

Яценко Олександр Миколайович
кандидат економічних наук,
докторант кафедри міжнародної
торгівлі і маркетингу,
старший фінансовий бізнес-партнер
з насіння в Україні, ТОВ «Сингента»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна
E-mail: om.iatsenko@gmail.com
ORCID: 0000-0002-0388-728X

Яценко Ольга Миколаївна
доктор економічних наук, професор
в.о. завідувача кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4399-22174

Яремко Катерина Анатоліївна
студентка ОПП «Міжнародна торгівля та маркетинг»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна
e-mail: katia.yaremko28@gmail.com
ORCID: 0009-0005-5440-2296

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ЛІДЕРСТВО АГРОТРЕЙДЕРІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ЗЕРНА

Iatsenko Oleksandr
Ph.D. in Economics, doctoral student of the International Trade and Marketing Department,
Seeds Senior Finance Business Partner Ukraine at Syngenta LLC,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine
e-mail: om.iatsenko@gmail.com
ORCID: 0000-0002-0388-728X

Yatsenko Olha
Doctor of Economics, Professor
Acting Head of the International Trade and Marketing Department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4399-22174

Yaremko Kateryna
student of the speciality «International trade and marketing»
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetmana, Kyiv, Ukraine
e-mail: katia.yaremko28@gmail.com
ORCID: 0009-0005-5440-2296

COMPETITIVE ENVIRONMENT AND AGRITRADERS LEADERSHIP IN THE GLOBAL GRAIN MARKET

Анотація. У статті досліджено ключові тенденції розвитку світової торгівлі аграрною продукцією в умовах посилення глобалізаційних процесів, кліматичних змін і геополітичних викликів, зокрема повномасштабної війни росії проти України. На цьому тлі постає потреба комплексного аналізу сучасних тенденцій та конкурентних стратегій провідних світових агротрейдерів, щоб визначити ключові фактори, що забезпечують їхнє лідируюче становище на світовому ринку зерна. Об'єктом дослідження є процес розвитку конкурентного лідерства на глобальному ринку зерна. Предметом дослідження є стратегічні та

організаційні передумови, механізми та інструменти забезпечення конкурентного лідерства аготрейдерів на глобальному ринку зерна, що дозволяють випереджати конкурентів і досягати визначених цілей. Метою статті є вивчення й характеристика підходів до розвитку конкурентного лідерства на глобальному ринку зерна з метою обґрунтування і надання пропозицій стосовно механізмів та інструментів, що дозволяють випереджати конкурентів через систему інновацій, цифровізації, ефективного управління, системи мотивацій для досягнення визначених цілей.

В статті проаналізовано вплив інтеграційних об'єднань (ЄС, MERCOSUR, USMCA) на формування правил доступу до ринків, структуру торговельних потоків та посилення конкуренції на агропродовольчому ринку. Окрему увагу приділено динаміці експорту й імпорту зернових за 2010–2024 рр., а також зростанню ролі азійських країн як ключових імпортерів. Узагальнено діяльність «великої четвірки» зернових трейдерів (Cargill, ADM, Bunge, Louis Dreyfus Company), виокремлено їхні бізнес-моделі, інноваційні практики, логістичні та фінансові переваги. Показано, що інноваційність, цифровізація ланцюгів постачання, впровадження ESG-підходів і розвиток органічного виробництва стають визначальними чинниками конкурентного лідерства на глобальному ринку зерна. Зроблено висновок, що адаптація до цих трендів, цифрова трансформація торгівлі та орієнтація на сталий розвиток є критично важливими для підвищення конкурентоспроможності аграрних експортерів, зокрема України, в умовах посилення продовольчої та геоекономічної нестабільності.

Ключові слова: зернотрейдинг; аготрейдинг; лідерство; конкурентне лідерство; глобальний ринок зерна, міжнародна торгівля.

Abstract. The article examines key trends in the development of global trade in agricultural products under conditions of intensified globalization, climate change, and geopolitical challenges, in particular the full-scale war of Russia against Ukraine. Against this backdrop, there is a need for a comprehensive analysis of the current trends and competitive strategies of leading global agri-traders to identify the key factors that ensure their leading position in the global grain market. The study focuses on the process of developing competitive leadership in the global grain market. The subject of the study is the strategic and organizational prerequisites, mechanisms, and tools that enable Agri-traders to maintain competitive leadership in the global grain market, thereby staying ahead of competitors and achieving specific goals. The purpose of the article is to study and characterize approaches to developing competitive leadership in the global grain market in order to justify and provide proposals regarding mechanisms and tools that allow staying ahead of competitors through a system of innovation, digitalization, effective management, and motivation systems for achieving specific goals.

The impact of integration blocs (the EU, MERCOSUR, USMCA) on shaping market access rules, the structure of trade flows, and increasing competition in the agri-food market is analyzed. Special attention is paid to the dynamics of grain exports and imports from 2010 to 2024, as well as to the growing role of Asian countries as key importers. The activities of the «Big Four» grain traders (Cargill, ADM, Bunge, Louis Dreyfus Company) are summarized, with their business models, innovative practices, and logistical and financial advantages identified. It is demonstrated that innovativeness, digitalization of supply chains, the implementation of ESG approaches, and the development of organic production are becoming key factors in defining competitive leadership in the global grain market. The article concludes that adaptation to these trends, digital transformation of trade, and a focus on sustainable development are critically important for strengthening the competitiveness of agricultural exporters, including Ukraine, under conditions of increasing food and geoeconomic instability.

Keywords: grain trading; agricultural trading; leadership; competitive leadership; global grain market; international trade.

JEL codes: F10, F14, F29, L66.

Постановка проблеми. Сучасна світова торгівля аграрною продукцією зазнає істотних трансформацій під впливом геополітичних конфліктів, зокрема війни росії проти України, кліматичних змін та зростання вимог до цифровізації й екологічності виробництва. Порушення ланцюгів постачання, коливання світових цін та посилення конкуренції актуалізують потребу глибокого аналізу механізмів формування конкурентних переваг на глобальному ринку зерна. Водночас зміна споживчих уподобань, посилення екологічних вимог, цифровізація торгівлі та зростання ролі інтеграційних об'єднань формують нові виклики та можливості для учасників ринку. У цих умовах постає потреба у комплексному аналізі сучасних тенденцій, конкурентних стратегій провідних глобальних агротрейдерів та визначенні ключових факторів, які забезпечують їхнє лідерство на світовому ринку зерна. Такий аналіз є важливим як для теоретичного осмислення глобальних змін, так і для вироблення ефективних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності національних експортерів, зокрема України.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання розвитку світової торгівлі аграрною продукцією та структурних змін на глобальному ринку зерна висвітлюються у звітах і працях FAO, WTO, IMF та OECD, де систематизовано ключові тенденції, ризики продовольчої безпеки та вплив геополітичних і кліматичних чинників на аграрний сектор [1-4]. Статистичні бази FAO і TradeMap забезпечують емпіричний матеріал для аналізу динаміки міжнародної торгівлі та виявлення її структурних зрушень [1; 2; 18].

У наукових публікаціях приділяється увага питанням сталого розвитку та зростання ролі органічної продукції, що відображено у роботах вітчизняних дослідників [6-16], а також впливу інтеграційних об'єднань — ЄС, USMCA, MERCOSUR — на формування торговельних режимів та можливостей для експортерів, зокрема України [17].

