

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

(на основі даних ТОВ «Кернел Груп»)

Студента курсу V, 3 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини» освітньої
програми «Міжнародний бізнес»

Цьомки Радіона

Науковий керівник
канд. екон. наук, доцент

Лежєськова Вікторія
Геннадіївна

Гарант освітньої програми
канд. екон. наук, доцент

Лежєськова Вікторія
Геннадіївна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права, Кафедра світової економіки
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини», ОП «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри Дугінець Г.В.

«__» _____ 20__ р

Завдання на випускний кваліфікаційний проект (роботу) студентів

Цьомки Родіона Олеговича

1. Тема випускного кваліфікаційного проекту (роботи)
«ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

(на основі даних ТОВ «Кернел Груп»)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченого проекту (роботи)

30.01.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до проекту (роботи)

Метою роботи є обґрунтування заходів з розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

Об'єкт дослідження - процес формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

Предмет дослідження - теоретичні та практичні засади формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

4. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці.

5. Консультанти по проекту (роботі) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускного кваліфікаційного проекту (роботи) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «Кернел Груп»

1.1. Сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

1.2. Характеристика міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп»

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «Кернел Груп»

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Кернел Груп»

2.2. Пріоритети розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп»

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

7. Календарний план виконання проекту (роботи)

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційного проекту (роботи)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.11.2022	20.11.2022
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.12.2022	10.12.2022
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 10.01.2023	10.01.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 20.01.2023	20.01.2023
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 26.01.2023	26.01.2023
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.01.2023	30.01.2023

8. Дата видачі завдання « » 20 р.

9. Керівник випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

Лежєп'юкова В.Г. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Гарант освітньої програми

Лежєп'юкова В.Г. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент

Цьомка Р.О. _____

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускного кваліфікаційного проекту (роботи)
Випускна кваліфікаційна робота виконана на тему, що затверджена у Завданні. При написанні ВКР студентом була дотримана цільова установка керівника та вихідні дані до проекту (роботи) стосовно мети, предмету та об'єкту дослідження.

За своєю структурою випускна кваліфікаційна робота відповідає Змісту визначеному у Завданні керівником. Ступінь розгляду та розкриття питань змісту достатньо висока, що свідчить про досягнення студентом поставленої ним у Вступі мети та завдань. Перелік графічного матеріалу є достатнім. В роботі використовуються сучасні статистичні данні. Робота оформлена належним чином, який відповідає положенням Методичних рекомендацій до виконання ВКР. В цілому випускна кваліфікаційна робота має закінчений вигляд, логічна за структурою і може бути рекомендована до захисту з позитивною оцінкою.

Керівник випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускний кваліфікаційний проект (роботу)

Випускний кваліфікаційний проект (робота) студента Цьомки Родіона Олеговича може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми Лежепькова В.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри Дугінець Г.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 20 ____ р.

АНОТАЦІЯ

Цьомка Р. «ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ» (на основі даних ТОВ «Кернел Груп»).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», спеціалізацією «Міжнародний бізнес». Державний торговельно-економічний університет, 2023

Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню процесу формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, а також аналізу факторів, які на нього впливають.

У першому розділі досліджено сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, а також надано характеристику міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп».

У другому розділі представлено результати оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Кернел Груп» та пріоритети розвитку зовнішньоторговельного потенціалу підприємства.

Ключові слова: зовнішньоторговельний потенціал, експорт, ефективність, зернові

ANNOTATION

Tsomka R. "FOREIGN TRADE POTENTIAL OF AN INTERNATIONAL BUSINESS ENTITY" (based on data from Kernel Group LLC).

Final qualification paper for obtaining a bachelor's degree in specialty 292 "International Economic Relations", specialization "International Business". State University of Trade and Economics, 2023

Final qualification paper is devoted to the study of the process of formation and implementation of the foreign trade potential of the enterprise-subject of international business, as well as the analysis of the factors affecting it.

The first chapter examines the essence and key characteristics of the foreign trade potential of the enterprise-subject of international business, and also provides a description of the international activity of Kernel Group LLC.

The second section presents the results of the assessment of the favorable environment of the international business of "Kernel Group" LLC and the priorities of the development of the foreign trade potential of the enterprise.

Key words: foreign trade potential, export, efficiency, grain

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «Кернел Груп»	5
1.1. Сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу	5
1.2. Характеристика міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп»	11
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «Кернел Груп»	20
2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Кернел Груп»	20
2.2. Пріоритети розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп»	26
Висновки до розділу 2	31
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36

ВСТУП

У ринковій економіці велике значення для агропромислових підприємств, на ряду з виробничим процесом, набуває поняття зовнішньоторговельного потенціалу. Особливо гострою ця проблема є для аграрних компаній, що спеціалізуються на вирощуванні зернових, що розвиваються в умовах значного конкурентного тиску. У таких умовах актуальним є дослідження різноманітних форматів забезпечення та підтримки можливостей підприємства здійснювати міжнародну діяльність. Зазначене обумовило вибір теми випускної кваліфікаційної роботи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми формування потенціалу зовнішньоторговельної діяльності відображені у наукових працях таких вчених-економістів, як Водночас питання вдосконалення зовнішньоторговельного потенціалу аграрних підприємств у науковій літературі дослідженні недостатньо, що і обумовило вибір теми роботи.

Метою роботи є обґрунтування заходів з розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп». Відповідно до поставленої мети завданнями дослідження є:

- дослідити сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу;
- охарактеризувати міжнародну діяльність ТОВ «Кернел Груп»;
- здійснити оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Кернел Груп»;
- визначити пріоритети розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

Об'єкт дослідження – процес формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

Предмет дослідження – теоретичні та практичні засади формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп».

При написанні випускної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи: узагальнення та синтез, порівняльного, статистичного та економічного аналізу, графічні методи.

Інформаційна база дослідження. При написанні випускної роботи використовувалися нормативно-правові документи, монографічна та спеціальна наукова література, Інтернет-джерела, Інтернет сайт ТОВ «Кернел Груп».



РОЗДІЛ 1. ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

ТОВ «Кернел Груп»

1.1. Сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

У науковій літературі на нинішньому етапі не приділено значної уваги дослідженню питання зовнішньоторговельний потенціал. Вчені здебільшого концентруються на вивченні сутності поняття потенціал підприємства без конкретизації сфери його формування. Окремим напрямком досліджень виступає експортний потенціал, хоча, на нашу думку, поняття зовнішньоторговельний потенціал є більш комплексним та доцільним для використання. З огляду на зазначене наявні у науковій літературі підходи нами було адаптовано до сфери міжнародної діяльності.

Зовнішньоторговельний потенціал підприємства являє собою сукупність ресурсних передумов підприємства для здійснення зовнішньоторговельної діяльності. При цьому під ресурсами розуміємо не лише сировину та матеріали, але і фінансові, трудові, управлінські елементи. Наявність зовнішньоторговельного потенціалу є базисом безперебійного функціонування підприємства у міжнародному бізнесі за різних умов зовнішнього середовища.

З іншого боку потенціал зовнішньоторговельної діяльності можна охарактеризувати як спроможність підприємства здійснювати зовнішньоторговельну діяльність за його поточного стану. На нашу думку, оптимальним буде тлумачення зовнішньоторговельного потенціалу як здатності підприємства бути активним учасником міжнародної діяльності відповідно до сфери його діяльності за умови його забезпеченості необхідними ресурсними передумовами [1].

У загальному вигляді діяльність підприємства являє собою ланцюг з трьома ланками: постачальник – підприємство-споживач, за якими рухаються два взаємозалежні потоки: матеріальний та інформаційний. Матеріальний потік інтегрує розвиток постачання, виробництва, розподілу і збуту.

Формування зовнішньоторговельного потенціалу починається на етапі постачання продукції від постачальника сировини до виробничих підрозділів та триває до моменту поставки продукції до споживачів.

Основними завданнями процесу формування зовнішньоторговельного потенціалу є:

- визначення потреби підприємств та їхніх структурних підрозділів у ресурсах, необхідних для здійснення зовнішньоторговельної діяльності;
- вивчення джерел забезпечення необхідних ресурсів;
- раціональне та економне використання ресурсів у процесі здійснення зовнішньоторговельних операцій та усіх заходів, що їм передують;
- розробка шляхів поліпшення використання наявних у підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу ресурсів [2].

Досліджуючи функції зовнішньоторговельного потенціалу, доцільно розглянути специфіку кожної з них більш детально. Так, потреба у ресурсах, необхідних для здійснення зовнішньоторговельної діяльності визначається по-різному залежно від призначення. Так, потреба і устаткування обчислюється при проектуванні виробничих систем. У той самий час потреба у виробничих запасах визначаються виходячи з даних про витрати таких ресурсів за період, а також з врахуванням перехідних запасів на початок і кінець розрахункового періоду. Потреба в управлінських ресурсах визначається шляхом опитування працівників компанії, в трудових ресурсах для здійснення операційної діяльності – шляхом оцінки рівня завантаженості працівників. Потреба в інформації визначається якістю управлінських рішень. Важливим завданням у процесі формування зовнішньоторговельного потенціалу є вчасне виявлення потреб у ресурсах для забезпечення їх задоволення.

Друга функція зовнішньоторговельного потенціалу полягає у поповненні ресурсів або ж щонайменше формуванні переліку партнерів, у співпраці з якими ресурси можуть бути поповнені. Це дозволить підприємству сформувати механізм безперебійного отримання необхідних ресурсів, що є надзвичайно важливим для успішного забезпечення процесів, що впливають на зовнішньоторговельну діяльність.

Наступною функцією є раціональне та економне використання ресурсів. Мова у даному випадку йде про взяття до уваги при здійсненні міжнародної діяльності можливостей для оптимізації процесу використання ресурсів. Усі рішення, які приймаються у сфері матеріально-технічного забезпечення повинні бути обґрунтованими з економічної точки зору. Водночас важливим завданням у процесі формування зовнішньоторговельного потенціалу виступає пошук шляхів для оптимізації використання ресурсів з метою збільшення обсягів діяльності за незмінної кількості вкладених коштів, виявлених у різних формах (сировина, кадри тощо) [3].

