негативно впливає на показники врожайності та порушує якість землі.

На місцевостях, що постраждали від бойових дій зазнали руйнацій різні угіддя сфери сільського господарства. Станом на сьогодні вони потребують значних інвестицій та реконструкції для повернення можливості їх

використання. Воєнні дії також призвели до забруднення землі, призначеної для продукції харчового сегменту. Станом на зараз, приблизно третина земельного фонду України знаходиться в зоні ризику [13].

Проблемним сектором є також забезпечення підприємств необхідною технікою, спостерігається зниження продажів спеціалізованих машин, що викликано різними факторами, в тому числі знищенням техніки та її викрадання.

Не менш суттєвий вплив на галузь має припинення діяльності частки виробників, або масштабна зміна їх діяльності, що обумовлено значними фінансовими та економічними збитками. Через бойові дії частина кваліфікованих фахівців та власників бізнесу припинили свою діяльність, або взагалі були вимушені мігрувати. За даними ООН, їх кількість складає близько 150 тисяч осіб. Станом на сьогодні невідомо, чи є можливість відновлення їх діяльності, як наслідок — можливий їх повний вихід зі сфери, або зміни профілю. Виробники сезонної продукції, які формували доходи та зайнятість населення сіл, також зазнали значних втрат.

Важливими проблемами залишається знищення частки необхідних для обробки та зберігання сировини об'єктів інфраструктури, наявність перешкод при роботі з зовнішніми ринками.

В той самий час, агропромисловий комплекс України впорався зі складними умовами, і продемонстрував позитивні тенденції розвитку та стійкі економічні показники.

Згідно даних Міністерства аграрної політики, за 2022 рік зібрано більше ніж 67 мільйонів тонн врожаю. Україна продовжує забезпечувати продовольчу безпеку світу.

Після підписання зернової угоди тільки за серпень 2022 року було відправлено 68 суден, які виконали доставку 1,72 мільйони тонн продукції агропромислового комплексу України в 18 країн. Весь обсяг поставок з використанням різних логістичних шляхів склав приблизно 5 мільйонів тонн продукції за серпень.

Протягом 11 місяців 2022 року виконано експорт 50,9 мільйонів тонн продуктів агропромислового комплексу України, та продуктів харчової сфери. Загальна сума поставок склала 21,1 мільярд доларів США [13].

Ефективність в сприянні агросектору продемонструвала державна програма «Доступні кредити 5-7-9», що надає представникам МСП спрощений доступ до кредитування в банках. Представники агробізнесу можуть отримати кредити в розмірі до 90 мільйонів гривень. Кошти надаються під ставку 5-9% річних, в залежності від категорії кредитного продукту, та особливостей компанії.

За даними Міністерства аграрної політики станом на початок 2023 року, аграрії України вже отримали більше 34,5 млрд. грн на розвиток власного господарства, з яких приблизно 20 млрд. грн отримано за програмою доступних кредитів, що надало змогу отримати необхідне фінансування 5300 підприємцям [13].

Третину товарного експорту з України формують зернові та олійні культури. Кожне друге підприємство галузі, тобто 53% повідомляє, що не припиняє експортувати взагалі. Водночас лише 15% експортерів харчової промисловості не змогли відновити експортну діяльність.

Істотно збільшилась частка постачання українського експорту до таких країн як Румунія, Угорщина, Словаччина, Болгарія та Молдова, які є географічно близькими сусідами. Транспортування вітчизняної продукції туди відбувається наземними магістралями на західному напрямку з відносно благополучних прикордонних регіонів Закарпаття, Буковини. Важливу роль у функціонуванні підприємства за кордоном та в межах країни на цей час є інвестиції. В той же час падіння імпорту було не таким суттєвим як експорту, оскільки обсяги купівлі закордонних товарів українцями скоротилися менше ніж на четвертину від довоєнного рівня, тоді як продажі за кордон впали на 1/3. Загалом, загальна сума імпорту за 2022 рік склала трохи більше за 44 млрд дол. порівняно з сумою у 73,2 млрд у 2021 році [25].

З початком масштабної війни українські компанії харчової промисловості почали активніше виходити на ринки ЄС, що вимагає від них додаткового розвитку виробництва та інвестицій. Наприклад, компанія Agricom Group завершила другий етап реорганізації заводу «Добродія» (м. Київ), який виготовляє пластівці із зернових культур і продукти на їх основі. Сума інвестицій у проект склала близько \$2 млн. Гроші вклали у відкриття нових потужностей, а саме профінансували запуск цехів.

Найбільші холдинги галузі попри війну також не відхилилися від інвестиційних планів. Зокрема, у МХП на 2022-й планували розвивати точне землеробство і, за словами керівника агрономічного відділу агроіндустріального холдингу, плану дотрималися. Зокрема, розпочали агрохімічний аналіз ґрунту та інвестували у підземне крапельне зрошення на 100 га під кукурудзою на Черкащині.

Найбільш масштабні інвестиції у галузі на воєнний період запланував «Кернел». Агрохолдинг до кінця 2023 року збирається побудувати новий перевантажувальний термінал «Девелопмент Рені Термінал» у морському порту Рені, тим самим збільшити обсяги експорту вантажів до 600 тис. т на рік. На проект холдинг планує витратити приблизно \$10 млн.

