

## Аграрний бізнес на засадах партнерства: платформи для реалізації продукції

Шарко Віталій Вікторович<sup>1</sup>, Янчук Тетяна Василівна<sup>2</sup>

Опубліковано	Секція	УДК
23.12.2025	Економіка	338.43:339.13:004.738.5

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18035394>

**Анотація.** У статті розглядаються основні аспекти розвитку аграрного бізнесу на засадах партнерства, з акцентом на цифрові платформи для реалізації продукції. Особлива увага приділяється потенціалу співпраці з Китаєм як ключовим ринком для експорту аграрної продукції. Аналізуються сучасні тенденції, виклики та перспективи інтеграції українських аграрних підприємств у глобальні ланцюги постачань через партнерські моделі. На основі емпіричного аналізу запропоновано рекомендації щодо використання платформ типу Alibaba та WeChat для посилення експортного потенціалу. **Ключові слова:** аграрна продукція, експорт, імпорт, Китай, співпраця, e-commerce, AI-маркетинг

### **Agrarian business based on partnership principles: platforms for product commercialization**

**Annotation.** Partnership in the agricultural sector is one of the key tools for ensuring sustainable development of agriculture, increasing the competitiveness of agricultural enterprises and strengthening their economic resilience in the context of globalization, digitalization and increasing instability of world agri-food markets. Modern transformation processes, covering international trade, logistics and financial markets, necessitate a transition from isolated business models to network forms of interaction based on strategic partnership between agri-business entities.

Partnership in the agricultural sector is based on the combination of material, financial, information and technological resources, coordination of competencies and risk sharing between participants, which allows achieving a synergistic effect and increasing the efficiency of production, marketing and logistics processes. In this context, partnership is considered not only as a form of cooperation, but as a strategic mechanism for adapting agricultural enterprises to increasing price volatility, climate risks, logistical constraints and increased regulatory requirements in global markets.

The agricultural sector has traditionally played a system-forming role in the economy of Ukraine, forming a significant share of gross domestic product, employment and foreign exchange earnings. In 2024, exports of agricultural products provided more than 40% of the country's total exports, which confirms its strategic importance for ensuring macroeconomic stability.

<sup>1</sup> Доктор економічних наук, професор, професор, кафедра товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва, Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5830-8911>.

<sup>2</sup> Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, Донецький національний університет імені Василя Стуса, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3901-7670>.

The article examines the key aspects of the development of agrarian business based on partnership principles, with an emphasis on digital platforms for product commercialization. Particular attention is paid to the potential of cooperation with China as a key market for the export of agricultural products. Current trends, challenges, and prospects for the integration of Ukrainian agrarian enterprises into global supply chains through partnership-based models are analyzed. Based on empirical analysis, recommendations are proposed regarding the use of platforms such as Alibaba and WeChat to strengthen export potential.

**Keywords:** agricultural products, export, import, China, cooperation, e-commerce, AI marketing.

### Вступ

Партнерство в аграрному секторі виступає одним із ключових інструментів забезпечення сталого розвитку сільського господарства, підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств та зміцнення їх економічної стійкості в умовах глобалізації, цифровізації та зростання нестабільності світових агропродовольчих ринків. Сучасні трансформаційні процеси, що охоплюють міжнародну торгівлю, логістику та фінансові ринки, зумовлюють необхідність переходу від ізольованих моделей господарювання до мережевих форм взаємодії, заснованих на стратегічному партнерстві між суб'єктами аграрного бізнесу.

Партнерська взаємодія в аграрному секторі ґрунтується на поєднанні матеріальних, фінансових, інформаційних і технологічних ресурсів, узгодженні компетенцій та розподілі ризиків між учасниками, що дає змогу досягати синергійного ефекту та підвищувати ефективність виробничо-збутових і логістичних процесів. У цьому контексті партнерство розглядається не лише як форма кооперації, а як стратегічний механізм адаптації аграрних підприємств до зростаючої волатильності цін, кліматичних ризиків, логістичних обмежень і посилення регуляторних вимог на глобальних ринках.