Формування та розвиток зовнішньоторговельного спрямоване на досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку підприємства у міжнародному бізнесі. На наш погляд, можливість реалізації у цьому процесі одночасно стратегічних та тактичних цілей підприємства є однією з основних переваг такого підходу до організації діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу. Конкретні переваги від роботи підприємства у сфері формування зовнішньоторговельного потенціалу такі:

- забезпеченні більш ефективної координації роботи окремих підрозділів при здійсненні експортно-імпортних операцій;
- зменшенні кількості порушень операційної діяльності через непогодженість дій окремих функціональних підрозділів;
- посиленні конструктивної взаємодії між функціональними підрозділами при здійсненні зовнішньоторговельних операцій;
- скороченні операційного циклу часу, необхідного для постачання продукту споживачам на зовнішньому ринку;
- посилення надійності й тривалості партнерських зв'язків.

Діяльність будь-якого підприємства можна охарактеризувати як процес, що постійно повторюється, тому процес формування зовнішньоторговельного потенціалу можна розглядати як замкнений управлінський цикл, який також постійно повторюється. При цьому процес діяльності у сфері формування

потенціалу підприємства можна розглядати з позицій структурного, процесного та функціонального підходів, які тісно пов'язані між собою [2].

Виходячи з позиції структурного підходу, легко виявити у діяльності у сфері формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу такі стадії: прийняття управлінських рішень, їх реалізація, оцінка результатів і контроль за ходом виконання прийнятих рішень. Процесний підхід дозволяє виділити такі фази: визначення цілей, оцінка ситуації, виявлення проблеми, вибір і ухвалення рішення, організація виконання рішення, накази, розпорядження, вказівки щодо реалізації рішення, облік результатів виконання рішення, контроль за ходом реалізації рішення.

Виходячи з позицій функціонального підходу слід відзначити, що процес управління зовнішньоторговельним потенціалом містить у собі послідовність таких дій: моніторинг, узагальнення й аналіз даних, постановка альтернативних завдань, альтернативні розрахунки, вибір кращого варіанта, планування за вибраним варіантом, організація виконання планових завдань (планів), регулювання, координування логістичних процесів, облік результатів і контроль [4].

Діяльність підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу у сфері формування потенціалу здійснюється на трьох рівнях: [1]:

- 1) постачання, під яким розуміють комплексне планування, управління та фізичне опрацювання потоку матеріалів, сировини, комплектуючих та відповідного інформаційного потоку від їх переміщення від постачальників (партнерів) до підприємства;
- 2) виробництво, що включає управління процесами від початку виробництва до передавання продукції у сферу збуту. Для сфери послуг етап «виробництва» також існує – він характеризується реалізації тих кроків, які потрібні надавачеві для створення очікуваного клієнтом результату. При цьому на підприємствах нематеріальної сфери цей рівень суттєво пов'язаний з наступним.
- 3) збут, що охоплює управління переміщенням готових виробів до замовника (або обслуговування клієнтів з метою отримання нами готової

послуги).

Відмінною рисою управління потенціалом у сфері міжнародного бізнесу є системний, цілісний підхід до реалізації необхідних функцій на усіх окреслених вище рівнях.

Теоретико-методологічним підґрунтям формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу є загальна теорія менеджменту, адаптована до відмінностей сфери управління. Така адаптація полягає у: адаптації змісту управлінської діяльності підприємства до сфери діяльності та умов міжнародного бізнесу; трансформації цільового підходу до додержання критеріїв інтегральної ефективності підприємства; зміні змісту виконуваних функцій управління шляхом їх орієнтування на забезпечення максимальних можливостей для підприємства досягти успіху у міжнародному бізнесі; трансформуванні управлінського інструментарію в аспекті узгодження параметрів матеріального й супутніх потоків; спрямуванні дій суб'єктів управління на задоволення запитів один одного [5].

Процес формування потенціалу зовнішньоторговельної діяльності має повинно бути всеситуаційним (забезпечувати можливість управляти у будь-яких ситуаціях), гнучким (трансформація форм в залежності від зміни обставин), безперервним (здійснення впливу за схемою доцільної періодичності), оперативним (здатним вчасно реагувати на обставини), ефективним (економічно доцільним).

З огляду на це, для забезпечення наведених вище характеристик, у процесі формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу підприємства повинні враховуватися наступні чинники:

- можливість зміни ринкових потреб за кордоном (аналіз ринків може показати, що в обсягах продукції, що проходить різними каналами розподілу, відбуваються зміни на користь якого-небудь каналу або на користь встановлення партнерства з певним споживачем);
- можливість підвищення вимог з боку іноземних клієнтів підприємства;
- існування на підприємстві різних за вагомістю ресурсів та продуктів, які

формують асортиментний портфель (у відповідності з принципом Парето).

Особливого значення формування та реалізація зовнішньоторговельного потенціалу набуває для аграрних підприємств, оскільки резерви підвищення ефективності експортно-імпортних операцій вітчизняних компаній знаходяться нині саме у сфері забезпечення їх готовності до змін зовнішнього середовища. З огляду на це, оптимізація та координація процесів постачання матеріалів, виробництва та збуту експортної продукції є передумовою підвищення результативності функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

Загальною метою формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний час умовах господарювання. Одним з основних завдань підприємств у сучасних умовах є, таким чином, створення таких умов господарської діяльності, які, з одного боку, сприяли б підвищенню результативності діяльності підприємства і реалізації його економічних інтересів, а з другого – забезпечували б нормальну життєдіяльність працівників і їхніх родин, тобто сприяли реалізації особистісних і суспільних інтересів.

Другим завданням процесу формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу є ефективне використання всіх видів ресурсів, насамперед таких як, матеріальні, фінансові, інформаційні, трудові, енергетичні, що забезпечується технологією мінімізації їх витрачання в процесі споживання без погіршення результатів підприємства.

Третім завданням, що на нашу думку є найголовнішим у випадку запровадження даної концепції на підприємствах агросфери, де діяльність часто є сезонною та залежною від погодних умов, є його адаптивність, тобто спрямованість на реалізацію цільової функції управління в різних (правових, економічних, політичних, соціальних) умовах господарювання.

Необхідно підкреслити, що весь комплекс заходів щодо формування зовнішньоторговельного потенціалу підпорядкований єдиній меті, яка

визначається стратегією підприємства або групою підприємств. В умовах жорсткої конкуренції перевагу отримують ті компанії, які мають у своєму розпорядженні найбільший асортимент продукції, можуть поставити потрібні товари в потрібне місце, в необхідний для замовника час, при мінімальних для нього сукупних витратах та мають налагоджену систему технічного обслуговування. Наявність зовнішньоторговельного потенціалу робить зазначене можливим та стає одним з вирішальних чинників в конкурентній боротьбі на міжнародному рівні.

Діяльність у сфері формування зовнішньоторговельного потенціалу характеризується динамізмом, що забезпечує здатність до пристосування до змін ринку чи змін в економічних, організаційних і технічних умовах господарювання. Водночас такий обґрунтований підхід підприємства до організації діяльності забезпечує довготермінове зростання ефективності діяльності.

1.2. Характеристика міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп»

ТОВ «Кернел Груп» – провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» націлена на експорт сільськогосподарської продукції, у тому числі придбаної у локальних сільськогосподарських виробників. Свою продукцію Кернел експортує більш ніж у 80 країн світу, виступаючи посередником між українськими аграріями та покупцями товарів на зовнішніх ринках [6].

Наразі ТОВ «Кернел Груп» є одним з найбільш успішних підприємств України. Обсяги доходу підприємства мали тенденцію до щорічного зростання і у 2021 році склали 5,65 млрд. дол. США, що у 2,6 рази більше за аналогічний показник 2017 фінансового року. Також, за виключенням 2017 та 2020 років, підприємство отримувало дохід від біологічної трансформації – специфічний дохід для підприємств аграрної сфери, пов'язаний з перетворенням сільськогосподарської сировини у готовий продукт. Собівартість продукції

підприємства зменшилася за 5 років майже так само як обсяг доходу, хоча у цілому тем її зміни був дещо нижчим. Як наслідок валовий прибуток підприємства зріс на 318% до 903 млн. дол. США у 2021 фінансовому році.

Інші операційні доходи ТОВ «Кернел Груп» зросли з 41 до 95 млн. дол. США, хоча у 2020 році відбувалося їх істотне зменшення. Загальні та адміністративні витрати за 5 років збільшилися у 3,1 рази до 186 млн. дол.США.

Операційні діяльність групи була прибутковою протягом усього досліджуваного періоду, хоча у 2018 році відбулося зменшення обсягів доходу (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

**Динаміка фінансових результатів ТОВ «Кернел Груп» у 2017 – 2021
рр. фінансових роках, млн. дол. США**

Значення показника за фінансовий рік	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна зміна, млн. дол. США		Відносна зміна, %	
						2021/2020	2021/2017	2021/2020	2021/2017
Дохід	2169	2403	3960	4107	5647	1540	3478	137	260
Чистий дохід/витрати від біологічної трансформації	-3	19	9	-21	133	154	136	-633	-4433
Собівартість продукції	-1882	-2261	-3636	-3624	-4877	-1253	-2995	135	259
Валовий прибуток	284	161	334	462	903	441	619	195	318
Інші операційні доходи	41	59	42	7	95	88	54	1357	232
Загальні та адміністративні витрати	-60	-80	-107	-132	-186	-54	-126	141	310
Прибуток від операційної діяльності	265	140	269	337	812	475	547	241	306
Фінансові витрати	-62	-65	-82	-147	-142	5	-80	97	229
Дохід/витрати від обміну валют	-3	5	13	-1	-6	-5	-3	600	200
Інші неопераційні доходи/ витрати	-3	-30	-9	-44	11	55	14	-25	-367
Податок на прибуток (витрати/дохід)	-19	6	-12	-22	-32	-10	-13	145	168
Чистий прибуток	179	56	179	123	643	520	464	523	359

Джерело: складено за [7]

Фінансові витрати підприємства мали тенденцію до зростання у 2017 – 2020 рр., у 2021 р. відбулося їх зменшення на 5 млн. дол. США до 142 млн. дол. США. Коливання курсу валют не мало значного впливу на результати підприємства, хоча протягом останніх років кон'юнктура валютного ринку була несприятливою для підприємства.