Підприємство також завершує будівництво одного з найпотужніших олійно екстракційних заводів Європи — Старокостянтинівського олійно екстракційного заводу. Загальна сума інвестицій, спрямованих на реалізацію цього проєкту, складатиме понад \$200 млн. Прийом соняшника розпочнуть вже восени.

Також «Кернел» придбав та запустив у порту Рені термінал «Дунай Пром Агро». Окрім цього, «Кернел» та Адміністрація морських портів України інвестують понад \$100 млн у порт Чорноморська [26].

Компанія «Лесафр Україна» утримує близько 25% українського ринку пекарських дріжджів, постачаючи свою продукцію як для виробників, так і для домашніх споживачів — тих, хто пече щось на своїй кухні. До війни третина вироблених пресованих дріжджів постачалася також і за межі України. Але, на

жаль, після початку російської агресії експорт звалився. А ось на українському ринку компанія Lesaffre продовжує працювати цілком успішно. Не оминули руйнування та захоплення окупантами виробничих потужностей й кондитерську галузь. Зокрема, виробництво компанії «Монделіс», яке виготовляло печиво «Oreo», «TUC», «Belvita», шоколад «Milka» та «Корона», що знаходиться в Тростянці Сумської області, зазнало значних пошкоджень.

Постраждала також фабрика "Деліція", яка виробляла великий асортимент печива, пряників та тортів, з міста Буча (Київська область). До речі, зі схожою проблемою зіткнувся і найбільший в Україні виробник солі "Артемсіль", потужності якого наразі знаходяться в гарячій точці бойових дій, тому виробництво там повністю зупинено [25].

Висновки до розділу 2

Харчова промисловість – одна з провідних галузей не лише агропромислового та промислового комплексів, а й усього народного господарства України. Територія України знаходиться в сприятливих природно-кліматичних умовах для розвитку аграрної галузі та входить в перелік найсильніших виробників аграрної продукції. Також, займає провідні позиції серед сучасних світових експортерів. Розвинений продовольчий комплекс України спроможний повною мірою забезпечити країну харчовими продуктами, а ще й формувати активну позицію на міжнародних ринках з ключовими продовольчими товарами. Потужний продовольчий експорт України є одним з гарантів продовольчої безпеки світу. Україна залишається ключовим постачальником на світових ринках зерна та соняшникової олії, з часткою понад 10 % міжнародної торгівлі. У 2023 році експортовано 16 млн т пшениці до 65 країн, 26 млн т кукурудзи до 80 країн та майже 6 млн т соняшникової олії до 130 країн світу. Основними покупцями української агропродукції є Європейський Союз, Індія, Китай та країни Близького Сходу. В 2023 році на ці регіони приходить 65 % загального експорту агропродукції з України.

Кондитерська галузь – одна з галузей промисловості України, яка входить до галузі харчової промисловості. Загальний обсяг продукції харчової промисловості – 22 %, частка загального обсягу ВВП – 7,8 %. Українські кондитерські фабрики виготовляють широкий асортимент кондитерських виробів. Таким чином, вони задовольняють різні категорії споживачів. Традиційно кондитерські вироби мають високу якість, це робить їх привабливими на світовому ринку. За 2023 рік обсяг та виторг від експорту кондитерських виробів зросли на 34 % та 23 % відповідно, до 186 млн дол за 86 тис т. Експорт какао-продуктів та шоколаду підвищився на 32 % до 195 млн дол, при збільшенні обсягу на 18 % до 55 тис т. Поставки хлібобулочних кондитерських виробів на міжнародний ринок відзначилися позитивною

динамікою, збільшення на 29 % в обсягу – 89 тис т та на 40 % вартістю – 213 млн дол. Найбільший попит на світовому ринку мають такі товари як: ірис, карамель та білий шоколад. Протягом першого півріччя 2023 року Україна експортувала понад 40 тис т цукрових кондитерських виробів на суму – 85 млн дол. Основними споживачами є Польща, Румунія, Казахстан, які забезпечують третину всіх закупівель.

Війна в Україні має значний негативний вплив на агропромисловий комплекс країни та на експортну діяльність підприємств харчової промисловості. Військові дії призвели до руйнування елементів агропромислового комплексу України, таких як елеватори, склади, заводи, транспортні засоби та сільгосптехніка. Це значно ускладнює зберігання, переробку, та транспортування сільськогосподарської продукції. Через бойові дії та мінування значна частина орних земель стала недоступною для обробки. Це призвело до скорочення посівних площ та до зменшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції. Окупація Чорноморського узбережжя блокує експорт агропродукції морським шляхом, який є основним каналом експорту в Україні. Це призвело до накопичення зерна та олійних культур на елеваторах та спричинило значні збитки для виробників та держави. Через блокування портів Україна змушена переорієнтувати експорт агропродукції та продовольчої продукції на альтернативні шляхи, такі як Дунайський водний шлях, автомобільний та залізничний транспорт. Це призводить до зростання витрат, підвищення собівартості та зниження конкурентоспроможності української продукції на світовому ринку.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні

Ринок органічної продукції займає одне з головних місць у світовій економіці, зокрема і в країнах Європейського Союзу. У цих країнах існує великий попит на органічну продукцію і значні обсяги органічної продукції, а безпосередньо органічної сировини, з України експортується в країни ЄС для подальшого перероблення та споживання. Попри існуючі нормативно-правові та соціально-економічні проблеми, формування ринку органічної продукції в Україні є перспективним, враховуючи наявні природні ресурси та зростаючий інтерес споживачів.