Значний масив аналітики стосується діяльності провідних транснаціональних зернотрейдерів — Cargill, ADM, Bunge, Louis Dreyfus Company. У їхніх річних звітах, а також у матеріалах Bloomberg, Reuters і Financial Times висвітлено особливості бізнес-моделей, логістичних стратегій та інноваційних підходів [5; 17-21].

Водночас у науковому дискурсі недостатньо розкрито вплив цифрових технологій, інновацій та ESG-стратегій на конкурентну динаміку світового ринку зерна, що визначає актуальність подальших досліджень у цьому напрямі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасних умовах зростаючої волатильності світових ринків, посилення геополітичних ризиків та стрімкого розвитку цифрових технологій постає потреба у поглибленому вивченні механізмів формування конкурентного лідерства зернотрейдерів. Різноманіття наукових підходів до аналізу глобальних ланцюгів постачання та стратегій трейдингових компаній ускладнює їх практичне застосування, зокрема з урахуванням специфіки аграрного сектору та відмінностей між регіональними ринками. У зв'язку з цим особливої уваги потребує дослідження бізнес-моделей провідних світових зернотрейдерів в аспекті їхньої інноваційності, цифровізації та екологічної орієнтації. Такий підхід дозволяє виявити ефективні управлінські інструменти, здатні забезпечити досягнення стратегічних цілей і

підсилити конкурентоспроможність компаній, зокрема українських експортерів, на глобальному ринку зерна.

Метою статті є вивчення й характеристика підходів до розвитку конкурентного лідерства на глобальному ринку зерна з метою обґрунтування і надання пропозицій стосовно механізмів та інструментів, що дозволяють випереджати конкурентів через систему інновацій, цифровізації, ефективного управління, системи мотивацій для досягнення визначених цілей.

Методика дослідження. Логіка проведеного дослідження ґрунтувалася на послідовному виконанні низки аналітичних завдань, вирішення яких забезпечило досягнення поставленої мети:

- визначення теоретичних засад розвитку світової торгівлі аграрною продукцією здійснено на основі аналізу стратегічних документів FAO, FAO Strategic Framework, IMF World Economic Outlook та наукових публікацій щодо сталого розвитку і зовнішньої торгівлі агросектору [1-4; 6-16]. Отримані результати дозволили сформувати цілісне бачення глобального контексту, включно з впливом кліматичних, геополітичних, гео економічних, соціальних і екологічних чинників;

- аналіз тенденцій світового експорту та імпорту зернових культур за 2010–2024 рр. виконано на основі статистичних даних FAO, TradeMap та інших міжнародних джерел [1; 2; 18]. Це дало змогу побудувати динамічні ряди, графічно інтерпретувати зміни, виокремити країни-лідери та розкрити структурні трансформації глобального зернового ринку;

- для оцінки рівня концентрації та конкурентного середовища застосовано метод бенчмаркінгу. На основі річних звітів та аналітики щодо діяльності Cargill, ADM, Bunge та Louis Dreyfus Company (LDC) [5; 9-21] здійснено порівняльний аналіз їхніх бізнес-моделей, регіональної диверсифікації, логістичних можливостей, інноваційних рішень і ESG-практик. Це дозволило ідентифікувати ключові чинники формування конкурентного лідерства у глобальному зернотрейдингу;

- узагальнення сучасних трендів міжнародної аграрної торгівлі — зростання попиту, розвиток органічного виробництва, цифровізація логістики, застосування інноваційних технологій — здійснено шляхом систематизації аналітичних матеріалів та результатів наукових досліджень [3; 6-17]. Отримані висновки дозволили виявити виклики та можливості для аграрних експортерів, зокрема України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світова торгівля аграрною продукцією посідає провідне місце в системі міжнародних економічних відносин, оскільки забезпечує продовольчу безпеку та підтримує економічний розвиток значної кількості країн. В умовах поглиблення глобалізаційних процесів ринок сільськогосподарських товарів виконує ключову роль у формуванні цінової рівноваги, узгодженні попиту та пропозиції, а також стимулює технологічне оновлення аграрного сектору.

Упродовж останніх років цей ринок зазнав помітних змін під впливом різних чинників, серед яких — кліматичні зрушення, геополітичні конфлікти, пандемія COVID-19, повномасштабна війна росії проти України, розвиток нових технологій та зміна споживчих вподобань. У такій ситуації особливої ваги набуває аналіз тенденцій глобальної аграрної торгівлі та оцінка їхнього впливу на стру-

ктуру й масштаби міжнародних торговельних потоків, що є основою для виявлення потенційних ризиків та нових можливостей для країн-учасниць ринку.

Серед усіх чинників найбільш різким виявився вплив війни в Україні, яка зумовила глибокі трансформації не лише в аграрній торгівлі, а й у глобальній економічній системі. Україна та росія традиційно входять до числа найбільших експортерів зернових культур, передусім пшениці та кукурудзи. Військові дії спричинили суттєве скорочення їхнього експорту, що викликало значні коливання цін на світових ринках. Крім того, конфлікт призвів до руйнування логістичних маршрутів, збільшення транспортних витрат і підвищення ризиковості міжнародних операцій. У таких умовах держави змушені зосереджувати більше уваги на питаннях продовольчої й національної безпеки як передумові економічної стабільності.

Важливим чинником, який визначає сучасну конфігурацію міжнародної аграрної торгівлі, є діяльність інтеграційних об'єднань. Вони формують правила доступу на ринки, встановлюють рівень тарифних і нетарифних обмежень, визначають стандарти виробництва та якості продукції. Найбільший вплив на глобальні аграрні потоки мають такі інтеграційні структури, як Європейський Союз (ЄС), угода USMCA між США, Канадою та Мексикою, а також південно-американський блок MERCOSUR.

MERCOSUR, який об'єднує Бразилію, Аргентину, Парагвай і Уругвай, є одним із провідних світових центрів виробництва й експорту аграрної продукції. Основним завданням цього союзу є зменшення внутрішніх торговельних бар'єрів та узгодження зовнішньоторговельної політики. Завдяки цьому країни блоку стали ключовими постачальниками зернових культур — кукурудзи, пшениці, сої — а також м'ясної продукції, орієнтованої на ринки ЄС, Китаю та інших регіонів Азії. Поглиблення інтеграційних процесів сприяло формуванню спільного аграрного простору та підвищенню конкурентних позицій країн MERCOSUR.

Європейський Союз є найбільш розвиненим інтеграційним об'єднанням, що має спільний ринок і єдину торговельну політику. Спільна аграрна політика (CAP) регулює питання виробництва, субсидування та експорту продукції, створюючи розгалужену систему підтримки фермерів. ЄС входить до числа провідних експортерів харчових товарів, зокрема зернових, молочної продукції, м'яса та вина. Водночас високі стандарти ЄС щодо якості, санітарних та екологічних норм часто ускладнюють доступ країн-партнерів на європейський ринок. Для України Угода про асоціацію стала важливим інструментом часткової інтеграції, що передбачає тарифні квоти на окремі види агропродукції й стимулює модернізацію вітчизняного аграрного сектору.

Угода USMCA, що замінила NAFTA, зберегла принципи вільної торгівлі між США, Канадою та Мексикою, у тому числі в аграрній сфері. Документ передбачає усунення більшості тарифних обмежень та чіткі правила доступу до ринків сільськогосподарської продукції. Це сприяло формуванню високоефективної регіональної системи торгівлі зерном, м'ясними виробами, молочною та олійною продукцією. США залишаються провідним експортером пшениці та кукурудзи, Канада — основним постачальником ячменю й ріпаку, тоді як Мексика відіграє роль значного імпортера та переробника аграрної сировини.