Загалом, за 5 років досліджуваному підприємству вдалося істотно збільшити обсяги чистого прибутку, хоча у 2018 та 2020 рр. спостерігалось зменшення його рівня. За результатами 3-х кварталів 2022 року обсяг доходу підприємства склав 1,69 млрд. дол. США.

На нинішньому етапі чистий прибуток підприємства формується у трьох сферах: власне вирощування продукції, торгівлі та зберігання продукції та переробка олійних культур. У 2021 році у сфері торговельного посередництва було сформовано найбільшу частку EBITDA (розрахунковий показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування фінансових витрат та амортизаційних вирахувань), значною була також частка доходів від вирощування продукції. Найменш прибутковою у 2021 році була обробка олійних культур. К попередніх роках ситуація була іншою: у 2020 році другою за важливістю була олійна сфера, у 2019 році – ключовим напрямом було вирощування продукції, тоді як торгівля та обробка олійних культур були майже рівнозначними (рис. 1.1).

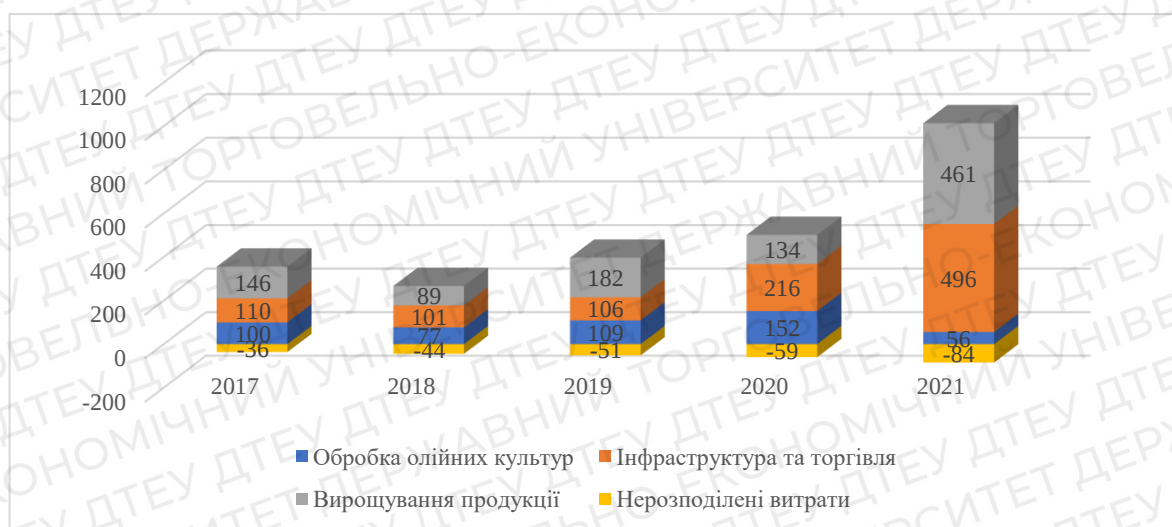


Рис. 2.1. Обсяг EBITDA ТОВ «Кернел Груп за напрямками діяльності» у 2017 – 2021 фінансових роках, млн. дол. США

Джерело: складено за [7]

Обсяг активів досліджуваного підприємства за 5 років збільшився майже у 2 рази з 2009 до 3997 млн. дол. США. Водночас вартість основних засобів, на яку припадає найбільша частка активів, збільшилася з 570 до 1065 млн. дол. США. Водночас відбулося зменшення вартості запасів підприємства на 14% та збільшення обсягів грошових коштів підприємства (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

Вартість активів ТОВ «Кернел груп» на кінець періоду за 2017 – 2021 фінансові роки, млн. дол. США

Значення показника на кінець фінансового року	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна зміна, млн. дол. США		Відносна зміна, %	
						2021/2020	2021/2017	2021/2020	2021/2017
Власний капітал	1158	1178	1346	1494	2083	589	925	139	180
Вартість активів, у тому числі	2009	2211	2464	3165	3997	832	1988	126	199
Основні засоби	570	588	765	984	1065	81	495	108	187
Запаси	387	368	358	303	332	29	-55	110	86
Гроші та еквіваленти	143	132	77	369	574	205	431	156	401

Джерело: складено за [7]

Загалом, до початку війни підприємство було високо рентабельним, а у 2021 році воно досягло рекордних показників прибутковості, що дозволило йому увійти у період фінансової кризи добре підготовленим (рис. 1.2).

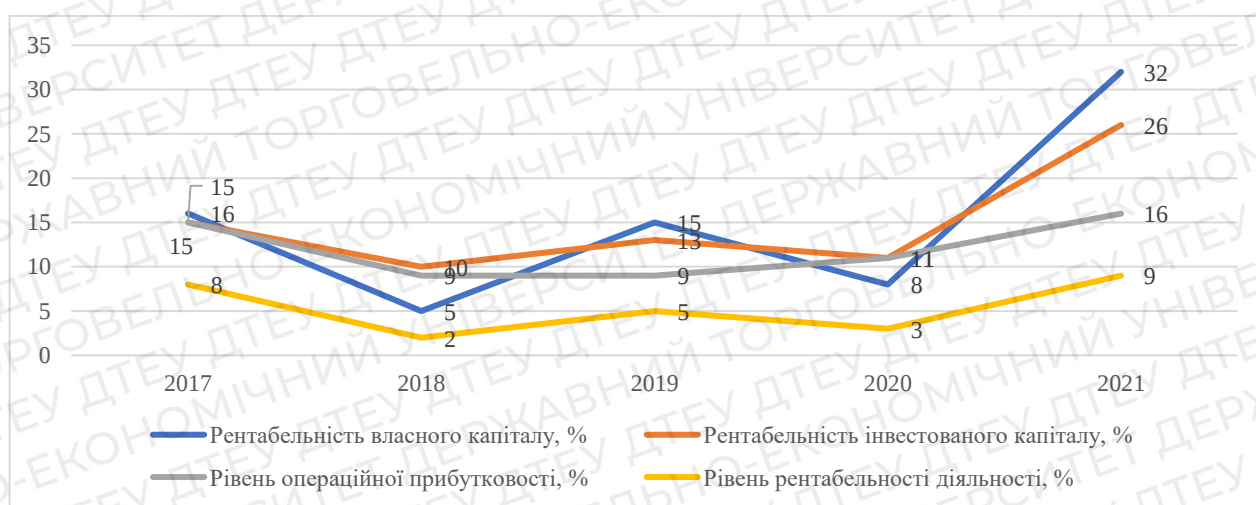


Рис. 1.2. Показники рентабельності ТОВ «Кернел Груп» у 2017 – 2021 фінансових роках, %

Джерело: складено за [7]

ТОВ «Кернел Груп» як суб'єкт міжнародного бізнесу націлена має на меті постійне нарощування обсягів експорту, пропонуючи своїм клієнтам унікальні комплексні рішення у сфері агробізнесу. Підприємство здійснює інвестування у розвиток аграрних технологій та інновацій, а також вдосконалення основних засобів та інфраструктури для забезпечення найкращої якості продукції, яка поставляється на закордонні ринки. У своїй діяльності ТОВ «Кернел Груп» орієнтується на забезпечення фінансової стабільності, підтримці ділової репутації та розвитку ефективної команди. Для здійснення міжнародної діяльності з дотриманням відповідних цінностей, підприємство фокусується на географічній диверсифікації, нарощування виробничої бази та посиленні операційної дисципліни. При цьому стратегічними цілями компанії є консолідація олійного бізнесу в Україні, постійне зростання обсягів експорту та оптимізація виробничих витрат. Зазначене має дозволити підприємству максимізувати прибуток, забезпечуючи її стійкий розвиток (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Стратегія ТОВ «Кернел Груп» у сфері міжнародного бізнесу

Джерело: складено автором за [6]

Наявність чітко встановлених стратегії, бачення, місії та цінностей вказує на відповідність діяльності ТОВ «Кернел Груп» сучасним стандартам менеджменту. Для забезпечення високої ефективності міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп» вирощує власні зернові та олійні культури, а також закуповує їх у інших аграрних компаній та виробників сільськогосподарської

продукції. На сьогодні близько 40% зернових культур, що спрямовуються підприємством на експорт, є придбаними у малого та середнього бізнесу що вказує на важливість посередництва як пряму діяльності у розвитку ТОВ «Кернел Груп»

За останні роки відбулося зростання обсягів експорту зернових до усіх ключових країн-контрагентів, при цьому найбільшим було збільшення поставок до Німеччини, Ірландії, Великобританії та Нідерландів. Водночас основним напрямком експорту зернових є Іспанія, хоча питома вага цієї країни за останні роки зменшилася. Загалом, необхідно відзначити, що за останні роки експорт зернових ТОВ «Кернел Груп» за географічною ознакою став менш концентрованим, що є позитивним явищем у контексті управління ризиками підприємства.

ТОВ «Кернел Груп» продає зерно в основному на основі FOB (наразі через зерновий коридор великим міжнародним торговцям як Cefetra, COFCO та Glencore, а також OLAM, Cargill, ADM та інші. Підприємство націлене залишатися важливим гравцем світового ринку зерна навіть попри військові дії в Україні, спираючись на природні географічні переваги країни-розміщення: родючі чорноземи та значні площі сільськогосподарських угідь. ТОВ «Кернел Груп» має ідеальне позиціонування для експорту на середземноморський ринок як потужний виробник з розвиненою інфраструктурою перевалки зерна, що забезпечує логістичні та економічні переваги.

Найбільшим ринком для збуту Олії є Польща. Значними є також поставки до Франції та Нідерландів. Загалом експорт відіграє важливу роль у діяльності ТОВ «Кернел Груп», забезпечуючи підприємству близько 70% доходів. Експорт за обома торговими групами, на яких спеціалізується підприємство, є географічно диверсифікованим, у загалом можна відмітити збільшення доходів від продажу продукції за кордон за більшістю ринків.