На фоні зростання попиту на органічну продукцію в Європейському Союзі Україна має перспективу розвитку експортного потенціалу в цьому секторі з використанням технологій, які допомагають підтримувати та відновлювати якісні характеристики ґрунту, тим самим зміцнюючи економічні зв'язки з Європейським Союзом [27].

Органічна продукція – це сільськогосподарська продукція, у тому числі харчові продукти та корми, отримані в результаті органічного виробництва. При цьому органічне виробництво є сертифікованою діяльністю, що пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції (у тому числі всі стадії технологічного процесу, а саме первинне виробництво (включаючи збирання), підготовка, обробка, змішування та пов'язані з цим процедури, наповнення, пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану продукції), що проводиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [28].

Україна володіє великими територіями, які можна використовувати для виробництва органічної продукції. Станом на 31.12.2022 року загальна площа

сільськогосподарських угідь, зайнятих під органічним виробництвом, та перехідного періоду, склала 263 619 га (0,6% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення України), в тому числі площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом – 246 126 га, площа сільськогосподарських угідь перехідного періоду – 17 493 га. Загальна кількість операторів становила 462, включаючи 380 сільськогосподарських виробників[32]. Доцільно відзначити, що органічне виробництво є одним із пріоритетів українського сільськогосподарського виробництва, як для виробників, так і для країни в цілому.

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

Виробники органічної продукції проходять процедуру сертифікації та в середньому раз на рік підтверджують статус органічного виробника. На упакуванні органічного продукту наносять маркування, яке засвідчує його органічність, а саме відповідний логотип та інформацію про відповідний орган сертифікації. Загалом в Україні працює 23 органи сертифікації, 20 з яких включені до офіційного переліку органів сертифікації в органічній сфері для України відповідно до Регламенту ЄС № 1235/2008, 9 мають право сертифікувати відповідно до стандартів США (NOP), 2 – відповідно до стандартів COR (Канада) та 13 – відповідно до стандартів Bio Suisse (Швейцарія)[28].

За результатами моніторингу, в Україні 412 компаній, сертифікованих відповідно до стандарту, еквівалентного Регламенту Ради (ЄС) №834/2007 (певні оператори також сертифіковані за іншими стандартами органічного виробництва, зокрема NOP, COR, Bio Suisse, Naturland, KRAV). 78% з них після початку війни продовжили діяльність.

З 20 міжнародних акредитованих органів сертифікації, включених до офіційного Переліку, затвердженого Комісією ЄС (Регламент ЄС) №1235/2008 від 08.12.2008), станом на кінець 2022 року активно в Україні працюють лише 7 органів сертифікації: Органік Стандарт (Україна), SIA STC (Латвія), Control Union (Нідерланди), Bio-inspecta (Швейцарія), Ceres (Німеччина), Suolo e Salute (Італія), DQS (Польща) [29].

Географія експорту органічної продукції з України продовжує стрімко розширюватися. За відносно короткий термін українським компаніям вдалося налагодити міжнародний ланцюжок поставок до понад 40 країн світу.

Українські органічні виробники вже експортують понад 60 видів продукції: крупи (кукурудза, пшениця, ячмінь), олійні культури, соєві боби, соняшникова олія, фрукти та ягоди, овочі, гриби, горіхи, зелень і кетчуп, соки, борошно, мед та інші [30].

Експорт органічної продукції в країни Європи склав 226,4 тисячі тонн у 2022 році. Цей же показник у 2021 році становив 196,4 тисячі тонн. Рекордні показники експорту спостерігалися вже в січні та лютому: за ці два місяці вдалося експортувати 75,7 тисячі тонн, або третину всього обсягу експорту за 2022 рік. У березні — травні спостерігалось критичне падіння експорту, який відновився вже в червні, показавши позитивну динаміку до листопада.

Беззаперечним лідером серед торговельних партнерів української продукції у 2022 році були Нідерланди — у цю країну було поставлено 101 тисячу тонн органічної продукції, або майже 45% українського органічного експорту. Серед лідерів також Німеччина (33,1 тис. тонн, або 15% всього експорту), Австрія (27,3 тис. тонн, або 12%), Швейцарія (17,7 тис. тонн, або 8%) та Польща (13,4 тис. тонн, або 6%).

Майже 40% усього експорту органічної продукції припало на кукурудзу (89,6 тис. тонн). Серед топових експортних продуктів у 2022 році також соя (33,7 тис. тонн, або 15%), пшениця та спельта (24,2 тис. тонн, або 11%), макуха соняшника (13,2 тис. тонн, або 6%), насіння соняшника (13 тис. тонн, або 6%) та олія соняшникова (8 тис. тонн, або 3,5%).

Більшість продукції було експортовано автомобільними шляхами - 58,6%). За допомогою морського та річкового транспорту експортовано - 26,8%, а залізницею — 14,6%. Високої частки експорту морським та річковим транспортом було досягнуто завдяки експорту морським шляхом у перші 2 місяці року, а також завдяки сертифікованим терміналам на Дунаї протягом інших місяців, зокрема на початку повномасштабної війни [31].