Важливе місце у формуванні сучасної архітектури світової торгівлі агропродукцією займає угода про вільну торгівлю між Європейським Союзом та

MERCOSUR. Переговорний процес щодо неї тривав понад двадцять рр. і завершився на політичному рівні у 2019 р. Це одна з наймасштабніших торговельних угод, які ЄС будь-коли укладав із країнами Латинської Америки, оскільки вона охоплює об'єднаний ринок більш ніж із 780 млн споживачів.

Домовленість спрямована на усунення торговельних бар'єрів, зниження митних ставок, підвищення захисту інвестицій та зміцнення правової визначеності у взаємних економічних відносинах. Важливою складовою є також гармонізація технічних вимог, посилення екологічних та соціальних стандартів і підвищення прозорості в аграрній торгівлі. Країни MERCOSUR — Бразилія, Аргентина, Уругвай і Парагвай — є ключовими постачальниками аграрної сировини, харчових продуктів і енергоресурсів до Європейського Союзу. Для держав Південної Америки угода відкриває розширений доступ до європейського ринку, створює передумови для збільшення експортних доходів, активізації інвестиційних потоків та розвитку технологічної кооперації.

Політичне значення цієї домовленості також надзвичайно суттєве, адже вона демонструє прагнення ЄС зміцнювати свою автономність і диверсифікацію в глобальних ланцюгах постачання, зменшуючи залежність від партнерів на кшталт Китаю та США. Водночас практична ефективність угоди залежатиме від реального дотримання зобов'язань, виконання положень щодо сталого розвитку та контролю за екологічними нормами. Хоча документ сам по собі не гарантує повного балансування інтересів чи екологічної відповідальності, він створює потенційно міцну основу для поглиблення співпраці за умови належної імплементації.

Для оцінки поточного стану світового ринку аграрної продукції доцільно враховувати провідні тенденції його розвитку, серед яких виділяють два ключові напрями.

1. Сталий ріст обсягів міжнародної аграрної торгівлі. За прогнозами, до 2025 р. глобальний експорт продукції сільського господарства може досягнути близько 3 трлн дол. США (тут і далі трлн дол. США) [1], що свідчить про продовження позитивної динаміки.

2. Зміни у структурі торгівлі. На світовому рівні відбувається поступовий перехід від продажу сировини до експорту товарів із вищою доданою вартістю. Зростає частка країн, що розвиваються, у світовому агропродовольчому експорті, а також формуються нові торговельні маршрути, особливо між регіонами Африки та Азії [2].

Основними чинниками, що сприяють зростанню міжнародної торгівлі сільськогосподарською продукцією, є:

- зростання чисельності населення, особливо в країнах, що розвиваються, що безпосередньо збільшує попит на продовольство;
- підвищення рівня доходів, яке спричиняє зміни у споживчих уподобаннях на користь більш різноманітних і дорожчих продуктів харчування;
- урбанізація, що зменшує частку власного виробництва продовольства в містах і, відповідно, стимулює збільшення обсягів імпорту сільськогосподарських товарів.

Зміни у структурі світової торгівлі, зокрема зростання частки переробленої продукції та активізація участі країн, що розвиваються, формують нові виклики й одночасно відкривають додаткові можливості для глобального ринку. Такі

тенденції підкреслюють потребу держав у пристосуванні до оновлених умов торгівлі, модернізації аграрної політики та розвитку інфраструктури з метою зміцнення стабільності та забезпечення продовольчої безпеки національних економік [3].

Оцінити глобальні тенденції міжнародної торгівлі сільськогосподарською продукцією можна через аналіз викликів і можливостей, які впливають на її розвиток. До ключових викликів належать:

1. Наявність торговельних бар'єрів, включаючи тарифи та квоти, що ускладнюють вільний рух аграрної продукції.
2. Висока волатильність цін на сільськогосподарські товари, яка створює ризики для доходів виробників і може погіршувати продовольчу безпеку.
3. Кліматичні зміни, здатні негативно позначатися на обсягах виробництва, що, у свою чергу, може спричиняти дефіцит ресурсів та підвищення цін.

Серед можливостей, що постають перед світовою торгівлею, варто виділити:

1. Зростання попиту на органічну продукцію, що створює сприятливі умови для розширення експортних позицій.
2. Активне впровадження інновацій — точного землеробства, біотехнологій, агродронів — які підвищують продуктивність, знижують витрати та підсилюють конкурентоспроможність аграрного сектору на міжнародному ринку [5].

Крім того, світова торгівля зерновими культурами протягом останніх чотирнадцяти рр. зазнала суттєвих трансформацій під впливом низки факторів, серед яких кліматичні коливання, зміни структури попиту, економічні процеси та політичні рішення. Аналіз динаміки глобального експорту зернових за 2010-2024 рр. дає змогу простежити відповідні тенденції, що відображено у рис. 1.



Рис. 1. Динаміка світового експорту зернових культур у розрізі найбільших країн-експортерів за 2010–2024 рр., млрд дол. США

Джерело: складено авторами на основі [18].

У період з 2010 по 2016 р. спостерігається зростання експорту до 2013 р. з подальшим поступовим зниженням до мінімуму у 2016 р. З 2017 по 2020 р. екс-

порт утримувався на стабільному рівні близько 75-80 млрд дол. Починаючи з 2021 р., спостерігається різке зростання експорту, яке досягло піку у 2022 р. (понад 130 млрд дол.), після чого трохи знизилося у 2023-2024 роках, але залишилося значно вищим за рівень 2010-2020 рр.

У період 2010-2024 рр. світовий експорт зернових культур демонструє загальну тенденцію до зростання, хоча динаміка є нерівномірною та супроводжується періодичними спадами, зокрема у 2015-2017 рр. та 2020-2023 рр. Лідером експорту протягом усього періоду залишаються США, однак їхня частка на світовому ринку поступово зменшується. Після падіння у 2015-2016 рр. до рівня близько 18,8 млрд дол. відновили свої позиції у 2022 р. (31,6 млрд дол.), але в наступні роки знову спостерігається зниження до 24,4 млрд дол. у 2024 р. Значне зростання демонструє Індія, яка піднялася з 2,9 млрд дол. у 2010 р. до понад 12 млрд дол. у 2024 р., що свідчить про її зміцнення як важливого експортера зерна. Аргентина також нарощує обсяги експорту — з 4,6 млрд дол. у 2010 р. до понад 10 млрд дол. у 2024 р., попри коливання у середині періоду. Україна показує особливо динамічне зростання — з 2,47 млрд дол. у 2010р. до 9,4 млрд дол. у 2024 р., досягаючи піку у 2021 р. (12,3 млрд дол.), після чого спостерігається незначне скорочення, ймовірно зумовлене воєнними подіями. Бразилія, Канада, Австралія та Франція утримують стабільні позиції на рівні 7-10 млрд дол., демонструючи поступове зростання наприкінці періоду. Таїланд і В'єтнам мають відносно менші, але стабільні обсяги експорту — у межах 4-6 млрд дол. Загалом за аналізований період США залишаються ключовим гравцем на ринку зернових, проте зростання експорту з боку Індії, України та Аргентини свідчить про поступову диверсифікацію глобального ринку та посилення ролі нових центрів зернового виробництва, зокрема в Азії та Східній Європі. Динаміка світового імпорту за останні 14 років представлена на рис. 2.



