систематичну оцінку нестабільності зовнішнього середовища, оперативне реагування на поточні зміни та превентивне нівелювання потенційних зовнішніх ризиків.

Список використаних джерел

1. Білянський Ю. О. Формування інституційного забезпечення зовнішньо-економічної діяльності аграрних підприємств України в контексті міжнародних торгівельних угод. *Ефективна економіка*. 2020 р. №3. С.45-59

Н. В. Стоянець,
доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту імені професора Л.І. Михайлової;
В. В. Міщенко,
здобувач 4 курсу ОП «Менеджмент»;
Сумський національний аграрний університет, м. Суми

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Збільшення експортних можливостей аграрного підприємства проявляється у русі виробничих ресурсів та споживчих товарів на світовий ринок. Важливим аспектом для успішної діяльності є відповідність критеріям, встановленим у країнах Європи. Отже, дослідження методів управління експортним потенціалом аграрних підприємств на міжнародних ринках є актуальним питанням. В умовах посилення міжнародної конкуренції, системи управління вітчизняних підприємств повинні адаптуватися до сучасних управлінських підходів, що сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності.

В умовах інтеграції України в європейський економічний простір та посилення глобальної конкуренції, вітчизняні підприємства стикаються з нагальною необхідністю підвищення рівня конкурентоспроможності своєї продукції та послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Міжнародний досвід показує, що впровадження інноваційних рішень є ключовим фактором, що визначає успіх підприємств та сприяє економічному розвитку країн.

В науковій літературі визначення експортного потенціалу це здатність підприємства виробляти та продавати товари або послуги на міжнародних ринках. Він включає в себе виробничі можливості як наявність необхідних ресурсів (сировина, обладнання, технології, кваліфікований персонал) для виробництва продукції, що відповідає вимогам міжнародних ринків. Маркетингові можливості складають здатність підприємства досліджувати ринки, знаходити потенційних покупців, просувати свою продукцію та

організовувати продажі за кордоном. Фінансові можливості в свою чергу це наявність достатніх фінансових ресурсів для здійснення експортних операцій (виробництво, транспортування, маркетинг, страхування ризиків). Організаційні можливості як ефективна організація експортної діяльності, включаючи логістику, документальне оформлення, митні процедури тощо [1].

Для успішної експортної діяльності необхідно аналізувати її ефективність. Це дозволяє визначити оптимальну структуру експорту, використовувати ефективні маркетингові інструменти та приймати обґрунтовані рішення. Розробка маркетингової стратегії для експорту аграрної продукції базується на розумінні того, як виробники можуть впливати на ринкові умови, щоб досягти своїх цілей на міжнародному ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) аграрних підприємств України в майбутньому може зазнати значних змін під впливом різноманітних факторів. Доцільно виділити можливі тенденцій і саме через поглиблення інтеграції з ЄС, у зв'язку з євроінтеграцією, українським аграрним підприємствам необхідно буде активно адаптуватися до стандартів ЄС щодо якості продукції, безпечності харчових продуктів, екологічних норм та інших вимог, очікується зростання обсягів експорту української аграрної продукції до країн ЄС, особливо тих товарів, які відповідають європейським стандартам якості. Українським аграрним підприємствам необхідно буде активно шукати нові ринки збуту, особливо в країнах Азії, Африки та Латинської Америки. Для виходу на нові ринки необхідно буде розширювати асортимент продукції, пропонуючи товари, які відповідають потребам місцевих споживачів. Очікується зростання попиту на органічну продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Українські аграрні підприємства мають потенціал для збільшення виробництва органічної продукції, яка користується попитом на світовому ринку. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно буде активно впроваджувати сучасні технології в аграрне виробництво, такі як точне землеробство, дрони, системи моніторингу та інші. Збільшення доданої вартості аграрної продукції шляхом розвитку переробки, створення нових продуктів та брендів.

Зміна клімату може мати значний вплив на аграрне виробництво, тому необхідно буде адаптуватися до нових умов, впроваджуючи стійкі методи землеробства та вирощуючи культури, стійкі до посухи та інших несприятливих погодних умов. Розвиток транспортної інфраструктури та логістичних мереж є ключовим фактором для ефективної ЗЕД, необхідно залучати інвестиції в розвиток логістичної інфраструктури, зокрема в будівництво елеваторів, портів, доріг та залізниць. Держава повинна створювати сприятливі умови для розвитку ЗЕД аграрних підприємств, зокрема шляхом спрощення процедур експорту, надання фінансової підтримки та сприяння виходу на нові ринки.

Майбутнє аграрних підприємств України, ключових для економіки країни, тісно пов'язане з геополітичною ситуацією. Непередбачувані воєнні дії роблять традиційні методи прогнозування ризиків неефективними. Щоб успішно вести міжнародний бізнес, українським компаніям необхідно забезпечити альтернативні маршрути для експорту та імпорту, використовувати сучасні

технології для оптимізації процесів та зменшення залежності від фізичної присутності, розробити та впровадити заходи безпеки для збереження активів та працівників, розглянути можливість міжнародної делегації бізнес-процесів, за можливості, перенести виробничі потужності в регіони з меншою загрозою обстрілів. Ці кроки допоможуть українським аграрним підприємствам адаптуватися до мінливих умов та зберегти конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Дунська А. Р. Тенденції у зовнішньоекономічній діяльності промислових підприємств в умовах воєнного стану. V *Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи»(25 квітня 2024)* Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2024. С. 23-24.