Органічне виробництво в Україні регулюється Законом України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (далі – Закон), а також відповідними підзаконними нормативно-правовими актами.

Міністерство аграрної політики та продовольства України здійснює практичні заходи щодо впровадження законодавства. Так, починаючи з 2022 року міністерство, відповідно до вимог статті 30 Закону, забезпечує проведення кваліфікаційних іспитів для кандидатів, які мають намір стати інспекторами з органічного виробництва, у разі надходження відповідних заявок. Наразі 36 осіб отримали свідоцтво інспектора з органічного виробництва та/або обігу органічної продукції. Це дало змогу органам сертифікації, які мають намір бути включеними до Реєстру органів сертифікації та здійснювати сертифікацію органічного виробництва відповідно до вимог українського законодавства у цій сфері, приступити до виконання наступної вимоги статті 28 Закону – акредитації Національним агентством з акредитації України.

У травні 2023 року Національне агентство з акредитації України видало перший атестат про акредитацію ТОВ «Органік Стандарт». У червні 2023 року Міністерство аграрної політики та продовольства України внесло ТОВ «Органік Стандарт» до Державного реєстру органів сертифікації у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції, що дозволило йому розпочати проведення сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції відповідно до вимог законодавства України. У серпні 2023 року Міністерство аграрної політики та продовольства України запустило Державний реєстр операторів, що здійснюють виробництво продукції відповідно до вимог

законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. Реєстри у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції розміщено на сайті Міністерства аграрної політики та продовольства України.

Вже у вересні 2023 року в Україні з'явився перший органічний продукт, який маркований українським державним логотипом для органічної продукції. Ним став органічний карпатський трав'яний чай від ТОВ «Мольфар Еко» (Закарпатська обл.) [32].

3.2. Перспективи розвитку експортної діяльності органічних підприємств

Покоління міленіалів – найбільша категорія покупців органічних товарів. Тобто середній вік споживача – 35-40 років. Органічна продукція знаходиться вище за середній ціновий сегмент.

Тому таким товарам віддають перевагу споживачі з високим рівнем доходу. Найчастіше органічні продукти купують сім'ї з дітьми. Молоді батьки хочуть захистити зростаючий дитячий організм від пестицидів, антибіотиків та інших хімічних компонентів.

Звичні способи залучення клієнтів не працюють в органічному секторі. Споживачів, які готові купувати органічні товари, не привабити знижками, подарунками та іншими акціями. Кращого ефекту можна досягти, якщо пояснювати цільовій аудиторії, як органічна продукція не лише покращує якість життя, а й сприятливо впливає на довкілля.

Клієнтам важливо легко зчитувати ставлення бізнесу до природи, екології, здорового способу життя. Варто підсвічувати це у комунікаціях, щоб людей, які обирають органічне, ставало більше, а отже й наша планета була здоровішою[35].

Експорт органічної продукції до країн ЄС зростає, як і двостороння торгівля. В Італії Україна посідає в імпорті 7 місце, тобто входить в топ -10 країн. Але, варто розрізняти два ринки: споживацький, який представлений реалізацією в супермаркетах, ринках, та органічна продукція, яка направляється на реалізацію, як сировина до виробничих процесів інших виробництв. В Італії набагато більші за обсягами перспективи – саме імпорт української органічної продукції до виробничих ланцюгів. Продукція представлена в секторі експорту соєвих бобів, органічних зернових, технічних культур, фруктів, ягід [33].

На ринку Німеччини, громадяни якої є прихильниками здорового харчування, є основним для українського виробника і перспективним. Ринок Франції дуже складний та закритий. Французи виробляють багато і задовольняють свій попит. 80% продукції у супермаркетах – саме французька

продукція. Для органічних виробників французький ринок є перспективним, оскільки тенденція ведення здорового харчування стає все більш популярною.

Ринок органічної продукції в Нідерландах достатньо стабільний, але не проявляє інтересу до української продукції, особливо під час війни. Виникають питання логістики, можливості оплати, обсягів товару. Також, європейці зазвичай підтримують свого національного виробника. Тому, як правило, надають перевагу своїм виробам та продукції. Проте потенціал цього ринку є великим.

Українські дипломати пропонують українським виробникам такі шляхи реалізації органічної продукції в ЄС:

- сезонні ярмарки, які є дуже популярними. Напряму – від органічного фермера до покупця;
- реалізація через спеціалізовані мережі органічної продукції, інтернет-магазини;
- реалізація через супермаркети.

Щорічно проходять великі ярмарки, зокрема Міжнародна виставка органічних продуктів BIOFACH в Нюрнберзі, де Україна має великий успіх [33].

У 2024 році Україна була представлена на заході двома Національними павільйонами та колективним стендом. Ще 3 компанії презентували свою продукцію окремими експозиціями. Загалом експортний потенціал українського органічного сектору розкривають 38 компаній, що є найбільшою кількістю експонентів за всю історію участі України на BIOFACH.