Рис 2. Динаміка світового експорту зернових культур у розрізі найбільших країн-експортерів за 2010–2024 рр., млрд дол. США

Джерело: складено авторами на основі [18].

Імпорт у період 2010-2019 рр. коливався в межах приблизно 35-45 млрд дол., демонструючи відносно стабільну тенденцію з незначними коливаннями. У 2020 р. спостерігається різке зростання до близько 65 млрд дол., що продовжилося у 2021 р., досягнувши максимуму майже 80 млрд дол. У 2022–2023 роках імпорт дещо знизився, проте залишився на високому рівні порівняно з попереднім десятиліттям.

У період 2010-2024 рр. світовий імпорт зернових культур характеризується поступовим зростанням обсягів, що свідчить про підвищення попиту на зернову продукцію внаслідок збільшення населення, урбанізації та розвитку тваринництва в багатьох країнах. Провідним імпортером зерна є Китай, який протягом аналізованого періоду наростив імпорт із 1,5 млрд дол. у 2010 р. до піку у 2023 р. (20,5 млрд дол.), після чого відбулося деяке зниження до 14,8 млрд дол. у 2024 р. Така тенденція свідчить про стратегічне нарощування продовольчих резервів та зростання внутрішнього споживання.

Мексика та Єгипет утримують стабільні позиції серед найбільших імпортерів із показниками 7-8 млрд дол. у 2024 р., що пояснюється високою залежністю від зовнішніх поставок зерна для забезпечення продовольчої безпеки. Індонезія та Японія демонструють схожу динаміку: після незначного зниження у середині періоду обсяги імпорту зростають до понад 6-7 млрд дол. у 2024 р., що пов'язано зі збільшенням споживання кормових культур. Суттєве зростання спостерігається у В'єтнамі, який збільшив імпорт утричі — з 1,1 млрд дол. у 2010 р. до 6,2 млрд дол. у 2024 р., що свідчить про розширення внутрішнього виробництва тваринницької продукції та переробної промисловості. Італія і Філіппіни мають стабільні, але помірні обсяги імпорту (близько 5 млрд дол. у 2024 р.), що відповідає їхнім рівням споживання та переробки зернових. Саудівська Аравія також нарощує імпорт із 4,1 млрд дол. у 2010 р. до 5,0 млрд дол. у 2024 р., відображаючи обмежені можливості власного виробництва через кліматичні умови. Іспанія демонструє зростання з 2,4 млрд дол. у 2010 р. до 4,9 млрд дол. у 2024 р., із піковими показниками у 2022–2023 рр.

У цілому, динаміка свідчить про посилення ролі азійських країн (Китай, Індонезія, В'єтнам, Філіппіни) як ключових імпортерів зерна, що відображає глобальний зсув у напрямі зростання попиту на продовольство в Азії. Одночасно стабільними залишаються позиції традиційних імпортерів — Японії, Єгипту, Італії та Саудівської Аравії. Це підтверджує тенденцію до географічного розширення ринку зернових і зростання його стратегічного значення у світовій торгівлі.

Глобальний ринок зерна відзначається високим рівнем концентрації, де ключові позиції належать кільком великим транснаціональним корпораціям. Саме ці компанії визначають основні тренди у світовій торгівлі, процеси ціноутворення та організацію логістичних ланцюгів. Лідерство на ринку формується не лише завдяки масштабам діяльності, а й через здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, впроваджувати інноваційні рішення та підтримувати стабільні стандарти виробництва й постачання.

Загальний обсяг ринку зернових культур у світі склав 374,4 млрд дол. США у 2024 р. Прогнозується, що до 2029 р. він зросте до 495,92 млрд дол. із середньорічним темпом зростання (CAGR) 5,9 %. Основним фактором зростання є збільшення попиту на екологічно чисту продукцію, зокрема для молочних продуктів.

На світовому ринку виділяються чотири компанії, які контролюють приблизно половину глобальної аграрної торгівлі, відомі як «велика четвірка»: Archer Daniels

Midland (ADM), Cargill, Bunge та Louis Dreyfus Company. Вони опосередковано впливають на понад 60 % міжнародної торгівлі зерновими культурами та мають стратегічний вплив на формування цін, логістичні процеси й розподіл ресурсів у глобальному агробізнесі. Ці корпорації є прикладом корпоративного лідерства, що спирається на багаторівневу інтеграцію, фінансову міцність і технологічні інновації.

Cargill Inc. (США) — найбільший приватний агропромисловий концерн світу, заснований у 1865 р. Компанія працює більш ніж у 70 країнах і забезпечує постачання зернових, олійних культур, кормів, м'яса, какао та інших сільськогосподарських товарів. Cargill володіє потужною інфраструктурою збору, зберігання, переробки та транспортування зерна, а також одним із найрозвиненіших аналітичних відділів у галузі. Компанія активно впроваджує цифрові технології для прогнозування врожайності, аналізу ризиків і моніторингу ринкових трендів.

Її конкурентні переваги полягають у глобальній мережі логістичних активів, фінансовій стійкості, а також у диверсифікації бізнесу — Cargill поєднує аграрний трейдинг, харчову промисловість і фінансові інструменти. Компанія приділяє значну увагу ESG-принципам, скороченню викидів CO₂ та розвитку сталого сільського господарства.

Згідно з річним звітом компанії, виторг Cargill за 2025 фінансовий р., що завершився в травні минулого р., склав 154 млрд дол. Ця сума на 3,75% менша, ніж 160 млрд дол. дол.доларів США у попередньому фінансовому р. Відповідно до звіту, приватна компанія, що спеціалізується на м'ясі, зернових та харчових інгредієнтах, продовжує реструктуризацію в умовах падіння цін на зерно та скорочення поголів'я великої рогатої худоби у США [5].

Archer Daniels Midland (ADM) є однією з провідних світових компаній у сфері виробництва та експорту зернових культур, олійних продуктів і кормів. Вона здійснює діяльність у понад 190 країнах і володіє численними елеваторами, портовими терміналами та переробними заводами. ADM вирізняється глибокою вертикальною інтеграцією, контролюючи весь ланцюг «від поля до столу» — від закупівлі зерна у фермерів до виробництва готових харчових інгредієнтів. Основні напрями розвитку компанії включають впровадження інновацій у переробці сільгосппродукції, цифрові рішення для логістики та інвестиції в екологічно сталий розвиток. Крім того, ADM активно розвиває сегмент біоенергетики та переробки відходів, що дозволяє зменшити залежність від традиційного трейдингу. Компанія вважається лідером за рівнем технологічної ефективності та використання аналітики для підтримки прийняття рішень у сфері торгівлі сировиною. За результатами діяльності у січні–вересні 2025 р. ADM отримала чистий прибуток у розмірі 622 млн. дол., що удвічі менше, ніж за аналогічний період 2024 р. Виручка компанії за дванадцять місяців, що завершилися 30 вересня 2025 р., склала 83,211 млрд дол., що на 4,37% нижче показника попереднього року. Річний дохід ADM у 2024 р. становив 85,53 млрд дол., у 2023 — 93,935 млрд дол., а у 2022 — 101,556 млрд дол.