ТОВ «Кернел Груп» є найбільшим посередником на ринку сільськогосподарської продукції в Україні. Підприємство здійснює закупівлю продукції у більше ніж 5 тисяч домашніх господарств та малих підприємств та

реалізує її на зовнішні ринки. ТОВ «Кернел Груп», на відміну від дробного бізнесу, спроможний забезпечити оперативну реакцію на зміну ринкової кон'юнктури, що дозволяє підприємству реалізуючи товар на вигідних умовах.

Для багатьох аграрних підприємств, що співпрацюють з ТОВ «Кернел Груп», самостійний вихід на зовнішні ринки неможливий через відсутність зовнішньоторговельного потенціалу. Вітчизняні аграрні підприємства використовують ТОВ «Кернел Груп» для найбільш кваліфікованого забезпечення зручності збуту своєї продукції, оскільки у такому випадку обсяг функцій, покладених саме на них у процесі експорту істотно зменшується. Необхідно відзначити, що ТОВ «Кернел Груп» фактична фінансує діяльність аграрних компаній, завчасно оплачуючи майбутні врожаї для надання підприємствам можливості сплатити посівні роботи. Окрім цього, ТОВ «Кернел Груп» також виконує ряд функцій, що сприяють підвищенню ефективності аграрного виробництва: дослідницьку роботу, що передбачає збір інформації, необхідної для планування і поліпшення обміну, встановлення контактів, тобто налагодження і підтримання зв'язків з потенційними покупцями, а також стимулювання збуту, тобто проведення короткострокових заходів, спрямованих на збудження швидкої реакції ринку у відповідь на пропоновану фірмою продукцію. ТОВ «Кернел Груп» також веде переговори з метою узгодження цін та інших умов для подальшого продажу аграрної продукції, організують товарорух, транспортування та складування товарів тощо. Таким чином, навіть не вирощуючи усі продукцію самостійно, ТОВ «Кернел Груп» докладает значних зусиль для того, щоб забезпечити високу якість на етапі її поставки покупцю.

Спектр обов'язків, покладених на ТОВ «Кернел Груп», досить широкий, що вказує на значну роль підприємства у розвитку вітчизняного аграрного ринку та посиленні позицій України на світових ринках аграрної продукції. За умови, якщо б усі розглянуті нами функції виконували виробники аграрної продукції, їх витрати відповідно зростали б, і, відповідно, ціни на товар повинні були б бути вищими. Водночас, зважаючи що на ТОВ «Кернел Груп» реалізує заходи у сфері формування зовнішньоторговельного потенціалу і реалізація розглянутих вище

функцій на підприємстві добре налагоджена, підприємство має можливість підвищити ефективність зовнішньоторговельної діяльності.

Таким чином, здійснений аналіз дозволяє зробити висновок, що на нинішньому етапі міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» є ефективною, а процес формування зовнішньоторговельного потенціалу є для підприємства дієвим інструментом посилення позицій на зовнішніх ринках. Водночас важливим є пошук резервів для підвищення ефективності діяльності, що позитивно вплине на фінансовий стан підприємства.

Висновки до розділу 1

Зовнішньоторговельний потенціал підприємства являє собою сукупність ресурсних передумов підприємства для здійснення зовнішньоторговельної діяльності. При цьому під ресурсами розуміємо не лише сировину та матеріали, але і фінансові, трудові, управлінські елементи. Наявність зовнішньоторговельного потенціалу є базисом безперебійного функціонування підприємства у міжнародному бізнесі за різних умов зовнішнього середовища.

Процес управління зовнішньоторговельним потенціалом містить у собі послідовність таких дій: моніторинг, узагальнення й аналіз даних, постановка альтернативних завдань, альтернативні розрахунки, вибір кращого варіанта, планування за вибраним варіантом, організація виконання планових завдань (планів), регулювання, координування логістичних процесів, облік результатів і контроль.

Загальною метою формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний час умовах господарювання.

ТОВ «Кернел Груп» – провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» націлена на експорт сільськогосподарської

продукції, у тому числі придбаної у локальних сільськогосподарських виробників. Свою продукцію Кернел експортує більш ніж у 80 країн світу, виступаючи посередником між українськими аграріями та покупцями товарів на зовнішніх ринках.

Наразі ТОВ «Кернел Груп» є одним з найбільш успішних підприємств України. Обсяги доходу підприємства мали тенденцію до щорічного зростання і у 2021 році склали 5,65 млрд. дол. США, що у 2,6 рази більше за аналогічний показник 2017 фінансового року. За 5 років досліджуваному підприємству вдалося істотно збільшити обсяги чистого прибутку, хоча у 2018 та 2020 рр. спостерігалось зменшення його рівня. На нинішньому етапі чистий прибуток підприємства формується у трьох сферах: власне вирощування продукції, торгівлі та зберігання продукції та переробка олійних культур.

Загалом, до початку війни підприємство було високо рентабельним, а у 2021 році воно досягло рекордних показників прибутковості, що дозволило йому увійти у період фінансової кризи добре підготовленим. За результатами 3-х кварталів 2022 року обсяг доходу підприємства склав 1,69 млрд. дол. США.

ТОВ «Кернел Груп» продає продукцію в основному на умові FOB (наразі через зерновий коридор великим міжнародним торговцям як Cefetra, COFCO та Glencore, а також OLAM, Cargill, ADM та інші. Найбільшим ринком для збуту Олії є Польща. Значними є також поставки до Франції та Нідерландів. Загалом експорт відіграє важливу роль у діяльності ТОВ «Кернел Груп», забезпечуючи підприємству близько 70% доходів.

Здійснений аналіз дозволяє зробити висновок, що на нинішньому етапі міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» є ефективною, а процес формування зовнішньоторговельного потенціалу є для підприємства дієвим інструментом посилення позицій на зовнішніх ринках. Водночас важливим є пошук резервів для підвищення ефективності діяльності, що позитивно вплине на фінансовий стан підприємства.

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «Кернел Груп»

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ТОВ «Кернел Груп»

Значний вплив на зовнішньоторговельний потенціал підприємства як у контексті формування можливостей його формування, так і реалізації займає оцінка умов середовища бізнес-діяльності. Вона дозволяє оцінити умови накопичення підприємством ресурсів, необхідних для забезпечення діяльності, а також фактори, які впливають на динаміку відповідних ринків.

Розглядаючи ринок аграрної продукції, відзначимо, що основним фактором, який наразі на нього впливає, є війна в Україні. Агресія Росії проти України ц значній мірі вплинула на спроможність українських підприємств експортувати врожай. За результати 2021 року Україна була одним з найбільших у світі експортерів насіння олійних культур (лідером за групою «соняшник»), що свідчить про виключне її значення для динаміки світових ринків олійної продукції (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Обсяги експорту насіння олійних культур у світі у 2016 – 2021 рр.,

млн. дол. США

Експортер	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна зміна		Відносна зміна	
							2021/ 2020	2021/ 2016	2021/ 2020	2021/ 2016
Усього	74720,30	82635,46	84215,62	79060,90	92040,60	110468,72	18428,12	35748,43	1,20	1,48
Бразилія	19480,27	25920,62	33297,37	26349,08	28963,20	39062,32	10099,12	19582,06	1,35	2,01
США	24820,16	23383,46	19489,89	20836,22	28074,67	29665,51	1590,84	4845,35	1,06	1,20
Канада	6695,19	7366,10	7132,18	5147,93	7156,62	8045,86	889,24	1350,67	1,12	1,20
Парагвай	1943,37	2302,65	2558,75	1758,08	2441,60	3255,59	813,98	1312,22	1,33	1,68
Аргентина	3789,23	3089,04	1613,35	3937,71	3170,10	3070,53	-99,56	-718,69	0,97	0,81
Австралія	1010,93	1460,85	1038,95	730,49	812,38	2365,87	1553,49	1354,95	2,91	2,34
Нідерланди	1551,77	1776,68	1792,47	1365,56	2077,88	2301,88	224,00	750,12	1,11	1,48
Україна	1503,16	2028,55	1913,59	2527,00	1799,06	2073,84	274,78	570,68	1,15	1,38
Росія	501,18	626,94	736,71	986,52	1582,49	1911,73	329,24	1410,55	1,21	3,81
Румунія	1201,84	1397,09	1373,05	1166,70	1049,03	1727,74	678,71	525,91	1,65	1,44
Франція	1108,99	1193,98	1305,15	1322,42	1244,52	1671,63	427,12	562,64	1,34	1,51
Індія	1351,51	1374,95	1181,04	1290,10	1346,70	1234,94	-111,76	-116,57	0,92	0,91
Китай	975,12	1069,21	1251,45	1288,26	1213,28	1165,75	-47,52	190,64	0,96	1,20

Джерело: складено автором на основі [8]

Також зазначимо, що Україна має значні позиції не лише на ринку сировини, але і готового продукту. У 2021 році частка України у світовому експорті рослинної олії складала 5,65%, таким чином вплив війни у державі на світову економіку і, зокрема, аграрну сферу, був значним (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Обсяги експорту рослинних олій у світі у 2016 – 2021 рр., млн. дол. США