Органічний сектор України продемонстрував стійкість та оригінальні бізнес підходи, які допомагають триматися на плаву попри всі виклики. Незважаючи на повномасштабну війну, вдалося зберегти органічний сектор в Україні, диверсифікувати продукцію та залучити нових учасників в органічний ринок. Експорт органічної продукції у 2022 році залишився майже на тому ж рівні, що і у 2021, а Україна стала третім найважливішим постачальником органічної продукції до ЄС [34].

У 2024 році вперше на виставці BIOFACH відбулося представлення державного логотипа для органічної продукції на Національному павільйоні України та маркованої ним продукції.

У межах роботи національних експозицій України на BIOFACH 2024 експортери презентують такі органічні продукти (групи продуктів): зернові, крупи, борошно, овочі, фрукти, ягоди (сушені, сублимовані, заморожені), баштанні культури, бобові, гриби, горіхи, мед, олію, шоколад, соки, розчинні напої без кофеїну та цукру, ягідні пасти, дитяче харчування та снеки [34].

Україна активно працює на міжнародних ринках та вивчає різноманітні експортні можливості для постачання органічної продукції. Однак ситуація на внутрішньому ринку реалізації органічної продукції є дещо негативною. Так, на внутрішній ринок найбільше впливає переїзд великої кількості людей в інші куточки України та за кордон, низька купівельна спроможність через перебої в ланцюгах поставок і закриття виробничих компаній через руйнування інфраструктури, а також зниження попиту на органічну продукцію. З огляду на такі проблеми, на внутрішньому ринку виробники органічної продукції потребують підтримки продажів, щоб відповідати новим реаліям, зокрема звуження ланцюжків поставок, зниження собівартості виробництва та залучення нових клієнтів [27].

Мінагрополітики співпрацює з міжнародними проектами, що мають на меті розвиток органічного виробництва та обігу органічної продукції в Україні, зокрема з:

1. Швейцарсько-українською програмою «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» (QFTP), що фінансується Швейцарією та впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія).

2. Проектом «Німецько-українська співпраця в галузі органічного сільського господарства» (COA) [32].

3. Швейцарсько-українською програмою «Органічна торгівля заради розвитку у Східній Європі» (OT4D), що фінансується Швейцарією та впроваджується IFOAM – Organics International у партнерстві з HELVETAS Swiss Intercooperation та Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія).

4. Проектом ЄС «Інституційна та політична реформа дрібномасштабного сільського господарства в Україні» (IPRSA).

Представники проектів/програм надають експертну допомогу при розробці законодавчої та нормативно-правової бази, впровадженні законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, підтримують проведення різноманітних заходів щодо органічного виробництва.

Під патронатом та за участі Міністерства аграрної політики та продовольства України, у співпраці з учасниками органічного сектору та за підтримки міжнародних партнерів з розвитку, відбуваються різні заходи задля розвитку органічного ринку в Україні [32].

Українська продукція, особливо органічна, вже давно привабила зарубіжних споживачів та активно продається на полицях світових мереж супермаркетів.

Органічні бренди з України, які здобули своє місце на світових ринках:

- господарство «Family Garden» з 2017 року займається вирощуванням, сортуванням, пакуванням та експортом органічної лохини. Зараз це одна з найбільших плантацій органічної лохини в Україні та Європі площею 155 гектарів, яка розташована в Київській області. Також у господарстві є сучасне обладнання для товарної обробки свіжих ягід. З метою досягнення найвищих стандартів, Family Garden використовує передові технології на всіх етапах виробництва та прагне доцільно застосовувати органічний підхід. Увесь їхній асортимент продукції відповідає органічним стандартам і має відповідні сертифікати від «Органік Стандарт», а також сертифікати якості продукції Global GAP, GRASP, SMETA та BRC. Від початку діяльності Family Garden завжди була

орієнтована на експорт. Понад 95% продукції експортується в країни Європи, Близького Сходу та Азії. Клієнтами Family Garden є як найбільші світові імпортери ягід, такі як Driscoll's (США), BerryWorld (Велика Британія), Surexport (Іспанія), так й іноземний ритейл, на кшталт COOP Trading (Данія, Норвегія, Фінляндія) та EDEKA (Німеччина). За останні декілька років продукція компанії була присутня на полицях Німеччини, Нідерландів, Данії, Фінляндії, Швеції, Норвегії, Іспанії, ОАЕ та Малайзії.

- Бренд «Organic Milk» успішно працює на українському ринку вже 10 років і є одним із лідерів органічного виробництва у промислових масштабах. Компанія мала ряд викликів через війну, включаючи зменшення кількості цільових споживачів через міграцію населення, закриття експортних ринків у країни Перської затоки та збільшення витрат на виробництво, що ускладнює підвищення ціни через зменшену маржинальність. Однак, компанія тримає економічний тил і нарощує експортний потенціал у країни ЄС, наразі до Польщі. У Польщі продукцію можна знайти в таких мережах, як ALDI, Allegro, Auchan, Detal, Hurt, Intermarche, Leclerc, Marko, Snack та інші.

- «Рудь» – відомий бренд, що належить акціонерному товариству «Житомирський маслозавод» та успішно виробляє свою продукцію під цією торговою маркою з 1998 року. Морозиво ТМ «Рудь» представлене в 37 країнах світу. Органічну продукцію експортують під своєю ТМ «Ескімос Organic» та під приватними європейськими торговими марками до Польщі та Німеччини [36].