Аграрний сектор традиційно відіграє системоутворюючу роль в економіці України, формуючи значну частку валового внутрішнього продукту, зайнятості та валютних надходжень. У 2024 році експорт аграрної продукції забезпечив понад 40 % загального обсягу експорту країни, що підтверджує його стратегічне значення для забезпечення макроекономічної стабільності.

Водночас домінування експортно-сировинної моделі аграрного бізнесу зумовлює високу чутливість галузі до зовнішніх шоків, зокрема коливань світових цін, порушень логістичних ланцюгів, посилення фітосанітарних та технічних бар'єрів з боку країн-імпортерів [13].

За таких умов особливої актуальності набуває трансформація моделей реалізації аграрної продукції на основі партнерських відносин і використання цифрових платформ [14]. Партнерські моделі дають змогу аграрним підприємствам оптимізувати використання ресурсів, знижувати трансакційні витрати, диверсифікувати канали збуту та забезпечувати більш стабільний доступ до зовнішніх ринків. Важливою складовою цих трансформацій є цифрові платформи, які формують нову інфраструктуру аграрних ринків, забезпечуючи прозорість операцій, інтеграцію учасників ланцюгів створення доданої вартості та розширення глобальної присутності продукції.

Особливо перспективним напрямом розвитку партнерських моделей реалізації аграрної продукції є співпраця України з Китаєм – одним із найбільших імпортерів агропродовольчих товарів у світі. Китайський ринок характеризується значною ємністю, високими темпами зростання електронної комерції та активним використанням цифрових екосистем у сфері аграрного бізнесу. Зростання експорту української аграрної продукції до Китаю у 2024 році, а також реалізація спільних

інвестиційно-логістичних проєктів свідчать про формування довгострокових партнерських відносин, у межах яких цифрові платформи відіграють визначальну роль.

Практика двосторонньої співпраці демонструє, що партнерство між українськими та китайськими суб'єктами аграрного бізнесу реалізується через різні інституційні форми: інвестиції у портову та логістичну інфраструктуру, створення спільних підприємств, довгострокові контракти постачання, а також використання цифрових логістичних і торговельних платформ. Зокрема, інвестиції китайської корпорації COFCO [2] в розвиток портових потужностей України сприяли підвищенню пропускної спроможності експорту зернових і олійних культур, а інтеграція з цифровими логістичними платформами типу Cainiao дозволила оптимізувати ланцюги постачання та скоротити часові витрати.

Разом із тим, попри наявність значного практичного досвіду співпраці та позитивну динаміку двосторонньої торгівлі, питання використання цифрових платформ як інструменту реалізації партнерських стратегій в аграрному бізнесі залишаються недостатньо систематизованими в наукових дослідженнях. Особливо це стосується оцінки їх впливу на підвищення ефективності експорту, адаптацію українських виробників до специфічних вимог китайського ринку та формування передумов переходу від сировинної до інноваційно орієнтованої моделі аграрного розвитку.

У зв'язку з цим дослідження партнерства в аграрному бізнесі з використанням цифрових платформ реалізації продукції є актуальним та науково обґрунтованим. Воно сприяє поглибленню теоретичних підходів до аналізу сучасних форм міжфірмової взаємодії, а також формуванню практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств на глобальних ринках, зокрема на ринку Китаю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Констатація глобальних тенденцій постіндустріального розвитку сприяла поверненню наукового дискурсу до проблематики організаційно-економічного забезпечення, пошуку інструментів та рушійних сил інноваційного розвитку суспільного господарства, що знайшло поширення в наукових працях Н. Гражевської, А. Гриценка, В. Іноземцева, А. Гейця, Л. Федулової, А. Чухна та ін. Перспективи інноваційного розвитку аграрного виробництва й відповідних механізмів досліджували в своїх працях Л. Курило, Л. Молдаван, К. Прокопенко, П. Саблук, О. Шпикуляк, О. Шубравська. Над проблемами інноваційного розвитку сільського господарства в Україні працювали такі вчені, як Амбросов В., Горбунов М., Яценко О., Шубравська О., Лайко П., Саблук П., Присяжнюк М., Котикова О., Покотилова В. та ін. Наукові праці цих вчених зробили вагомий внесок у розвиток теорії та практики інноваційних процесів в аграрному секторі економіки.