Експортер	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна зміна		Відносна зміна	
							2021/ 2020	2021/ 2016	2021/ 2020	2021/ 2016
Усього	73875,94	83374,86	76995,92	72533,28	82656,95	120178,8	37521,84	46302,85	1,45	1,63
Індонезія	17094,81	21565,77	18959,68	16434,59	19242,07	29564,26	10322,19	12469,45	1,54	1,73
Малайзія	10406,25	11094,45	9836,495	9557,943	11027,02	16044,9	5017,89	5638,65	1,46	1,54
Україна	3902,931	4514,613	4390,059	4650,467	5675,87	6789,879	1114,01	2886,95	1,20	1,74
Росія	2016,265	2474,273	2424,583	3171,057	3563,643	6677,149	3113,51	4660,88	1,87	3,31
Аргентина	4818,896	4631,31	3406,866	3884,543	4226,453	5815,298	1588,84	996,40	1,38	1,21
Іспанія	4381,316	5160,08	4673,204	4154,673	4203,737	5398,508	1194,77	1017,19	1,28	1,23
Нідерланди	3913,883	4388,936	3869,495	3693,275	4104,675	5392,491	1287,82	1478,61	1,31	1,38
Канада	2593,598	2863,462	2976,283	2833,564	3037,544	4535,362	1497,82	1941,76	1,49	1,75
Німеччина	2016,225	2066,809	1778,703	1648,902	1940,681	2744,553	803,87	728,33	1,41	1,36
Італія	2187,356	2218,49	2230,505	1978,915	2140,946	2577,021	436,07	389,66	1,20	1,18
Бразилія	1060,861	1212,58	1156,959	801,1751	945,9437	2295,127	1349,18	1234,27	2,43	2,16
США	1882,358	2010,42	1796,476	1663,85	1955,522	2166,566	211,04	284,21	1,11	1,15
Туреччина	908,4342	933,5308	888,8494	868,4034	1242,22	1838,632	596,41	930,20	1,48	2,02
Франція	1029,562	891,5719	928,1648	861,4367	1067,394	1593,955	526,56	564,39	1,49	1,55
Філіппіни	1163,29	1604,342	1137,707	948,6563	918,3843	1466,21	547,83	302,92	1,60	1,26
Індія	721,49	1015,649	960,3671	1027,196	1284,168	1464,641	180,47	743,15	1,14	2,03
ОАЕ	855,3139	621,7263	598,491	728,2452	1014,165	1366,295	352,13	510,98	1,35	1,60

Джерело: складено автором на основі [8]

Як видно з таблиці, Україна знаходилася на 3-му місці у світі за обсягами експорту рослинних олій, при чому обсяги експорту продовжували збільшитися на постійній основі. ТОВ «Кернел Груп» було одним з основних учасників експортних операцій з України, таким чином його потенціал для продовження діяльності є одним з ключових факторів забезпечення стабільного функціонування аграрних ринків. У той самий час, необхідно відзначити, що за даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) близько 25% українських аграрних підприємств та домогосподарств скоротили або зупинили сільськогосподарське виробництво через війну. У регіонах, безпосередньо близьких до лінії фронту, понад 40% аграрних виробників

припинили виробництво сільськогосподарської продукції. За даними Київської школи економіки та Міністерства економіки України станом на вересень прямі збитки для України сягають \$ 6,6 млрд, а непрямі – \$ 34,5 млрд. З огляду на модель широкого співробітництва з приватними господарствами та отримання від них аграрної сировини, така ситуація має вкрай негативний вплив на ринкові позиції досліджуваного підприємства [9].

Значний вплив ситуація в Україні мала також на світовий ринок зернових. За результатами 2021 року Україна входила до ядра світового ринку, займаючи лідерські позиції у експорті пшениці, ріпаку, ячменю, рослинної олії та кукурудзи (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Обсяги експорту зернових у світі у 2016 – 2021 рр., млн. дол. США

Експортер	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютна зміна		Відносна зміна	
							2021/ 2020	2021/ 2016	2021/ 2020	2021/ 2016
Усього	154461,10	165083,34	177527,23	176842,95	187441,65	233726,93	210385,89	79265,83	1,25	1,51
США	22846,34	22471,24	24988,84	20898,85	23341,04	34706,93	24583,87	11860,59	1,49	1,52
Російська Федерація	6147,34	8048,35	11056,55	8664,66	10123,05	15531,33	3025,18	9383,98	1,53	2,53
Канада	9370,87	10205,36	11540,46	11376,61	12506,15	14150,75	4841,88	4779,88	1,13	1,51
Індія	6096,40	7882,88	8284,46	7646,95	9308,86	13103,07	1440,36	7006,68	1,41	2,15
Франція	9870,22	9420,35	11375,62	11467,03	11662,72	12903,01	3579,48	3032,79	1,11	1,31
Аргентина	7551,10	7565,44	7885,85	9642,70	9323,53	12655,80	2897,61	5104,70	1,36	1,68
Україна	6322,78	6817,81	7561,57	9994,32	9758,19	12222,24	7830,58	5899,46	1,25	1,93
Австралія	5649,28	7157,72	5205,06	3947,36	4391,66	10617,11	1129,74	4967,83	2,42	1,88
Німеччина	8510,83	8415,46	8339,83	8289,22	9487,37	10151,88	3311,55	1641,05	1,07	1,19
Італія	5195,84	5618,26	5898,61	6193,43	6840,33	7586,04	2777,63	2390,20	1,11	1,46
Таїланд	5424,30	6243,43	6691,93	5278,23	4808,41	5935,27	-845,76	510,97	1,23	1,09
Бразилія	4295,14	5226,99	4719,38	8011,69	6781,03	5185,93	716,23	890,78	0,76	1,21
Нідерланди	3695,01	4119,46	4531,16	4466,72	4469,70	4869,86	694,37	1174,86	1,09	1,32
Польща	2988,62	3041,40	3311,35	2953,48	4175,49	4866,64	2162,43	1878,02	1,17	1,63
Румунія	2454,16	2414,10	2773,24	3144,44	2704,21	4590,44	1261,58	2136,28	1,70	1,87
В'єтнам	2501,34	3037,52	3087,14	2924,25	3328,86	3898,19	499,06	1396,85	1,17	1,56
Туреччина	3121,11	3220,96	3303,49	3399,47	3399,13	3836,79	149,22	715,68	1,13	1,23
Бельгія	3400,69	3553,19	3938,43	3706,29	3687,57	3762,54	1216,62	361,84	1,02	1,11
Іспанія	1915,71	2037,31	2256,72	2328,92	2545,91	2865,61	-43,89	949,90	1,13	1,50
Об'єднане Королівство	3097,92	2731,18	2862,31	3126,59	2909,50	2726,09	388,16	-371,84	0,94	0,88
Мексика	2261,81	2435,54	2255,83	2224,43	2337,93	2538,77	236,65	276,96	1,09	1,12
Угорщина	1639,33	2063,26	1723,55	1897,00	2302,12	2484,65	814,60	845,32	1,08	1,52
Болгарія	1412,52	1367,75	1552,45	1861,48	1670,05	2376,67	192,89	964,14	1,42	1,68
Пакистан	1931,52	1894,47	2499,49	2551,04	2183,77	2351,83	2351,83	420,30	1,08	1,22

Джерело: складено автором на основі [8]

Військові дії на території однієї з найбільших аграрних держав у світі обумовлюють загрози для стабільного функціонування ланцюгів поставок аграрної продукції в усьому світі, а також ведуть до істотного зростання цін на аграрну продукцію, що є негативним чинником для кінцевого споживача, проте позитивним для українських компаній, спроможних за рахунок цього покрити свої зростаючі витрати.

У результаті війни в Україні відбулося зростання цін на олійні культури у понад 2, 5 рази восени, індекс цін на зернові досягав при цьому 200%. У контексті глобальної економіки зазначене призвело до загострення продовольчої кризи та посилення економічної нестабільності. Натомість для ТОВ «Кернел Груп» та інших аграрних компаній, що працюють на міжнародних ринках, це стало можливістю отримувати високі доходи навіть у надскладних зовнішніх умовах (рис. 2.1).

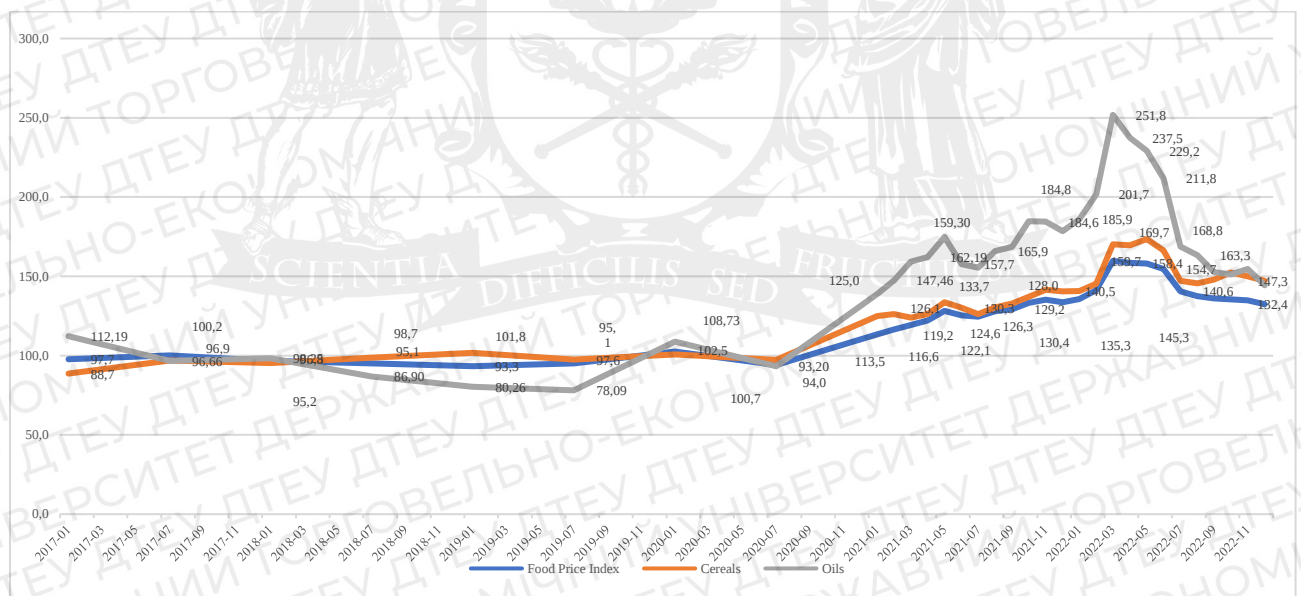


Рис 2.1. Динаміка цін на аграрну продукцію у світі у 2017 – 2022 рр., %

Джерело: [10]

Важливим чинником розвитку аграрної сфери України у поточних умовах є підтримка, яка надається державі боку міжнародної спільноти. Мова йде і про зусилля щодо створення зернового коридору, і про матеріально-технічну підтримку відновлення зруйнованих об'єктів в аграрній сфері.

Таким чином, якщо говорити про економічне середовища, то війну в Україні вважаємо основним чинником його трансформації, що має особливий вплив на підприємства, які працюють на агроринку.

