

### Література:

1. Лисак В. Ю., Семендяк В. М. Розвиток людського капіталу: суть, проблеми та перспективи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського. 2019. № 21. С. 548-552.
2. Пищуліна О., Юрочко Т., Міщенко М., Жаліло Я. Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ. Центр Разумкова: Видавництво «Заповіт». 2018. 368 с.
3. Шахно, А.Ю., 2019. *Людський капітал в умовах глобалізації: оцінювання, розвиток та державне регулювання*. Кривий Ріг: Видавництво ФО-П Чернявський Д.О. 360 с.
4. Шевченко Д.В. Інвестиції в людський капітал як фактор підвищення конкурентних переваг економіки. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5-6. С.51-56.

## ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ТОВАРНОГО ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ

Я. А. МАКСИМЕНКО, канд. екон. наук, доц.,  
проф. кафедри загальної економічної теорії

І. В. ТИХЕНЬКА, студентка

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків, Україна*

Експорт товарів та послуг України майже стабільно протягом останніх десяти років займає високу частку у структурі ВВП, сягнувши свого максимального значення 53,8 % у 2011 р., мінімального значення – 39 % у 2020 р. [7]. В зв'язку з цим актуалізується необхідність постійного та ґрунтовного аналізу стану експорту для визначення основних проблем та шляхів їх подолання, що сприятиме удосконаленню його структури і зростанню експортної виручки.

За даними Міністерства економіки України за перше півріччя 2021 р. найбільше експорту товарів України припадає на продукцію АПК – 36,1 % від загального експорту, що становить 10811,9 млн дол., металургійний комплекс – 23,5 % або 7037,7 млн дол. та мінеральні продукти – 15,4 % або 4603,5 млн дол.) [3]. Забезпечення цих показників відбувається не за рахунок високої доданої вартості, створеної при виробництві товарів, а завдяки великим обсягам постачань. Це свідчить про переважання екстенсивного способу ведення господарства.

Станом на 20 грудня з початку 2021/2022 маркетингового року Україна експортувала 29 373 тис. тонн зернових культур, а борошна пшеничного та інших культур – 57,8 тис. тонн [2]. До того ж за розрахунками Мінекономіки на базі даних Держстату частка товарів високо та середньотехнологічного рівня у загальному обсязі експорту товарів у першому кварталі 2021 року склала 15,8% [6]. Наведені дані свідчать про те, що Україна на світовому ринку здебільшого представлена як експортер сировини, що є однією із нагальних проблем, яка потребує вирішення.

Потрібно орієнтуватись не на сировинну, а на високотехнологічну наукоємну експортну продукцію [5]. До того ж сировинна спрямованість

експорту негативно впливає на подальший економічний розвиток, оскільки знижує частку обробної промисловості у ВВП. Необхідно максимально використовувати економічний потенціал, переваги національної економіки, такі як наявність природних ресурсів, висококваліфікованої робочої сили, здатність створювати нові технології для виробництва високоякісної конкурентоспроможної продукції [4].

Не менш важливим є те, щоб експортна продукція також була унікальною. Як, наприклад, нещодавно підприємство «Технології здоров'я» під ТМ Honey Energy стало виготовляти корисні солодоці з натурального квіткового меду та борошна із зародків амаранту. Завдяки використуваній в компанії технології створюється природній продукт зі збереженням всіх цінних елементів [1]. В Україні є всі шанси успішно експортувати таку продукцію, адже нині вона займає друге місце у світі за виробництвом меду.

Також однією із проблем експорту саме продукції сільського господарства є вплив природних чинників, що може призводити до зниження врожайності. За розрахунками Мінекономіки, експорт зернових культур першого кварталу 2021 року у кількісному вимірі зменшився на 37,8% порівняно з відповідним періодом 2020 року [6] у зв'язку, в першу чергу, із зменшенням врожаю окремих культур.

Повністю уникнути впливу цих факторів неможливо, проте певним чином можна попередити чи зменшити їх вплив шляхом запровадження новітніх технологій, наприклад, використовувати супутникові системи моніторингу та аналізу даних, що дозволить забезпечити контроль вирощування продукції. Також необхідно вживати заходів з підвищення якості ґрунтів.