Метою статті є обґрунтування ролі партнерських відносин в аграрному бізнесі як інструменту підвищення ефективності реалізації продукції на основі використання цифрових платформ, а також аналіз можливостей і результативності інтеграції українських аграрних підприємств у міжнародні платформи збуту в контексті співпраці з Китаєм з метою формування практичних рекомендацій щодо розвитку експортно орієнтованих партнерських моделей аграрного бізнесу.

### **Результати**

Співпраця України з Китаєм відкриває додаткові можливості для вітчизняних аграрних виробників, з огляду на значну імпорتنу місткість китайського ринку зернових, олійних культур та продуктів їх переробки. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2024 році обсяг експорту аграрної продукції до Китаю зріс на 15 % порівняно з попереднім роком і досяг близько 2,5 млрд дол. США, що підтверджує посилення ролі цього напрямку у структурі зовнішньої торгівлі. У цьому

контексті особливої актуальності набуває аналіз ролі цифрових платформ у реалізації партнерських стратегій аграрного бізнесу з фокусом на китайському ринку [4].

Важливим прикладом інфраструктурного партнерства є діяльність китайської державної агрокорпорації COFCO (China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation), яка інвестувала близько 75 млн дол. США у будівництво зернового та олійного терміналу в порту Миколаїв. Реалізація цього проекту дозволила утричі збільшити пропускну спроможність для експорту української зернової продукції до Китаю. Додатково модернізація порту «Південний» за участю китайських інженерів створила передумови для оптимізації логістичних маршрутів та зниження експортних витрат. У результаті у 2024 році Китай імпортував з України понад 12 млн тонн кукурудзи та близько 5 млн тонн соняшникової олії, що становило орієнтовно 20 % загального експорту цих товарів. Подальше зростання обсягів торгівлі супроводжувалося інтеграцією логістичних цифрових рішень, зокрема використанням платформи Cainiao (логістичний підрозділ Alibaba), що сприяло підвищенню прозорості та керованості постачань [3].

Показовим прикладом виробничо-інвестиційного партнерства є спільне підприємство Fanda, створене за участі державної китайської ферми Huangfanqu (провінція Хенань) та українських партнерів у Чернігівській області. Обсяг інвестицій перевищив 10 млн дол. США та був спрямований на модернізацію виробничих потужностей, впровадження сучасних агротехнологій, зокрема систем крапельного зрошення, і підвищення продуктивності вирощування зернових культур. Реалізація проекту сприяла соціально-економічному поживленню регіону, а продукція підприємства реалізується через китайські цифрові маркетплейси, зокрема JD.com, що відповідає загальнонаціональній тенденції домінування онлайн-каналів збуту агропродовольчої продукції в Китаї [5].

Ще одним прикладом стратегічного партнерства є співпраця української агрокомпанії KSG Agro з Xinjiang Production and Construction Corps (XPCC), яка передбачає оренду сільськогосподарських земель та розвиток зернового і тваринницького напрямів. Проект супроводжувався залученням довгострокового кредитного фінансування з боку China Export-Import Bank та був інтегрований у логістичну інфраструктуру ініціативи «Belt and Road Initiative». Хоча початкові параметри проекту були скориговані, його реалізація забезпечила стабільні експортні поставки та технологічний трансфер, що посилило позиції України як одного з ключових постачальників окремих видів зернових на китайський ринок [1].