Окрім економічного значний вплив формування зовнішньоторговельного потенціалу підприємств агробізнесу мають також соціальний, екологічний та технологічний. Говорячи про технологічне середовище, відзначимо, що його вплив на досліджуване підприємство проявляється у можливостях придбання різноманітної техніки, спрямованої на покращення та збереження при транспортування високої якості аграрної продукції. Для ТОВ «Кернел Груп» вплив зазначеного чинника є надзвичайно актуальним, оскільки саме інноваційність його діяльності у сфері вирощування, а також зберігання та переробки продукції, є однією з ключових конкурентних переваг. На ринку України наразі підприємство не має конкурентів, які б використовували розвиток агротехнологій так само активно, що вказує на сприятливість цієї складової зовнішнього середовища.

Значний вплив на діяльність ТОВ «Кернел Груп» має також соціальне та екологічне середовище. На наш погляд, їх доцільно розглядати у комплексі, оскільки саме підвищення рівня соціальної відповідальності, зміна стилю життя та певним чином мода (тобто фактори соціального середовища) мають значний вплив на підвищення вимог до екологічності процесів у аграрній сфері та органічності продукції.

На сьогодні ТОВ «Кернел Груп» має сформовану політику соціальної відповідальності та екологічну стратегію, що має позитивний вплив на імідж компанії, водночас підприємство є неактивним на ринку органічної продукції. На наш погляд, це той резерв, який найближчим часом підприємство має використати для нарощування конкурентних переваг.

У процесі аналізу міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп» нами було здійснено матричний аналіз SWOT, а також виокремлені можливості та загрози подальшого розвитку підприємства. На нашу думку, сильні сторони підприємства полягають у тому, що його бізнес-модель включає різні напрями

діяльності – вирощування, переробку, посередницьку торгівлю, характеризується високим рівнем інноваційності. Окрім цього, підприємство має значний фінансовий потенціал для інвестування у подальший розвиток. Основною загрозою для компанії є військові дії, які впливають як на можливості вирощування продукції, так і на її збут (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз потенціалу зовнішньоторговельної діяльності

ТОВ «Кернел Груп»

<i>S - Сильні сторони</i>	<i>Індекс впливу</i>	<i>W - Слабкі сторони</i>	<i>Індекс впливу</i>
Бізнес-модель, що передбачає різні напрями діяльності: вирощування продукції, переробка сировини на олію, торговельне посередництво	1	Високий рівень невідконтрольних підприємству ризиків	1
Стабільний фінансовий стан, наявність можливостей для інвестування	1	Залежність від змін світових цін	1
Лідуючі позиції в усіх сегментах, імідж	0,8	Висока плинність кадрів	0,5
Кваліфікований персонал	0,9		
Всього	3,7	Всього	2,5
<i>O – Можливості</i>	<i>Індекс впливу</i>	<i>T – Загрози</i>	<i>Індекс впливу</i>
Розширення або вихід на нові ринки збуту	0,5	Руйнування інфраструктури внаслідок війни в Україні	1
Зростання цін на аграрну продукцію	0,7	Унеможливлення або суттєве ускладнення логістики внаслідок війни в Україні	1
Динамічний розвиток агротехнологій	0,7		
Збільшення попиту на органічну продукцію	0,7	Інфляція	0,8
Всього	2,6	Всього	2,8

Джерело: Складено автором за даними підприємства

На жаль, якщо говорити про зовнішнє середовище, то його вплив на діяльність підприємства, з огляду на війну в Україні, є негативним. Експортні підприємства є розгалуженим, компанія не має значних можливостей для подальшої географічної диверсифікації. Водночас є високі ризики руйнувань

інфраструктури та втрати посівних площ та частини постачальників. Зазначене свідчить на те, що наразі підприємству у першу чергу необхідно реалізувати заходи у напрямку нівелювання негативного впливу факторів зовнішнього середовища на його діяльність.

2.2. Пріоритети розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп»

Аналіз міжнародної діяльності ТОВ «Кернел Груп» засвідчив, що вона сьогодні є досить ефективною, проте з огляду на поточну ситуацію в Україні та стратегічну спрямованість підприємства важливою є реалізація ним заходів, спрямованих на розвиток зовнішньоторговельного потенціалу.

На наш погляд, доцільним є зміна підходів до співпраці з виробниками агропродукції, оскільки навіть до війни вони здійснювали свою діяльність абсолютно автономно і ТОВ «Кернел Груп» жодним чином не могло впливати на якість отриманої від них продукції, а також на її собівартість. Нам здається, що підвищенню ефективності закупівельної діяльності підприємства, яка є важливою складовою формування зовнішньоторговельного потенціалу, є посилення взаємодії та співпраці з виробниками не тільки на етапі покупки їх зернових, а й надання їм підтримки у вирішенні інших питань, пов'язаних з їх сільськогосподарською діяльністю.

В умовах війни для малого бізнесу та приватних господарств недостатньо можливостей для фінансування процесу підвищення якості своєї продукції. У той же навіть попри отримання збитків ТОВ «Кернел Груп» має достатній фінансовий потенціал, щоб надавати підтримку своїм партнерам, особливо в умовах її впливу на якість готової продукції. Крім того, умови, на яких ТОВ «Кернел Груп» може закуповувати у виробників необхідні для здійснення аграрної діяльності сировину, устаткування та матеріали, є нижчими ніж ціна аналогічних товарів для приватних господарств і малого бізнесу. З огляду на це перехід до моделі «співпраці повного циклу» дозволить партнерам ТОВ «Кернел Груп» оптимізувати свої витрати.

Ще одним варіантом сприяння у отриманні постачальниками ТОВ «Кернел Груп» фінансування може стати поручительство за аграрними кредитами для малого бізнесу, що виступає постачальником підприємства.

Окрім поручительства за кредитами, які використовуватимуться для оновлення устаткування партнерів ТОВ «Кернел Груп», підприємство може також здійснювати продаж сільськогосподарського обладнання, яке було у використанні підприємства, своїм постачальникам. За реалізації цієї пропозиції підприємства зможе одночасно вирішити кілька проблем: вдосконалити процес вирощування та збору врожаю своїми субпідрядниками, що в кінцевому підсумку вплине на якість їх продукції, а також реалізувати застарілі основні засоби, які можна замінити на сучасніші.

Впровадження цієї пропозиції не призведе до додаткових витрат для підприємства, оскільки продаж техніки буде супроводжуватися існуючими співробітниками компанії.

Для підвищення якості продукції, яку закуповує ТОВ «Кернел Груп» у дрібних виробників, пропонуємо підприємству також проводити освітні заходи, націлені на підвищення якості роботи виробників аграрної продукції. Мова йде про те, що на сьогодні більшість приватних виробників працюють без використання сучасних підходів, устаткування, добрив, у той час як впровадження інновацій та використання якісних добрив і засобів захисту може дозволити істотно підвищити якість продукції. Інноваційність, як зазначалося у попередньому параграфі, є однією з сильних сторін ТОВ «Кернел Груп», і такий підхід має також бути покладений в основу взаємодії з клієнтами.

ТОВ «Кернел Груп» має спеціалізований навчальний центр, освітній процес на якому побудований за модульним принципом, при якому працівники отримують сучасні практичні знання та навички, необхідні для ефективної діяльності в сільському господарстві, не відриваючись на тривалий термін від виробничої діяльності.

На наш погляд навчання партнерів ТОВ «Кернел Груп» також слід проводити в зазначеному навчальному центрі. Навчання може бути організоване

як окремо для зовнішніх постачальників ТОВ «Кернел Груп», так і проводитися спільно з персоналом, який працює на підприємстві на постійній основі. Другий підхід дозволить постачальникам ТОВ «Кернел Груп» відчувати себе частиною команди, а також у неформальній обстановці обмінятися досвідом із співробітниками компанії.

На наш погляд така ініціатива дозволить підвищити ефективність співпраці виробників агропродукції та досліджуваного підприємства, а також позитивно вплине на рівень розвитку сільського господарства в цілому в Україні. Відзначимо, що навчання для партнерів підприємства може позиціонуватися їм як соціальний проект ТОВ «Кернел Груп», і включати не тільки курси у сфері підвищення ефективності аграрних процесів, а також дисципліни, націлені на розширення практики використання ІТ технологій, набуття знань та навиків у сфері бухгалтерського обліку та загалом на формування тих навичок, які необхідні малому аграрного бізнесу.

Виходячи з того, що навчальний центр на підприємстві вже існує, значних додаткових витрат реалізації цієї пропозиції не вимагатиме. У той же час компанія співпрацює з постачальниками з багатьох регіонах України, і для деяких з них необхідним буде покриття логістичних витрат і витрат на проживання (за умови позиціонування проекту як соціального). У нинішніх умовах особливо важливим буде забезпечення навчання партнерів з регіонів, які найбільше постраждали внаслідок війни, оскільки це позитивно позначиться на їх психологічному стані. На наш погляд, підприємство може закласти на реалізацію цього заходу 100 тис. грн. на місяць, і покривати витрати учасників у межах цього бюджету (орієнтовно – 20 учасників на місяць). Для решти навчання буде безкоштовним, але витрати, пов'язані з ним, необхідно буде покривати самостійно.

ТОВ «Кернел Груп» може також виступати продавцем необхідних добрив і хімікатів для своїх підрядників, оскільки, як зазначалося, купуючи продукцію за оптовими цінами у її виробників, досліджуване підприємство може отримати її на більш вигідних умовах ніж роздрібні підприємства.

Таким чином, реалізація цієї пропозиції також сприятиме зниженню витрат партнерів ТОВ «Кернел Груп» і, відповідно, оптимізації собівартості експортних поставок.

Необхідно відзначити, що ТОВ «Кернел Груп» сьогодні позиціонує себе як підприємство, місією якого є підвищення продовольчої безпеки країни, поліпшення якості аграрної продукції і забезпечення позитивного впливу розвитку сільського господарства на економіку України. Реалізація наших пропозицій, які стосуються підвищення кваліфікації малого бізнесу, що працює в агросфері, розширення його доступу до сучасного обладнання дозволить підприємству реалізувати свою місію, оскільки всі запропоновані заходи, спрямовані в тому числі на підвищення ефективності сільського господарства України в цілому.