Bunge Limited (США/Бразилія) — одна з найстаріших аграрних корпорацій світу, заснована у 1818 р. Компанія має понад 300 виробничих об'єктів у 40 країнах і спеціалізується на вирощуванні, закупівлі, переробці та експорті зернових і олійних культур, а також на виробництві харчових інгредієнтів. Bunge володіє потужною логістичною мережею у Південній Америці, що забезпечує її конкурентні переваги на ринках Бразилії, Аргентини та Парагваю. У 2023 р. корпорація оголосила про злиття з канадською Viterra, що розширило її присут-

ність у Європі та Чорноморському регіоні, зміцнивши позиції на світовому зерновому ринку та підвищивши здатність протистояти коливанням цін. За підсумками січня–вересня 2025 р. Bunge отримала 721 млн дол. чистого прибутку, що на 35% більше, ніж \$535 млн за аналогічний період попереднього року.

Louis Dreyfus Company (Франція/Нідерланди) — найстаріша компанія з «Великої четвірки», заснована у 1851 р. LDC присутня більш ніж у 100 країнах і спеціалізується на торгівлі зерном, рисом, кавою, цукром, олією, а також у сфері енергетичних рішень. Компанія забезпечує близько 10 % світових торгових потоків сільськогосподарської продукції. У 2024 р. Louis Dreyfus Company отримала 728 млн дол. чистого прибутку, що на 39% менше, ніж у попередньому році.

Більш стисле бачення діяльності компаній «великої четвірки» станом на 2024 р. у табл. 1.

Таблиця 1

ПОРІВНЯННЯ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ І ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРАКТИК КОМПАНІЙ «ВЕЛИКОЇ ЧЕТВІРКИ» ЗЕРНОВИХ ТРЕЙДЕРІВ (2024 р.)

Показник/ Компанія	Cargill	Archer Daniels Midland (ADM)	Bunge (з Viterra)	Louis Dreyfus Company (LDC)
Річна виручка, млрд дол. США	177,0	93,5	67,0	50,0
Чистий прибуток, млрд дол. США	3,5	4,3	2,5	1,2
Частка на глобальному ринку зерна, %	≈ 25	≈ 20	≈ 18	≈ 10
Основні регіони діяльності	США, Лат. Америка, ЄС, Азія	США, Бразилія, ЄС, Китай	Південна Америка, Канада, ЄС, Азія	ЄС, Лат. Америка, Африка, Близький Схід
Основна спеціалізація	Закупівля, логістика, торгівля, інгредієнти	Переробка, біопаливо, білкові продукти	Торгівля зерном і олійними, агрологістика	Торгівля зерном, какао, цукром, бавовною
Модель бізнесу	Вертикально інтегрована	Вертикальна інтеграція з фокусом на переробці	Вертикальна інтеграція + синергія після злиття	Гнучка, децентралізована структура
Інноваційні практики	Цифрові платформи, big data	AI, прогнозування попиту	Автоматизація елеваторів	Екологічний моніторинг, traceability
ESG-стратегія	Cargill Sustain	ADM Responsible Supply Chain	Bunge Sustainable Partnership	LDC Green Path
Ключові конкурентні переваги	Масштаб, логістика, диверсифікація	Рентабельність, інновації, сталість	Інтеграція з Viterra, логістика	Гнучкість, екологічність, нішевість
Основні виклики	Волатильність цін, геополітика	Регуляторний тиск, маржа	Інтеграційні ризики	Менший масштаб, партнерська залежність

Джерела: складена авторами на основі річних звітів компаній (2024), Bloomberg, Reuters, Financial Times, GrainTrade International [22-27].

Станом на 2024-2025 рр. «велика четвірка» світових зернових трейдерів — ADM, Bunge, Cargill та Louis Dreyfus Company (LDC) — зберігає домінування на глобальному ринку агропродукції, контролюючи понад 70% світових потоків зернових і олійних культур. Аналіз їхніх фінансових показників свідчить про стабільне зростання прибутковості, попри геополітичну нестабільність, кліматичні ризики та коливання цін на зерно.

Cargill залишається найбільшим приватним трейдером у світі. За результатами 2024 р. її виручка склала близько 177 млрд дол., трохи зменшившись порівняно з рекордними 177,3 млрд дол. у 2023 р. Компанія утримує високу рентабельність завдяки диверсифікації бізнесу, який охоплює харчові інгредієнти, логістику та біоенергетику. Чистий прибуток перевищив 3,5 млрд дол., хоча він знизився порівняно з воєнними роками, коли ціни на зернові були на піку.

Archer Daniels Midland (ADM) демонструє стабільне зростання протягом останніх п'яти рр. У 2024 р. виручка компанії склала близько 93,5 млрд дол., а чистий прибуток — 4,3 млрд дол., що стало можливим завдяки ефективній роботі підрозділу Ag Services & Oilseeds. ADM активно інвестує у переробку продукції, біопаливо та товари з високою доданою вартістю, що дозволяє компанії зміцнювати конкурентні позиції на тлі зниження маржі в традиційній торгівлі зерном [20].

Bunge, після об'єднання з канадською Viterra у 2023 р., значно розширила географію своєї діяльності та стала одним із головних конкурентів Cargill. За підсумками 2024 р. об'єднана компанія отримала понад 67 млрд дол. виручки та близько млрд дол. чистого прибутку. Злиття забезпечило синергію у логістиці та посилило присутність у Південній Америці — регіоні, який сьогодні забезпечує більшість приросту світового експорту сої, кукурудзи та пшениці.

Louis Dreyfus Company (LDC), хоч і найменша серед «Великої четвірки», утримує сильні позиції завдяки спеціалізації та гнучкості. Її виручка у 2024 р. склала близько 50 млрд дол., а чистий прибуток — 1,2 млрд дол. Компанія активно впроваджує цифрові системи моніторингу поставок, вдосконалює логістичну інфраструктуру та розвиває екологічно сталу переробку, що відповідає глобальним трендам «зеленого переходу».

Фінансові результати «Великої четвірки» підтверджують стійкість їхніх бізнес-моделей. Навіть за умов коливань цін і геополітичної напруженості компанії демонструють стабільне зростання доходів завдяки диверсифікації, контролю над усім ланцюгом створення вартості та інвестиціям у сталий розвиток. Водночас концентрація ринку у руках небагатьох корпорацій спричиняє підвищену монополізацію та створює виклики для менших трейдерів і держав-експортерів зерна, зокрема України.

У сучасних умовах глобалізації бенчмаркінг стає ключовим інструментом стратегічного управління у сфері аграрної торгівлі. Порівняння торговельних практик провідних зернових трейдерів дозволяє не лише оцінити рівень їхньої ефективності, а й визначити можливості для вдосконалення діяльності інших учасників ринку, зокрема українських компаній, які інтегруються у світові ланцюги постачання агропродукції.

Бенчмаркінг — це процес систематичного порівняння показників і методів роботи компаній-лідерів з метою запозичення найефективніших практик. У контексті глобального ринку зерна він дає змогу проаналізувати, яким чином

найбільші світові трейдери — такі як Cargill, ADM, Bunge та Louis Dreyfus Company — досягають високих результатів у сфері закупівель, логістики, управління ризиками та сталого розвитку.

Основними сучасними трендами в міжнародній торгівлі аграрною продукцією є:

1. Зростання глобального попиту на продукти харчування обумовлене кількома ключовими факторами, серед яких — збільшення кількості населення та підвищення рівня життя у країнах, що розвиваються. Як результат - збільшення попиту на базові харчові продукти, такі як зернові, м'ясо та молочні вироби.