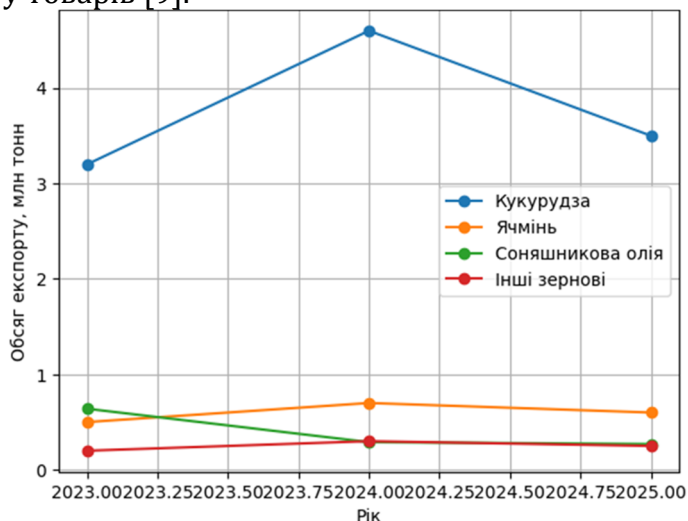
Розвитку партнерських відносин сприяють також міждержавні домовленості, зокрема меморандуми щодо ф'ючерсних контрактів на зерно та протоколи з Генеральною адміністрацією митної служби Китаю щодо розширення номенклатури аграрного експорту. Використання цифрових платформ, таких як Alibaba, WeChat та Tmall, забезпечує не лише укладання контрактів, а й впровадження механізмів простежуваності походження продукції (traceability) на основі блокчейн-технологій, що відповідає посиленним вимогам китайського ринку до безпечності та якості харчових продуктів [6].

З теоретичної точки зору партнерство в аграрному бізнесі розглядається як форма стратегічної міжфірмової взаємодії, спрямованої на оптимізацію ланцюгів постачань, спільне інвестування та розподіл ризиків (Porter, 1998). Відповідно до теорії ресурсної залежності (Pfeffer & Salancik, 1978), підприємства вступають у партнерські відносини для доступу до критично важливих ресурсів, зокрема ринків збуту, фінансового капіталу та технологій, що є особливо актуальним для аграрного сектору [7].

У глобальному вимірі партнерство України з Китаєм розвивається в межах ініціативи «Belt and Road Initiative», яка передбачає стимулювання інфраструктурних інвестицій і розширення міжнародної торгівлі. Для України участь у цій ініціативі

означає поступовий перехід від переважно сировинної моделі експорту до формування спільних виробничо-логістичних та цифрово інтегрованих проєктів [8].

За даними UN COMTRADE та USDA, у 2024 році загальний обсяг імпорту Китаю з України становив близько 4,3 млрд дол. США, з яких 60-70 % припадало на аграрну продукцію. Китай залишається одним із ключових імпортерів українського зерна, формуючи 7,4 % загального експорту аграрної продукції України. Динаміка торгівлі у 2023-2025 рр. характеризується певною волатильністю, що зумовлена як зовнішніми логістичними обмеженнями, так і змінами структури попиту (рис.1). Водночас прогнозні оцінки на 2025 рік свідчать про можливу стабілізацію та зростання обсягів торгівлі на 5-10 % завдяки гармонізації фітосанітарних стандартів і розширенню переліку дозволених до експорту товарів [9].



**Рис. 1. Динаміка обсягів експорту ключових аграрних товарів з України до Китаю у 2023-2025 рр. [10]**

Показники на рис. 1 відображають різноспрямовані тенденції експорту аграрної продукції. Найбільші обсяги протягом досліджуваного періоду припадають на кукурудзу, для якої характерне зростання у 2024 р. та зниження у 2025 р. (прогноз). Експорт ячменю демонструє помірне зростання з подальшою незначною корекцією. Соняшникова олія характеризується суттєвим скороченням обсягів у 2024-2025 рр., тоді як інші зернові культури (пшениця, соя) зберігають відносно стабільну динаміку з незначними коливаннями.

Найбільш чутливим сегментом виявився ринок соняшникової олії, де падіння експорту має структурний характер через імпортозаміщення та диверсифікацію постачальників з боку КНР. Водночас зернові культури залишаються стратегічною основою партнерства, а прогнозована стабілізація у 2025 р. створює передумови для переходу від сировинної моделі експорту до глибшої інтеграції у ланцюги доданої вартості через довгострокові контракти та цифрові торговельні платформи (табл. 1).