Висновки до розділу 3

Визначено особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні. Аналіз стану виробництва органічної продукції засвідчив, що не зважаючи на війну, Україна продовжує нарощувати обсяги виробництва такої продукції, на що вказує зростання обсягів експорту. Виявлено, що з кожним роком кількість виробників та операторів органічного виробництва в Україні зростає, а вироблена органічна продукція користується великою популярністю серед споживачів не лише в країнах Європи, а й у інших країнах, які імпортують українську органічну продукцію. У 2022 році Україна експортувала 245 600 тонн органічної продукції на суму 219 млн дол. США до 36 країн світу.

Україна активно працює на міжнародних ринках, зокрема на європейському ринку, і, як надійний експортер органічної продукції, шукає та вивчає різноманітні експортні можливості та налагоджує партнерські відносини. Виявлено, що Україна входить до ТОП-5 постачальників органічної продукції до ЄС, що дозволяє їй отримувати передові позиції на ринку органічної продукції ЄС. Розглянута динаміка обсягів експорту органічної продукції засвідчує, що найбільше Україна експортує до європейських країн зернові культури, а найбільшим імпортером органічної продукції з України є Нідерланди. Інші країни-імпортери української органічної продукції - Німеччина, Австрія, Швейцарія, Польща, Литва, США, Італія, Велика Британія та Чеська Республіка. Українські органічні виробники також експортували в деякі країни Азії та Північної Америки. До топ-3 експортованих органічних продуктів з України, які постачалися на міжнародні ринки, увійшли кукурудза, соя та пшениця. Також експортувалися олія соняшникова, макуха соняшника, соняшник, чорниця заморожена, ячмінь, ріпак, пшоно та інша продукція.

Україна має значний експортний потенціал органічної продукції, який попри війну, активно нарощується.

ВИСНОВКИ

На основі вивчення наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників було проаналізовано сутність поняття «експортна діяльність підприємств» і встановлено, що це систематичний і тривалий процес, який включає певні етапи: підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту і безпосередньо здійснення експорту, що має певні економічні наслідки. Було охарактеризовано сучасну систему зовнішньоекономічної діяльності. Визначено мотиви виходу підприємств на зовнішній ринок, серед яких збільшення обсягів продажів, отримання додаткового прибутку, диверсифікація ризиків, використання конкурентних переваг, доступ до нових ресурсів і технологій, покращення іміджу та державна підтримка.

Встановлені фактори, що впливають на експортну діяльність підприємств, включають внутрішні (масштаби зовнішньої торгівлі, витрати, досвід, контроль) і зовнішні (економічна свобода, конкуренція, ризики). Фактори впливу можна класифікувати за ступенем спонукання до експортної діяльності, охопленням середовища впливу, контрольованістю, часом дії, сферою впливу, рівнем конструктивності, важливістю, механізмом дії та комплексністю об'єкта впливу.

Експортна діяльність підприємств регулюється законами України, указами Президента України, декретами Кабінету Міністрів України, положеннями Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства закордонних справ, інших міністерств і відомств, а також угодами, укладеними Україною з іншими державами та іншими законодавчими актами. Основний закон, що регулює діяльність українських підприємств на зовнішніх ринках, – Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» 1991 р. Цей закон визначає основні терміни, закріплює принципи і правила здійснення зовнішньоекономічної діяльності, визначає суб'єктів та їх права й обов'язки, об'єкти, перераховує можливі види зовнішньоекономічної діяльності, регулює

економічні відносини України з іншими державами, захищає права та інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Розглянуто міжнародні комерційні умови поставки товарів – Інкотермс. Інкотермс визначають момент переходу витрат та ризиків від продавця до покупця і охоплюють перевезення всіма видами транспорту: автомобільним, залізничним, повітряним, морським. Вони позначаються трьома літерами: EXW – франко-завод, FCA – франко-перевізник, FAS – франко уздовж борту судна, FOB – франко борт, CFR – вартість і фрахт, CIF – вартість, страхування та фрахт, CPT – перевезення оплачене до..., CIP – перевезення та страхування оплачені до..., DAP – доставка на місце, DPU – доставка в місце призначення з розвантаженням, DDP – доставка зі сплатою мита. Інкотермс вперше були запропоновані Міжнародною торговою палатою у 1923 році і постійно оновлюються та вдосконалюються.

Харчова промисловість є однією з провідних галузей не лише агропромислового та промислового комплексів, але й усього народного господарства України. Завдяки сприятливим природно-кліматичним умовам Україна належить до найпотужніших виробників аграрної продукції та займає провідні позиції серед світових експортерів. Розвинений продовольчий комплекс України може повністю забезпечити країну харчовими продуктами і формувати активну позицію на міжнародних ринках з основними продовольчими товарами. Потужний продовольчий експорт України є одним із гарантів продовольчої безпеки світу. Україна залишається ключовим постачальником зерна та соняшникової олії на світовому ринку, забезпечуючи понад 10 % міжнародної торгівлі цими товарами. У 2023 році було експортовано 16 млн тонн пшениці до 65 країн, 26 млн тонн кукурудзи до 80 країн і майже 6 млн тонн соняшникової олії до 130 країн. Основними покупцями української аграрної продукції є Європейський Союз, Індія, Китай та країни Близького Сходу, на які припадає 65 % загального експорту аграрної продукції з України.