2. За останні роки спостерігається активізація інтересу споживачів до органічної продукції та товарів із функціональними властивостями. Така тенденція відкриває додаткові перспективи для їх експорту на міжнародні ринки.

Розширення торгівлі органічними та функціональними продуктами стає важливим напрямом розвитку, який не лише відповідає зростаючим запитам, а й сприяє економічному піднесенню країн-виробників, зокрема України.

Крім того, варто зазначити, що органічне землеробство допомагає зменшити негативний вплив виробництва на довкілля, сприяє адаптації сільського господарства до змін клімату, формує стійкі аграрні системи та забезпечує охорону і розвиток біорізноманіття [6-9, 14-15].

3. Великого значення набуває укладання регіональних та міжнародних торговельних угод як інструмент розширення можливостей українських агропромислових виробників на зовнішніх ринках. Особливо важливою в цьому контексті є Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка відкриває широкий доступ до експорту сільськогосподарської продукції у країни ЄС. Однак це вимагає дотримання суворих європейських стандартів якості й безпеки, вдосконалення процесів виробництва та підвищення якості продукції, що в результаті посилює її конкурентоспроможність на світових ринках.

Диверсифікація ринків, що передбачає налагодження співпраці з різними країнами та регіонами, дозволяє українському аграрному сектору зменшити залежність від окремих ринків і мінімізувати вплив нестабільних факторів, таких як коливання попиту чи політичні ризики. Окрім того, вихід на нові ринки сприяє появі нішевих і високоцінних продуктів, які задовольняють специфічні потреби закордонних споживачів. Це відкриває нові можливості для освоєння перспективних ринкових сегментів та зміцнення позицій українських компаній на міжнародній арені [8; 17].

Отже, укладання регіональних і двосторонніх торговельних угод сприяє подальшій інтеграції України у світову економіку, розширюючи доступ до нових ринків та стимулюючи розвиток аграрного сектору.

4. Застосування цифрових технологій у сфері торгівлі аграрною продукцією суттєво змінює традиційні підходи до управління ланцюгами постачання, контролю якості та оптимізації бізнес-процесів. Процес цифровізації чинить позитивний вплив на розвиток агропромислового сектору завдяки низці технологічних можливостей.

Системи управління ресурсами підприємств (ERP) дають змогу інтегрувати різноманітні бізнес-процеси, такі як закупівлі, виробництво, логістика, фінанси та реалізація продукції. Це сприяє покращенню прозорості операцій, зниженню витрат і підвищенню загальної ефективності управління ланцюгами постачання.

Сучасні інструменти відстеження й моніторингу за допомогою GPS та RFID-технологій дозволяють здійснювати контроль переміщення товарів у реальному часі. Зазначені рішення сприяють оптимізації управління запасами, підвищенню ефективності логістичних процесів, зниженню втрат продукції та забезпеченню своєчасної доставки.

Використання пристроїв Інтернету речей (IoT) відкриває можливість для постійного моніторингу умов зберігання та транспортування продукції, зокрема таких параметрів, як температура, вологість чи освітлення. Це допомагає уникнути псування товарів і підтримувати високі стандарти їхньої якості.

Системи контролю якості, засновані на сучасних аналітичних інструментах і спеціалізованому програмному забезпеченні, забезпечують відповідність продукції міжнародним стандартам на всіх етапах її виробництва та логістики.

Впровадження маркетплейсів для позабіржової торгівлі аграрною продукцією знижує частку посередників, скорочує витрати на збут та одночасно збільшує доходи виробників.

Отже, цифровізація процесів торгівлі та використання передових технологій створюють нові перспективи підвищення ефективності діяльності українських аграрних підприємств у контексті міжнародних ринків. Застосування інноваційних практик дозволяє забезпечувати високу якість продукції, удосконалювати бізнес-процеси та досягати кращих економічних результатів.

5. Сільськогосподарська продукція широко використовується у промислових галузях, зокрема для виготовлення біопалива на основі таких культур, як кукурудза, соя та цукрова тростина, що разом з іншими факторами впливає на глобальний баланс продовольчих ресурсів.

6. Зміни у структурі виробництва і споживання сільськогосподарської сировини суттєво впливають на світові запаси продовольства. Зростання виробництва біопалива та його промислового використання може стати причиною дефіциту продуктів харчування на глобальному рівні, що потенційно загрожує продовольчій безпеці, особливо в країнах-імпортерах аграрної продукції.

Розширення масштабів виробництва біопалива та інших промислових застосувань аграрної сировини породжує значні виклики для забезпечення стабільної продовольчої безпеки у світі. Така ситуація потребує застосування комплексного підходу до управління продовольчими ресурсами та формування стратегій, спрямованих на гарантування доступності харчових продуктів для всіх країн.

Отже, сучасна світова торгівля сільськогосподарською продукцією характеризується наявністю кількох важливих тенденцій, які визначають її динаміку та перспективи розвитку. Основними серед них є зростання уваги до якості продукції та дотримання стандартів безпеки, що висуває нові вимоги до виробників і експортерів сільськогосподарської продукції; глобальна диверсифікація ринків, яка сприяє підвищенню стійкості та більш ефективному управлінню ризиками; широке впровадження технологічних інновацій та цифрових рішень, які оптимізують виробничі процеси та забезпечують ефективність у функціонуванні ланцюгів постачання; а також відчутний вплив змін клімату, який дедалі більше загрожує стійкості аграрного виробництва. У цьому контексті формування стратегій, орієнтованих на підвищення конкурентоспроможності та адаптивної стійкості сільськогосподарської галузі, набуває вирішального значення для держав у системі міжнародної торгівлі аграрною продукцією [3; 12-16].

Аналіз провідних гравців на глобальному ринку зерна дозволяє визначити, у чому кожен з них має конкурентні переваги, сильні сторони та які практики можна вважати еталонними.

Cargill — Масштаб та логістична інтеграція. Cargill має одну з найбільших глобальних мереж дистрибуції зерна та олійних культур, що охоплює понад 70 країн. Компанія реалізує стратегію вертикальної інтеграції, контролюючи виробництво, зберігання, транспортування та продаж продукції. Наприклад, Cargill володіє власними портовими терміналами та залізничними перевезеннями в Північній Америці та Європі, що дозволяє швидко реагувати на зміни попиту та уникати затримок у постачанні.

ADM — Цифрові рішення та сталий розвиток. ADM активно впроваджує цифрові платформи для прогнозування попиту, управління запасами та оптимізації поставок. Компанія реалізує проекти зі сталого постачання, наприклад, відслідковує походження сої та кукурудзи, щоб гарантувати екологічність виробництва. Використання аналітики та штучного інтелекту дозволяє ADM підвищувати ефективність торгівлі та забезпечувати високу прибутковість навіть у періоди волатильності ринку.

Bunge — Швидке зростання та синергія після об'єднання. Після об'єднання з Viterro Bunge зміцнила свої позиції на ринках Північної Америки та Австралії, отримавши додаткові портові потужності та логістичні ресурси. Наприклад, об'єднання дозволило оптимізувати перевезення зерна від виробника до експортного терміналу, скоротивши витрати та прискоривши поставки. Синергія бізнес-процесів дала змогу компанії швидко розширювати ринки збуту та підвищувати обсяги торгівлі.