Показники табл. 1 свідчать про посилення ролі Китаю як стратегічного ринку збуту української аграрної продукції. У 2024 р. вартість експорту до КНР зросла майже на третину, що супроводжувалося підвищенням частки Китаю в структурі аграрного експорту України з 6,5 % до 7,4 %. Це зростання відображає не лише фізичне нарощування поставок, а й цінові фактори, зокрема зростання світових котирувань на зернові культури [10, 11].

Таблиця 2

**Вартість експорту аграрної продукції з України до Китаю (млрд USD) [10]**

Рік	Загальний експорт агропродукції України	Частка Китаю, %	Вартість експорту до Китаю	Зміна до попереднього року, %
2023	25,0	6,5	1,63	+12,0
2024	28,5	7,4	2,11	+29,4
2025* (січень-вересень)	22,0 (прогноз повного року - 30,0)	8,0	1,76 (факт)	+8,9**

\* Дані за 2025 р. наведено станом на вересень 2025 р.; прогноз повного року сформовано за умови збереження поточних темпів експорту.

\*\* Зміна розрахована порівняно з аналогічним періодом 2024 р. (січень-вересень). Частка аграрної продукції у загальному експорті України у 2024 р. становила близько 40 %. Зростання експорту у 2024 р. зумовлене частковим відновленням морської логістики через порти Одеса та Чорноморськ, а також диверсифікацією сухопутних маршрутів.

Джерела: [10, 11]

У 2025 р. за підсумками дев'яти місяців зберігається помірно позитивна динаміка, що підтверджує відносну стабілізацію торговельних потоків навіть за умов геополітичних ризиків. Прогноз збільшення частки Китаю до 8 % свідчить про тенденцію до поглиблення партнерських відносин, водночас актуалізує потребу у переході від сировинної моделі експорту до розширення поставок продукції з вищою доданою вартістю (табл. 2) [12].

Таблиця 2

**Географічна структура імпорту Китаю соняшникової олії  
(млн тонн, загальний імпорт, з них з України)**

Рік	Загальний імпорт соняшникової олії Китаєм	Імпорт з України	Частка України, %	Альтернативні постачальники (Аргентина / Бразилія)
2023	1,52	0,64	42,1	0,45 / 0,20
2024	1,09	0,29	26,6	0,35 / 0,25
2025* (січень-червень)	0,55 (прогноз року - 1,0)	0,27	49,1	0,15 / 0,10

\* Дані за 2025 р. наведено за перше півріччя; річний прогноз сформовано на основі поточних темпів імпорту. Скорочення загального імпорту соняшникової олії Китаєм у 2024 р. (приблизно на 28 % порівняно з 2023 р.) зумовлене зростанням внутрішнього виробництва та частковою переорієнтацією на альтернативні рослинні олії. Незважаючи на це, Україна зберігає значну частку імпорту завдяки стабільній якості продукції та відповідності китайським стандартам безпечності.

Джерела: [10-12]

Дані табл. 3 підтверджують, що ринок соняшникової олії Китаю у 2024-2025 рр. характеризується структурним скороченням загального імпорту, що негативно вплинуло на абсолютні обсяги поставок з України. Водночас відносні показники свідчать про збереження конкурентних позицій українських експортерів: у 2025 р. частка України зросла майже до половини імпорту, що відображає переваги у якості, логістиці та довгострокових контрактах [12].

Посилення ролі альтернативних постачальників, зокрема Аргентини та Бразилії, формує ціновий та логістичний тиск на українських виробників. За цих умов

стратегічним напрямом є не нарощування обсягів за рахунок ціни, а поглиблення партнерських відносин, використання цифрових платформ простежуваності та орієнтація на сегменти з підвищеними вимогами до якості, що узгоджується з довгостроковими трендами китайського аграрного ринку.