Ще одним важливим напрямком розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «КЕРНЕЛ» є посилення позицій у сегменті екологічної та органічної продукції. Для цього необхідно забезпечити використання обладнання, що забезпечує мінімальний ступінь пошкодження сільськогосподарської сировини, оптимальні умови її збору, пакування та зберігання. Важливим фактором є також використання таких сільськогосподарських машин, викиди забруднюючих речовин при роботі яких є незначними.

Підхід ТОВ «Кернел Груп» до агровиробництва базується на збереженні і поліпшенні довгострокової продуктивності ґрунтів, що включає в себе застосування правильної сівозміни, внесення розумної кількості добрив і збереження вологості в землі. Більше половини земель компанії обробляються із застосуванням мінімальної технології обробітку ґрунту, яка зменшує ризик ерозії, а також скорочує витрату палива при її обробці.

Використання сучасної техніки веде до зниження споживання палива і менших втрат продовольства. Інвестиції ТОВ «Кернел Груп» в сучасну сільськогосподарську техніку впродовж останніх декількох років суттєво знизили загальну кількість задіяної техніки, оскільки сучасне обладнання

володіє більшою продуктивністю і скорочує простої на ремонт та обслуговування. Відповідно, зменшився і витрата палива.

Крім того, використання сучасного обладнання ТОВ «Кернел Груп» значно скорочує виробничі втрати на кожній стадії культивування. Наприклад, тільки використання сучасних комбайнів дозволяє підвищити збір насіння соняшнику під час збиральної кампанії на 7-10%.

Сьогодні ТОВ «Кернел Груп» використовує у своїй діяльності органічні добрива та технології відновлення земельного фонду, і має стимулювати до цього підприємств-партнерів. Важливим є, щоб операційний процес самого підприємства та його основних постачальників був адаптований до європейських стандартів, умовою чого є закупівля ТОВ «Кернел Груп» допоміжної сировини виключно у зарубіжних постачальників з відповідною репутацією (і продаж її своїм постачальникам). Така імпортна орієнтація є достатньо витратною для підприємства, втім дозволить посилити позиції на екосегменті, який є надзвичайно перспективним (рис. 2.1).

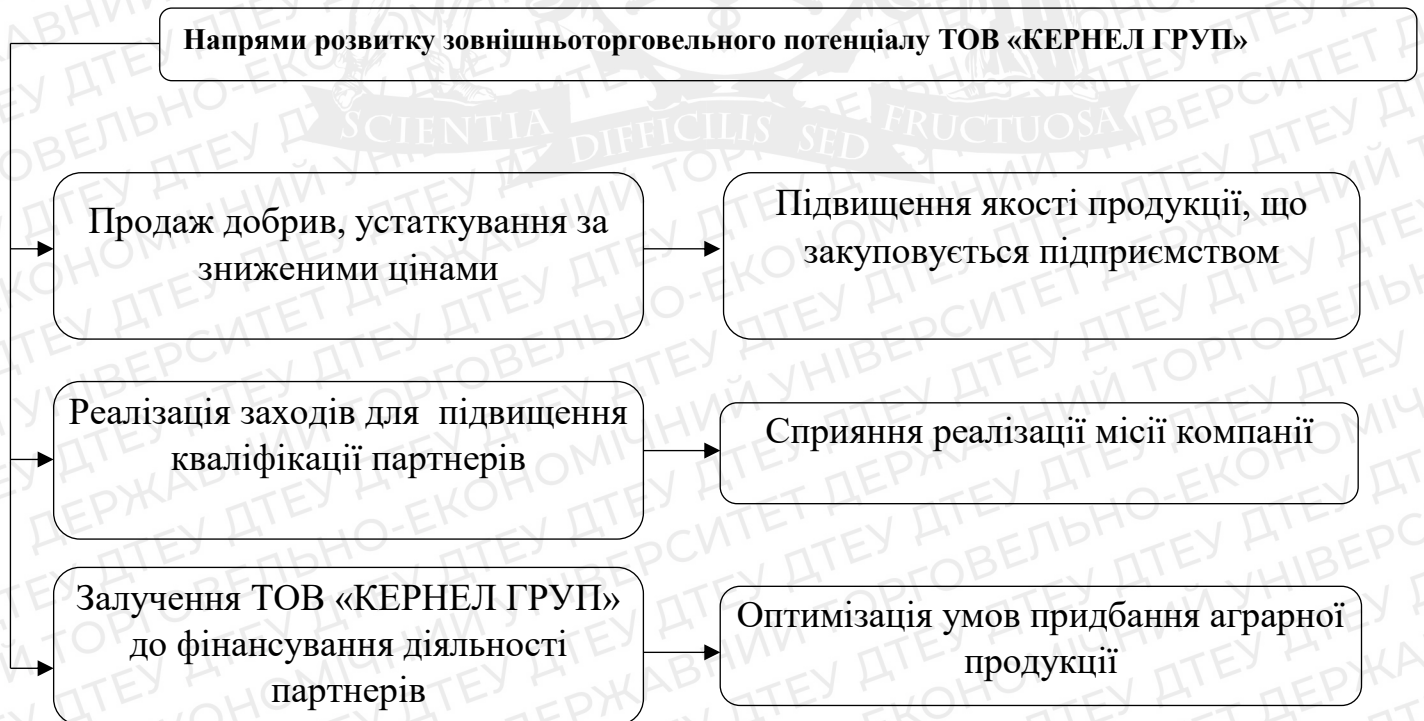


Рис. 2.1. Напрями розвитку зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп»

Джерело: складено автором

Як видно з рисунку, до основних напрямів посилення зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп» належать: залучення ТОВ «Кернел Груп» до фінансування діяльності партнерів, надання аграрним підприємствам та приватним господарствам можливості для купівлі обладнання, що було у використанні, продаж засобів захисту і добрив за цінами виробника, навчання та підвищення кваліфікації партнерів.

Для посилення зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп» за усіма окресленими напрямами необхідно впровадити низку заходів, які вимагатимуть значних управлінських та фінансових ресурсів. Втім на сьогодні потенціал підприємства є достатнім для реалізації цих нововведень. На наш погляд, пріоритетом для досліджуваного підприємства є впровадження заходів, які сприятимуть підвищенню якості аграрної продукції та оптимізації її вартості, зважаючи на ті тенденції, які наразі спостерігаються на аграрному ринку. Решта пропозицій мають реалізуватися за наявності у підприємства фінансових можливостей для недопущення їх негативного впливу на діяльність підприємства. Запропоновані нами заходи є різноплановими та вимагатимуть узгодженої роботи усіх підрозділів підприємства. Також необхідно відзначити, що реалізація деяких із запропонованих нами заходів призведе до збільшення витрат підприємства. Водночас порівняно з поточними обсягами діяльності такі витрати є посильними для компанії, а їх понесення матиме позитивний вплив на зовнішньоторговельний потенціал компанії.

Висновки до розділу 2

Значний вплив на зовнішньоторговельний потенціал підприємства як у контексті формування можливостей його формування, так і реалізації займає оцінка умов середовища бізнес-діяльності. У результаті війни в Україні відбулося зростання цін на олійні культури у понад 2, 5 рази восени, індекс цін на зернові досягав при цьому 200%. У контексті глобальної економіки зазначене призвело до загострення продовольчої кризи та посилення економічної нестабільності. Натомість для ТОВ «Кернел Груп» та інших аграрних компаній,

що працюють на міжнародних ринках, це стало можливістю отримувати високі доходи навіть у надскладних зовнішніх умовах.

Окрім економічного значний вплив формування зовнішньоторговельного потенціалу підприємств агробізнесу мають також соціальний, екологічний та технологічний. Вплив технологічного середовища на досліджуване підприємство проявляється у можливостях придбання різноманітної техніки, спрямованої на покращення та збереження при транспортуванні високої якості аграрної продукції.

Значний вплив на діяльність ТОВ «Кернел Груп» має також соціальне та екологічне середовище. На сьогодні ТОВ «Кернел Груп» має сформовану політику соціальної відповідальності та екологічну стратегію, що має позитивний вплив на імідж компанії, водночас підприємство є неактивним на ринку органічної продукції.

Сильні сторони підприємства полягають у тому, що його бізнес-модель включає різні напрями діяльності – вирощування, переробку, посередницьку торгівлю, характеризується високим рівнем інноваційності. Окрім цього, підприємство має значний фінансовий потенціал для інвестування у подальший розвиток. Якщо говорити про зовнішнє середовище, то його вплив на діяльність підприємства, з огляду на війну в Україні, є негативним. Експортні підприємства є розгалуженим, компанія не має значних можливостей для подальшої географічної диверсифікації. Водночас є високі ризики руйнувань інфраструктури та втрати посівних площ та частини постачальників.

До основних напрямів посилення зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп» належать: залучення ТОВ «Кернел Груп» до фінансування діяльності партнерів, надання аграрним підприємствам та приватним господарствам можливості для купівлі обладнання, що було у використанні, продаж засобів захисту і добрив за цінами виробника, навчання та підвищення кваліфікації партнерів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Зовнішньоторговельний потенціал підприємства являє собою сукупність ресурсних передумов підприємства для здійснення зовнішньоторговельної діяльності. При цьому під ресурсами розуміємо не лише сировину та матеріали, але і фінансові, трудові, управлінські елементи. Наявність зовнішньоторговельного потенціалу є базисом безперебійного функціонування підприємства у міжнародному бізнесі за різних умов зовнішнього середовища.

Процес управління зовнішньоторговельним потенціалом містить у собі послідовність таких дій: моніторинг, узагальнення й аналіз даних, постановка альтернативних завдань, альтернативні розрахунки, вибір кращого варіанта, планування за вибраним варіантом, організація виконання планових завдань (планів), регулювання, координування логістичних процесів, облік результатів і контроль.

Загальною метою формування та реалізації зовнішньоторговельного потенціалу є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний час умовах господарювання.

ТОВ «Кернел Груп» – провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» націлена на експорт сільськогосподарської продукції, у тому числі придбаної у локальних сільськогосподарських виробників. Свою продукцію Кернел експортує більш ніж у 80 країн світу, виступаючи посередником між українськими аграріями та покупцями товарів на зовнішніх ринках.