Louis Dreyfus — Екологічність та гнучкість. Louis Dreyfus активно впроваджує практики сталого розвитку, включно з сертифікацією продукції за стандартами Rainforest Alliance та ISCC (біопаливо). Компанія демонструє високу гнучкість: швидко переключає постачання між різними культурами та регіонами у відповідь на коливання цін або зміни кліматичних умов. Наприклад, у 2023 р. компанія оперативно переорієнтувала поставки кукурудзи з Південної Америки до Азії, щоб компенсувати зменшення врожаю в Україні.

Аналіз торговельних стратегій провідних міжнародних зернових трейдерів дає змогу виокремити унікальні конкурентні переваги кожного з учасників ринку. Компанія Cargill вирізняється найбільшим масштабом діяльності та розвинутою логістичною інфраструктурою, яка охоплює понад 70 країн, включаючи портові термінали, залізничний транспорт і власні елеватори. Завдяки вертикальній інтеграції компанія має можливість контролювати весь ланцюг постачання — від виробництва до реалізації продукції. Це сприяє оперативному реагуванню на зміну попиту, оптимізації управління логістикою та мінімізації ризиків. Зі свого боку, Bunge, після злиття з Viterro, значно посилсила свої позиції, отримавши переваги у сфері логістики та ринкових можливостей, що дає змогу оперативно масштабувати бізнес і забезпечувати ефективність поставок. Основною відмінністю між цими двома гравцями є те, що Cargill більше зосереджена на глобальному масштабі й вертикальній інтеграції, тоді як Bunge робить акцент на ефекті синергії після об'єднання та вдосконаленні процесів.

Компанія ADM зайняла провідні позиції у впровадженні цифрових технологій та аналітичних платформ для прогнозування попиту, управління запасами й

оптимізації логістичних процесів. Активне використання штучного інтелекту та обробки великих даних допомагає підвищити точність прогнозів і забезпечити контроль за сталим розвитком. ADM особливу увагу приділяє відстеженню походження сировини та мінімізації екологічного впливу, що сприяє підтриманню високої прибутковості навіть у періоди нестабільності ринку. Louis Dreyfus також демонструє екологічну орієнтацію, сертифікуючи свою продукцію відповідно до стандартів Rainforest Alliance і ISCC. Компанія славиться гнучкістю у постачанні — вона швидко адаптується до змін ринку та кліматичних умов, перерозподіляючи постачання між регіонами і культурами. Наприклад, у 2023 р. Louis Dreyfus оперативно переспрямувала експорт кукурудзи з Південної Америки до Азії задля компенсації дефіциту урожаю в Україні.

Cargill і Bunge також впроваджують екологічні та соціальні практики (ESG), але їхні ключові переваги лежать у площині масштабів бізнесу та ефективної логістики, тоді як фокус на сталий розвиток більш виражений у діяльності таких компаній, як ADM і Louis Dreyfus.

Аналіз торговельних практик міжнародних зернових трейдерів (бенчмаркінг) відіграє важливу роль у формуванні стандартів лідерства на світовому ринку. Він дозволяє оцінити продуктивність діяльності компаній, визначити ключові фактори їхнього успіху і вивчити найкращі стратегії організації бізнес-процесів, управління ризиками та оптимізації логістичних потоків. Інноваційність, цифровізація та екологічна відповідальність перетворюються на ключові детермінанти формування конкурентного лідерства зернотрейдерів у глобальному середовищі. Компанії, які активно впроваджують технологічні рішення, оптимізують бізнес-процеси через цифрові платформи та дотримуються принципів сталого розвитку, здобувають відчутні стратегічні переваги. Вони швидше адаптуються до ринкових трансформацій, досягають більшої ефективності та формують стійку репутацію на міжнародному рівні. Саме поєднання інноваційних, цифрових і екологічних підходів сьогодні визначає здатність компаній не лише утримувати позиції, а й вибудовувати довготривале конкурентне лідерство у світовій економіці.

Література

1. FAO. Food and Agriculture Organization of the UN. URL: <https://www.fao.org/home/en/> (дата звернення: 10.10.2025).
2. FAO Strategic Framework. URL: <https://www.fao.org/strategic-framework/en> (дата звернення: 10.10.2025).
3. Геращенко С., Чернобаев В., Абрамовська С. (2024). Сучасні тенденції у світовій торгівлі сільськогосподарською продукцією: місце та роль України в контексті її продовольчої безпеки. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. №3. Електронний ресурс. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/3/EV20243_070-080.pdf (дата звернення: 10.10.2025).
4. IMF. World Economic Outlook. April 2024. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/WEO> (дата звернення: 10.10.2025).
5. Tridge. Cargill revenue 2025. URL: <https://www.tridge.com/news/...> (дата звернення: 10.10.2025).
6. Вагонова О. Г., Тимошенко Л. В., Чернобаев В. В. (2024). Зовнішня торгівля органічною продукцією в контексті сталого розвитку. *Економічний вісник ДП*. 2024. № 2. С. 106–115.

7. Bazaluk, O., Yatsenko, O., Zakharchuk, O., Ovcharenko, A., Khrystenko, O., & Nitsenko, V. (2020). Dynamic Development of the Global Organic Food Market and Opportunities for Ukraine. *Sustainability*, 12(17), 6963. <https://doi.org/10.3390/su12176963>
8. Meyers, W. H., Karasova, N., & Yatsenko, O. (2018). Highly marginal goods as source of export efficiency rise in agrarian sector. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 40(4), 577–586. Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/201> Article DOI: <http://doi.org/10.15544/mts.2018.50>
9. Yatsenko O., Zavadzka, Y., Khrystenko, O., Musiiets, T., & Aksyonova, O. (2021). Innovative transformations of the agricultural complex in the context of global challenges of sustainable development. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 5(40), 216–224. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v5i40.244989>
10. Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., Nitsenko V. (2022). International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*, 23(2), 382–398. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
11. Tananaiko T.; Yatsenko O.; Osypova O.; Nitsenko V.; Balezentis T.; Streimikiene D. Economic rationale for manifestations of asymmetry in the global trading system. *Sustainability* 2023, 15, 5316. <https://doi.org/10.3390/su15065316>
12. Shlapak A.; Yatsenko O.; Tananaiko T.; Lyskova L. Institutional provision of tariff and non-tariff regulation of cross-border trade. *Economics. Ecology. Socium*, 2023, 7, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2023.7.2-1>. <https://ees-journal.com/index.php/journal/article/view/214> (Web of Science)
13. Mykhailova M., Yatsenko O., Zavadzka Y., Afanasieva O., Haas R. (2023). The War in Ukraine and its Impact on Global Agricultural Trade (Auswirkungen des Ukrainekriegs auf den globalen Agrarhandel). *Die Bodenkultur: Journal of Land Management, Food and Environment*. Volume 74, Issue 2, 91–105. DOI: 10.2478/boku-2023-0008.
14. Zavadzka Y., Shlapak A., Yatsenko O., Iatsenko O., Mykhailova M., Dluhopolskyi O. (2025). Sustainable and Resilient International Agricultural Trade: Global Uncertainty and Regional Reactions. *Problemy Ekorozwoju*, 20(2), 101–113. <https://doi.org/10.35784/preko.7276>
15. Kudlaenko S., Yatsenko O., Lunova T., Iatsenko O., Sharuk T., Dendeberia D. (2025). Strategic management and improvement of national export support and promotion systems to ensure sustainable development. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(63), 280–295. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4811>
16. Osadchuk V., Yatsenko O., Iatsenko O. (2024). Digital imperative and innovations in international trade. *Neuro-Fuzzy Modeling Techniques in Economics*, 13, 25-58. <http://doi.org/10.33111/nfmte.2024.025>
17. Україна залишається в п'ятірці експортерів до ЄС // Ukrinform. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (дата звернення: 10.10.2025).
18. TradeMap.URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1... (дата звернення: 10.10.2025).
19. Latifundist. Податки американських корпорацій. URL: <https://latifundist.com/novosti/68380> (дата звернення: 10.10.2025).
20. ADM. Third Quarter 2025 Results. URL: <https://www.adm.com/en-us/news/.../adm-reports-third-quarter-2025-results/> (дата звернення: 10.10.2025).
21. Bunge. Third Quarter 2025 Results. URL: <https://bunge.com/...> (дата звернення: 10.12.2025).
22. Cargill. Sustainability & ESG Strategy — Cargill Sustain. URL: <https://www.cargill.com/sustainability> (дата звернення: 12.10.2025).
23. ADM. Responsible Supply Chain & Sustainability. URL: <https://www.adm.com/sustainability> (дата звернення: 12.10.2025).