Отже, рекомендовані шляхи удосконалення структури товарного експорту України полягають у наступному: нарощування експорту готової продукції і зменшення експорту сировини та напівфабрикатів, виготовлення особливої та якісної кінцевої продукції, запровадження новітніх технологій, отримання лідерства в експорті конкретної продукції, що сприятиме зростанню експортної виручки.

#### Література:

1. В Україні виробляють унікальну медову продукцію. 2021: веб-сайт. URL: <https://kurkul.com/news/28993-v-ukrayini-viroblyayut-unikalnu-medovu-produktsiyu>.
2. З початку 2021/2022 МР Україна експортувала близько 29,4 млн. тонн зерна. *Міністерство аграрної політики та продовольства України*: веб-сайт. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/news/z-pochatku-20212022-mr-ukrayina-eksportovala-blizko-294-mln-tonn-zerna>.
3. Інфографіка щодо загальних підсумків експорту товарів України у I півріччі 2021 року. *Міністерство економіки України*. 2021 : веб-сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=a6578d24-5be7-4024-a177-d5ee65745113>.
4. Максименко Я. А. Зовнішньоторговельні відносини України. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХП"* : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2015. № 60 (1169). С. 145-148.
5. Максименко Я. А., Дяченко Т. А. Інтеграція України до світової економічної системи. *Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 1-7 грудня 2010 р.* – Донецьк : ДонНУЕТ. 2010. Т. 3. С. 286-288.

6. Огляд ВВП у I кварталі 2021 року. *Міністерство економіки України*. 2021. веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Download?id=d214f504-d5d9-433a-9292-8258b9e9802d>.

7. Структура ВВП України за кінцевим використанням з 2005 по 2021 рр. 2021. веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>.

## **МАЛИЙ БІЗНЕС В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ**

І. В. СІДЕЛЬНИКОВА, канд. екон. наук, доц.,  
проф. кафедри економічної теорії, фінансів і обліку  
*Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди,  
м. Харків, Україна*

Жорстка конкуренція на глобалізованому продовольчому ринку зумовлює потребу підвищення ефективності функціонування малого бізнесу в аграрному секторі національної економіки. Тому дослідження даного питання є важливим і актуальним.

На теперішній час у чинному законодавстві все ще немає сформованого поняття «малі форми господарювання», не існує і єдиної думки науковців щодо суб'єктів, які до них належать [2; 3]. Важливими особливостями малих форм господарювання є особиста участь сім'ї або її членів у здійсненні діяльності й певні обмежувальні критерії. До останніх насамперед відносять розміри сільськогосподарських угідь, кількість працівників (найманих осіб) і обсяг виторгу. Найпоширенішими суб'єктами малого бізнесу в аграрному секторі виступають фермерські господарства, особисті селянські господарства (прототип сімейного фермерського господарства) і фізичні особи-підприємці, які здійснюють свою діяльність в аграрній сфері [2, с. 106].

Малі форми господарювання на ринку є найменш захищеними та конкурентоспроможними, однак при цьому вони мають значну частку у виробництві окремих видів аграрної продукції та є основним видом діяльності для багатьох мешканців сіл.

До основних факторів, що суттєво перешкоджають розвитку малого аграрного бізнесу, як свідчить практика, належать: недосконалість законодавчої бази; недосконалість механізму взаємодії держави і суб'єктів малого бізнесу; низький рівень доступності кредитних ресурсів; недостатній рівень розвитку інноваційної бази, що унеможлиблює використання сучасного технологічного обладнання та ін.

Суб'єкти малого підприємництва аграрної сфери володіють рядом суттєвих переваг поряд з більш потужними формами господарювання, а саме: швидко реагують на зміни на ринку; є основним джерелом інноваційних ідей у сфері виробництва; мають певні переваги у маркетингу і умовах реалізації завдяки особистому контакту зі споживачем; реалізують поєднання підприємця (власника), керівника і працівника в одній особі, що забезпечує найкраще