Кондитерська промисловість, як складова харчової промисловості України, виготовляє широкий асортимент продукції, задовольняючи різні

категорії споживачів. Висока якість українських кондитерських виробів робить їх привабливими на світовому ринку. У 2023 році обсяг експорту кондитерських виробів зріс на 34 %, а виторг – на 23 %, досягнувши 186 млн доларів за 86 тис. тонн. Експорт какао-продуктів і шоколаду збільшився на 32 % до 195 млн доларів, а обсяг – на 18 % до 55 тис. тонн. Поставки хлібобулочних кондитерських виробів також зросли: обсяг – на 29 % до 89 тис. тонн, а вартість – на 40 % до 213 млн доларів. Найбільшим попитом користуються такі товари, як ірис, карамель та білий шоколад. У першому півріччі 2023 року Україна експортувала понад 40 тис. тонн цукрових кондитерських виробів на суму 85 млн доларів. Основними споживачами є Польща, Румунія, Казахстан, які забезпечують третину всіх закупівель.

Війна в Україні значно вплинула на агропромисловий комплекс та експортну діяльність харчової промисловості. Військові дії призвели до руйнування інфраструктури агропромислового комплексу, включаючи елеватори, склади, заводи, транспортні засоби та сільгосптехніку, що ускладнює зберігання, переробку та транспортування сільськогосподарської продукції. Через бойові дії та мінування велика частина орних земель стала недоступною для обробки, що зменшило посівні площі та обсяги виробництва. Окупація Чорноморського узбережжя блокує експорт морським шляхом, призводячи до накопичення зерна та олійних культур на елеваторах і значних збитків для виробників і держави. Унаслідок блокади портів Україна змушена переорієнтувати експорт аграрної продукції на альтернативні шляхи, такі як Дунайський водний шлях, автомобільний та залізничний транспорт, що збільшує витрати, підвищує собівартість і знижує конкурентоспроможність української продукції на світовому ринку.

Визначено особливості розвитку та функціонування ринку органічної продукції в Україні. Аналіз виробництва органічної продукції показав, що, незважаючи на війну, Україна продовжує збільшувати обсяги виробництва, що підтверджується зростанням експорту. Встановлено, що кількість виробників та операторів органічного виробництва в Україні щороку зростає, а продукція

користується великою популярністю не лише в Європі, а й в інших країнах-імпортерах української органічної продукції. У 2022 році Україна експортувала 245 600 тонн органічної продукції на суму 219 млн доларів США до 36 країн світу.

Україна активно працює на міжнародних ринках, особливо європейському, як надійний експортер органічної продукції, шукаючи та досліджуючи нові експортні можливості та налагоджуючи партнерські відносини. Встановлено, що Україна входить до ТОП-5 постачальників органічної продукції до ЄС, що дозволяє їй займати провідні позиції на європейському ринку. Динаміка експорту свідчить, що найбільші обсяги постачаються до європейських країн, зокрема Нідерландів, які є найбільшим імпортером української органічної продукції. Іншими великими імпортерами є Німеччина, Австрія, Швейцарія, Польща, Литва, США, Італія, Велика Британія та Чехія. Українські виробники також екпортують до деяких країн Азії та Північної Америки. Серед найбільш експортованих органічних продуктів з України – кукурудза, соя та пшениця, а також соняшникова олія, макуха соняшника, соняшник, заморожена чорниця, ячмінь, ріпак, пшоно та інша продукція.

Україна має значний експортний потенціал органічної продукції, який, попри війну, активно зростає.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/381/2/Зовнішньоекономічна%20діяльність%20підприємства.pdf>
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19542/1/2017-Котиш%20О%20М%2С%20Мілько%20І%20В.pdf>
3. ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>
4. Експортувати просто. Експорт step by step. 10 кроків від виробництва до експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/export-prosto_2016.pdf
5. Міжнародна торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2728>
6. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-3_0-pages-220_226.pdf
7. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/inek_2013_5_18.pdf
8. Нормативно-правові акти у сфері експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://export.gov.ua/48-zakonodavcho-normativni_dokumenti

9. Incoterms Rules [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://iccwbo.org/business-solutions/incoterms-rules/>
10. Incoterms 2020 Explained – The Complete Guide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://incodocs.com/blog/incoterms-2020-explained-the-complete-guide/>
11. Incoterms Rules history [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://iccwbo.org/business-solutions/incoterms-rules/incoterms-rules-history/>
12. Харчова промисловість [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://export.gov.ua/industry/1-kharchova_promislovist
13. Агропромисловий комплекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.youcontrol.market/aghropromislovii-kompliksi-ukrayini-oghliad-nishi-ta-riekaliyi-soghodiennia/amp/>
14. Аграрний сектор України у 2023 році: складові стійкості, проблеми та перспективні завдання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/ahraryy-sektor-ukrayiny-u-2023-rotsi-skladovi-stiykosti-problemy-ta>
15. На розмінованих землях України вже можна виростити 1 млн т зерна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/245689.html
16. Сильне плече аграріїв. За вісім місяців 2023-го агросектор приніс Україні у п'ять разів більше виручки, ніж металургія. Які країни купують українське? Дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/money/silne-pleche-agrariiv-za-visim-misyatsiv-2023-go-agrosector-prinis-ukraini-u-pyat-raziv-bilshe-viruchki-nizh-metalurgiya-zagalom-mi-eksportovali-tovariv-na-245-mlrd-yaki-kraini-kupuyut-ukrainske-dosli-11102023-16579>
17. Аналіз сучасного стану підприємств кондитерської галузі України та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва з запровадженням інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/542/518