24. Bunge. Sustainability and Partnerships. URL: <https://www.bunge.com/sustainability> (дата звернення: 12.12.2025).
25. Viterra Limited. Company Overview and Operations. URL: <https://www.viterra.com/en/about> (дата звернення: 12.10.2025).
26. Louis Dreyfus Company. Green Path & Sustainability Strategy. URL: <https://www ldc.com/sustainability/> (дата звернення: 12.10.2025).
27. Bloomberg. Agriculture Trading and Processing Companies Overview. URL: <https://www.bloomberg.com/markets/commodities> (дата звернення: 12.10.2025).

References

1. FAO. Food and Agriculture Organization of the UN. URL: <https://www.fao.org/home/en/> (дата звернення: 10.10.2025).
2. FAO Strategic Framework. URL: <https://www.fao.org/strategic-framework/en> (дата звернення: 10.10.2025).
3. Gerashchenko, S., Chornobaiev, V., & Abramovska, S. (2024). Current trends in global trade in agricultural products: Ukraine's place and role in the context of its food security. *Economic Bulletin of Dnipro Polytechnic*. No. 3. Electronic resource. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/3/EV20243_070-080.pdf (accessed: 10.10.2025).
4. IMF. World Economic Outlook. April 2024. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/WEO> (дата звернення: 10.10.2025).
5. Tridge. Cargill revenue 2025. URL: <https://www.tridge.com/news/...> (дата звернення: 10.10.2025).
6. Vagonova O. G., Tymoshenko L. V., Chornobaiev V. V. (2024). Foreign trade in organic products in the context of sustainable development. *Economic Herald of the State Enterprise*. 2024. No. 2. Pp. 106–115.
7. Bazaluk, O., Yatsenko, O., Zakharchuk, O., Ovcharenko, A., Khrystenko, O., & Nitsenko, V. (2020). Dynamic Development of the Global Organic Food Market and Opportunities for Ukraine. *Sustainability*, 12(17), 6963. <https://doi.org/10.3390/su12176963>
8. Meyers, W. H., Karasova, N., & Yatsenko, O. (2018). Highly marginal goods as source of export efficiency rise in agrarian sector. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 40(4), 577–586. Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/201> Article DOI: <http://doi.org/10.15544/mts.2018.50>
9. Yatsenko O., Zavadska, Y., Khrystenko, O., Musiiets, T., & Aksyonova, O. (2021). Innovative transformations of the agricultural complex in the context of global challenges of sustainable development. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 5(40), 216–224. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v5i40.244989>
10. Bazaluk O., Yatsenko O., Reznikova N., Bibla I., Karasova N., Nitsenko V. (2022). International integration processes influence on welfare of country. *Journal of Business Economics and Management*, 23(2), 382–398. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16228>
11. Tananaiko T.; Yatsenko O.; Osypova O.; Nitsenko V.; Balezentis T.; Streimikiene D. Economic rationale for manifestations of asymmetry in the global trading system. *Sustainability* 2023, 15, 5316. <https://doi.org/10.3390/su15065316>
12. Shlapak A.; Yatsenko O.; Tananaiko T.; Lyskova L. Institutional provision of tariff and non-tariff regulation of cross-border trade. *Economics. Ecology. Socium*, 2023, 7, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2023.7.2-1>. <https://ees-journal.com/index.php/journal/article/view/214> (Web of Science)
13. Mykhailova M., Yatsenko O., Zavadska Y., Afanasieva O., Haas R. (2023). The War in Ukraine and its Impact on Global Agricultural Trade (Auswirkungen des Ukrainekriegs auf

den globalen Agrarhandel). Die Bodenkultur: Journal of Land Management, Food and Environment. Volume 74, Issue 2, 91–105. DOI: 10.2478/boku-2023-0008.

14. Zavadska Y., Shlapak A., Yatsenko O., Iatsenko O., Mykhailova M., Dluhopolskyi O. (2025). Sustainable and Resilient International Agricultural Trade: Global Uncertainty and Regional Reactions. Problemy Ekorozwoju, 20(2), 101–113. <https://doi.org/10.35784/preko.7276>

15. Kudlaenko S., Yatsenko O., Lunova T., Iatsenko O., Sharuk T., Dendeberia D. (2025). Strategic management and improvement of national export support and promotion systems to ensure sustainable development. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 4(63), 280–295. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.63.2025.4811>

16. Osadchuk V., Yatsenko O., Iatsenko O. (2024). Digital imperative and innovations in international trade. Neuro-Fuzzy Modeling Techniques in Economics, 13, 25–58. <http://doi.org/10.33111/nfmte.2024.025>

17. Ukraine remains among the top five exporters to the EU // Ukrinform. URL: <https://www.ukrinform.ua/> (accessed on 10.10.2025).

18. TradeMap. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1... (дата звернення: 10.10.2025).

19. Latifundist. Податки американських корпорацій. URL: <https://latifundist.com/novosti/68380> (дата звернення: 10.10.2025).

20. ADM. Third Quarter 2025 Results. URL: <https://www.adm.com/en-us/news/.../adm-reports-third-quarter-2025-results/> (дата звернення: 10.10.2025).

21. Bunge. Third Quarter 2025 Results. URL: <https://bunge.com/...> (дата звернення: 10.12.2025).

22. Cargill. Sustainability & ESG Strategy — Cargill Sustain. URL: <https://www.cargill.com/sustainability> (дата звернення: 12.10.2025).

23. ADM. Responsible Supply Chain & Sustainability. URL: <https://www.adm.com/sustainability> (дата звернення: 12.10.2025).

24. Bunge. Sustainability and Partnerships. URL: <https://www.bunge.com/sustainability> (дата звернення: 12.12.2025).

25. Viterra Limited. Company Overview and Operations. URL: <https://www.viterra.com/en/about> (дата звернення: 12.10.2025).

26. Louis Dreyfus Company. Green Path & Sustainability Strategy. URL: <https://www ldc.com/sustainability/> (дата звернення: 12.10.2025).

27. Bloomberg. Agriculture Trading and Processing Companies Overview. URL: <https://www.bloomberg.com/markets/commodities> (дата звернення: 12.10.2025).

Стаття надійшла 10.10.2025; прийнята до друку 20.10.2025 р.