Наразі ТОВ «Кернел Груп» є одним з найбільш успішних підприємств України. Обсяги доходу підприємства мали тенденцію до щорічного зростання і у 2021 році склали 5,65 млрд. дол. США, що у 2,6 рази більше за аналогічний показник 2017 фінансового року. За 5 років досліджуваному підприємству вдалося істотно збільшити обсяги чистого прибутку, хоча у 2018 та 2020 рр.

спостерігалось зменшення його рівня. На нинішньому етапі чистий прибуток підприємства формується у трьох сферах: власне вирощування продукції, торгівлі та зберігання продукції та переробка олійних культур.

Загалом, до початку війни підприємство було високо рентабельним, а у 2021 році воно досягло рекордних показників прибутковості, що дозволило йому увійти у період фінансової кризи добре підготовленим. За результатами 3-х кварталів 2022 року обсяг доходу підприємства склав 1,69 млрд. дол. США.

ТОВ «Кернел Груп» продає продукцію в основному на умові FOB (наразі через зерновий коридор великим міжнародним торговцям як Cefetra, COFCO та Glencore, а також OLAM, Cargill, ADM та інші. Найбільшим ринком для збуту Олії є Польща. Значними є також поставки до Франції та Нідерландів. Загалом експорт відіграє важливу роль у діяльності ТОВ «Кернел Груп», забезпечуючи підприємству близько 70% доходів.

Здійснений аналіз дозволяє зробити висновок, що на нинішньому етапі міжнародна діяльність ТОВ «Кернел Груп» є ефективною, а процес формування зовнішньоторговельного потенціалу є для підприємства дієвим інструментом посилення позицій на зовнішніх ринках. Водночас важливим є пошук резервів для підвищення ефективності діяльності, що позитивно вплине на фінансовий стан підприємства.

Значний вплив на зовнішньоторговельний потенціал підприємства як у контексті формування можливостей його формування, так і реалізації займає оцінка умов середовища бізнес-діяльності. У результаті війни в Україні відбулося зростання цін на олійні культури у понад 2, 5 рази восени, індекс цін на зернові досягав при цьому 200%. У контексті глобальної економіки зазначене призвело до загострення продовольчої кризи та посилення економічної нестабільності. Натомість для ТОВ «Кернел Груп» та інших аграрних компаній, що працюють на міжнародних ринках, це стало можливістю отримувати високі доходи навіть у надскладних зовнішніх умовах.

Окрім економічного значний вплив формування зовнішньоторговельного потенціалу підприємств агробізнесу мають також соціальний, екологічний та

технологічний. Вплив технологічного середовища на досліджуване підприємство проявляється у можливостях придбання різноманітної техніки, спрямованої на покращення та збереження при транспортування високої якості аграрної продукції.

Значний вплив на діяльність ТОВ «Кернел Груп» має також соціальне та екологічне середовище. На сьогодні ТОВ «Кернел Груп» має сформовану політику соціальної відповідальності та екологічну стратегію, що має позитивний вплив на імідж компанії, водночас підприємство є неактивним на ринку органічної продукції.

Сильні сторони підприємства полягають у тому, що його бізнес-модель включає різні напрями діяльності – вирощування, переробку, посередницьку торгівлю, характеризується високим рівнем інноваційності. Окрім цього, підприємство має значний фінансовий потенціал для інвестування у подальший розвиток. Якщо говорити про зовнішнє середовище, то його вплив на діяльність підприємства, з огляду на війну в Україні, є негативним. Експортні підприємства є розгалуженим, компанія не має значних можливостей для подальшої географічної диверсифікації. Водночас є високі ризики руйнувань інфраструктури та втрати посівних площ та частини постачальників.

До основних напрямів посилення зовнішньоторговельного потенціалу ТОВ «Кернел Груп» належать: залучення ТОВ «Кернел Груп» до фінансування діяльності партнерів, надання аграрним підприємствам та приватним господарствам можливості для купівлі обладнання, що було у використанні, продаж засобів захисту і добрив за цінами виробника, навчання та підвищення кваліфікації партнерів.

Список використаних джерел

1. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу/ О.Г. Мельник// Проблеми економіки. 2017. - №1. – с. 226-231. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-1_0-pages-226_231.pdf
2. Н.М. Байдала. Принципи розвитку експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств/ Байдала Н.М.// Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2179>
3. Марченко В.М. Взаємозв'язок понять потенціал підприємства, економічний, ресурсний та виробничий потенціали підприємства/ В.М. Марченко, Н.О. Навроцький// Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5173>
4. Дроздова Ю. Вплив змін на потенціал розвитку підприємства/ Ю. Дроздова, С. Бай, В. Хмурова, О. Міняйло, С. Буленок// Фінансова та кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2022. - №4 (45) – с. 153 – 163. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3822/3622>
5. Орехова А.І. Економічний потенціал підприємства: сутнісні характеристики та структуризація/ А.І. Орехова//Економіка та управління підприємствами, 2018. - №7. – с. 308 – 313. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/45.pdf
6. Сайт ТОВ «Кернел Груп». URL: <https://www.kernel.ua/ua/>
7. Kernel Holding S.A. Q1 FY2022 results and company presentation. URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2021/11/Kernel_FY2022_Q1_Presentation.pdf
8. Merchandise trade matrix in thousands United States dollars, annual, 2016-2021. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/dimView.aspx>
9. Вплив війни на сільське господарство: ООН представила оцінку нагальних потреб агросектору та сільського населення. URL: <https://minagro.gov.ua/news/vpliv-vijni-na-silске-gospodarstvo-oon-predstavilo-ocinku-nagalnih-potreb-agro-sektoru-ta-sil'skogo-nasele-nnya>

10. FAO Food Price Index. URL: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>
11. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л.Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук // Культура народів Причорномор'я. — 2017. — № 102. — 146-151 с.
12. Васильєв О.В. Сучасні підходи формування організаційно-економічного механізму забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства/ О.В. Васильєв, І.С. Уваров// Право та інновації. - 2019. - №13. - с. 89-100. URL: <https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/29.11.19/ 29 11 2019 13.pdf>
13. Органічний ринок в Україні. URL: <https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2020/02/UAOrganic fact sheet 2020-UA-1.pdf>
14. Пенькова О. Г. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарського машинобудування до умов внутрішнього і міжнародного ринків / О. Г. Пенькова, А. О. Харенко, Є. М. Кулішенко // Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. - 2021. - № 2(1). - С. 35-48. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2021_2%281%29_6
15. Пригара О. Механізм розробки стратегії сегментування міжнародних ринків / О. Пригара, В. Журило // Економічний аналіз. - 2020. - Т. 30, № 1(1). - С. 166-182. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2020_30_1%281%29_21
16. Ринейська Л. С. Інституційне середовище формування міжнародних стратегій економічного розвитку в умовах глобалізації / Л. С. Ринейська. // Ефективна економіка. - 2018. - № 1. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_1_47
17. Як працює "зерновий коридор" — дані від Мінінфраструктури України. URL: <https://kanal-dom.tv/yak-praczyuyeye-zernovyj-korydor-dani-vid-mininfrastruktury-ukrayiny-video/>
18. Cereals statistics. Statistics on weekly, monthly and world cereal prices, EU production and trade. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/overviews/market-observatories/crops/cereals-statistics_en#trade

19. Organic farming statistics. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Organic_farming_statistics
20. The European market potential for sunflower seeds. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/grains-pulses-oilseeds/sunflower-seeds/market-potential>
21. Ukraine-EU - international trade of main product groups. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Ukraine-EU - international trade of main product groups](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Ukraine-EU_-_international_trade_of_main_product_groups)
22. World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2021. URL: <https://www.fao.org/3/cb4477en/cb4477en.pdf>
23. Вакуленко О. О. Управління виробництвом як фактор підвищення економічної ефективності експорту зерна підприємством [Електронний ресурс] / О. О. Вакуленко, О. М. Файчук, О. В. Файчук // Молодий вчений. - 2019. - № 8(2). - С. 300-303. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_8\(2\)_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_8(2)_35)
24. Дорофеев О. В. Напрями нарощення експортного потенціалу підприємств зернової галузі України [Електронний ресурс] / О. В. Дорофеев // Український журнал прикладної економіки. - 2020. - Т. 5, № 2. - С. 197-205. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2020_5_2_26
25. Євтушенко В. В. Експорт та імпорт зернових культур в умовах сьогодення [Електронний ресурс] / В. В. Євтушенко // Товарознавчий вісник. - 2021. - Вип. 14. - С. 26-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvis_2021_14_5
26. Єгоращенко І. В. Вирощування і експорт зернових в Україні: особливості логістики [Електронний ресурс] / І. В. Єгоращенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2017. - Вип. 25(2). - С. 92-96. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25\(2\)_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25(2)_21)
27. Згурська О. М. Сучасний стан та стратегічні можливості підприємств агропродовольчого комплексу України / О. М. Згурська, Т. В. Сьомкіна. //

- Ефективна економіка. - 2020. - № 12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_12_5
28. Зрайло І. І. Особливості структуризації експортного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК [Електронний ресурс] / І. І. Зрайло // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2019. - Вип. 4. - С. 129-135. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2019_4_26
29. Крилова І. Г. Експортні можливості України в зерновиробництві [Електронний ресурс] / І. Г. Крилова, Ю. І. Гураль // Modern economics. - 2018. - № 12. - С. 120-125. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_12_20
30. Рахман М. С. Аналіз стану та перспектив експортно-імпортних операцій зернових і зернобобових культур в Україні [Електронний ресурс] / М. С. Рахман, Н. М. Бабенко // Бізнес Інформ. - 2020. - № 8. - С. 134-139. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2020_8_18
31. Соловей М. С. Експорт зерна: стан, проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / М. С. Соловей // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2019. - Вип. 2. - С. 43-48. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2019_2_9
32. Чернявський І. Ю. Прогнозування експортного потенціалу підприємств зернової галузі України з урахуванням рівня розвитку вітчизняної селекції [Електронний ресурс] / І. Ю. Чернявський // Український журнал прикладної економіки. - 2019. - Т. 4, № 4. - С. 199-208. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2019_4_4_25