18. Тенденції розвитку сучасної кондитерської галузі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-15/2023-7-04-15>
19. Кондитерські вироби з цукру: Україна 13-та серед світових експортерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://harch.tech/2023/08/25/kondyterski-vyroby-z-cukru-ukraina-13-ta-sered-svitovyh-eksporteriv/>
20. Експорт українських солодошів суттєво зріс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroportal.ua/news/ukraina/ukrajina-suttyevo-zbilshila-eksport-solodoshchiv>
21. У 2023 році Україна покращила експорт солодошів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://landlord.ua/news/u-2023-roczy-ukrayina-pokrashhyla-eksport-solodoshhiv/>
22. Ринок солодошів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroportal.ua/ru/news/ukraina/rinok-solodoshchiv-shcho-robiti-ukrajini-dlya-rozshirennya-prisutnosti-u-sviti>
23. Ринок кондитерських виробів: продукція повинна бути смачною, і достойною Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://harch.tech/2023/04/12/rynok-kondyterskyh-vyrobiv-produkcia-povynna-butyi-smachnou-i-dostojmou-instagram/>
24. Вплив війни на аграрний сектор України: аналіз останніх даних Держстату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://visitukraine.today/uk/blog/2169/the-impact-of-the-war-on-the-agricultural-sector-of-ukraine-analysis-of-the-latest-data-from-the-state-statistics-service>
25. Функціонування підприємств харчової промисловості України в умовах війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.scribd.com/document/709497169/ХАРЧОВА-ПРОМИСЛОВІСТЬ-В-УМОВАХ-ВІЙНИ-ПОРТНА-Ю-О-ПАРГАН-В>
26. Проєкти до 8 млрд грн: Український бізнес – головний інвестор економіки під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://gmk.center/ua/posts/proiekti-do-8-mlrd-grn-ukrainskij-biznes-golovnij-investor-ekonomiki-pid-chas-vijni/>

27. Експорт української органічної продукції: пріоритети та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3190/3113>

28. Аналіз ринку органічної продукції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1228/1183>

29. Як дипломати допомагають просувати органічних виробників на зовнішніх ринках [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/21/703411/index.amp>

30. Каталог українських експортерів органічної продукції 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://export.gov.ua/684-katalog_ukrainskikh_eksporteriv_organichnoi_produktsii#:~:text=Українські%20органічні%20виробники%20вже%20експортують,%2C%20борошно%2C%20мед%20та%20інші

31. Запустили дашборд щодо експорту української органічної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/cases/eksport/zapustili-dasbord-sodo-eksportu-ukrainskoi-organicnoi-produkcii>

32. Органічне виробництво в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>

33. Ринок органічної продукції ЄС: яке місце на ньому займає Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroportal.ua/news/ukraina/yevropeyskiy-rinok-organichnoji-produkciji-yake-misce-na-nomu-zaumaye-ukrajina>

34. 38 українських компаній презентують органічну продукцію на міжнародній виставці в Німеччині [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/news/38-ukrainskykh-kompanii-prezentuiut-orhanichnu-produktsiiu-na-mizhnarodnii-vystavtsi-v-nimechchyni>

35. Тренд на органічне в Україні: як розвивається та що пропонує ринок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/18/708903/>
36. ORGANIC'23: Українські органічні бренди в ритейлі за кордоном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brandstory.com.ua/specproekty/organic-23/organic-23-ukrains-ki-organicni-brendi-lideri-eksportu>
37. Інвестування [Електронний ресурс]: методичні рекомендації до виконання курсової роботи для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» денної форми навчання / уклад. С.О. Гуткевич. – К.: НУХТ, 2021. – 22 с.
38. Інвестиції: підручник; за заг. ред. проф. С. О. Гуткевич. К.: ДКС Центр, 2022 – 320 с.
39. Investments: theory and practice: textbook/ S. Gutkevych. Kharkiv, Disa plus, 2016. 280 p.
40. Інвестиційна пріоритетність галузей економіки: монографія / за заг. ред. проф. Гуткевич С. О. Харків: Діса Плюс, 2021. 208 с.
41. Інвестування: міжнародний досвід: монографія / С. О. Гуткевич та інші. Харків «Діса плюс», 2017. 216 с.
42. Теоретичні засади правового регулювання інвестиційної діяльності в Україні/ С.О. Гуткевич та ін. К.: НУХТ, 2015. 316 с.
43. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір/ С.О. Гуткевич та ін. Харків: Діса плюс, 2016. 162 с.
44. Міжнародні економічні відносини: підручник /С. О. Гуткевич та інші; за ред. проф. Гуткевич С.О. Харків «Діса плюс», 2021. 310 с.