Відтак, динаміка двосторонньої торгівлі свідчить про наявність позитивних тенденцій у сегменті зернових культур, зокрема ячменю та кукурудзи. У 2024 р. експорт ячменю з України до Китаю зріс приблизно на 40 %, що значною мірою зумовлено активізацією співпраці в межах ініціативи «Один пояс, один шлях» та реалізацією інфраструктурних інвестицій китайських компаній, зокрема корпорації COFCO, яка інвестувала близько 75 млн дол. США у розвиток портової логістики. У результаті у 2025 р. Китай став найбільшим ринком збуту українського ячменю, обсяги експорту якого у 2024-2025 роках сягнули близько 708 тис. тонн. Водночас, за прогнозами USDA, поставки української кукурудзи на китайський ринок у 2025-2026р стабілізуються на рівні 3,5-4,0 млн тонн, що свідчить про формування середньострокової рівноваги між попитом і пропозицією [8, 13].

Поряд із цим, співпраця супроводжується низкою структурних викликів. Найбільш уразливим сегментом залишається ринок соняшникової олії, де у 2024 р. зафіксовано скорочення експорту більш ніж на 50 %. Основними чинниками такого спаду є посилення фітосанітарних вимог з боку КНР, зростання конкуренції з альтернативними постачальниками, а також орієнтація Китаю на нарощування власного виробництва. Додатковим обмежувальним фактором залишаються логістичні витрати: попри їх зниження у 2024 р. на 13-37 %, вони й надалі перевищують довоєнний рівень, що негативно впливає на цінову конкурентоспроможність української продукції. Загалом у 2024 р. обсяг двосторонньої торгівлі зріс майже на 29 %, однак аграрна продукція формує близько 65 % українського експорту до Китаю, що зумовлює асиметрію торговельного балансу на користь імпорту з КНР високотехнологічного обладнання та машин.

Перспективи розвитку партнерства у 2025 р. оцінюються як помірно оптимістичні (табл. 3). Очікується приріст експорту на рівні 10-5 % за рахунок розширення номенклатури дозволених до постачання товарів, зокрема гороху, м'яса птиці та рибної продукції. Водночас стратегічно доцільним є перехід від переважно сировинної моделі експорту до диверсифікованої структури, орієнтованої на органічну продукцію та товари з вищою доданою вартістю, а також поглиблення цифрової інтеграції з використанням платформ електронної комерції та систем простежуваності.

Таблиця 3

**Оцінка обсягів експорту української агропродукції до Китаю через цифрові платформи (млрд USD)**

Показник	Роки		
	2023	2024	2025
Загальний агроекспорт до Китаю	1,63	2,11	1,76
Частка e-commerce (%)	3-5	5-7	7-10
Обсяг через платформи (оцінка, млрд USD)	0,05- 0,08	0,11- 0,15	0,12- 0,23
Зміна до попереднього року (%)	+12 %	+29	+8,9

Зростання e-commerce сегмента демонструє зростання частки продажів на цифрових платформах – з 3-5 % у 2023 р. до прогнозованих 7-10 % у 2025 р., що свідчить про нарощування інтеграції українських виробників у китайський ринок електронної комерції.

Варто відзначити і про значний приріст (+29 %), що пов'язано з відновленням логістичних каналів (Зернова угода, порти Одеса/Чорноморськ) та активним залученням платформ типу Alibaba, JD.com та Pinduoduo. Хоча загальний агроекспорт за 9 місяців 2025 р. дещо менший за минулорічний показник, прогноз на повний рік передбачає подальше зростання до 2,3 млрд USD, з потенціалом збільшення обсягів через B2B та маркетплейси на 0,12-0,23 млрд USD (табл.4).

Зростання e-commerce сегмента створює умови для диверсифікації експорту, виходу на органічні та продукти з доданою вартістю, підвищення прозорості ланцюгів поставок та зниження транзакційних витрат.

Таблиця 4

**Динаміка ключових платформ для агропродукції (ринкова частка в Китаї, %; зростання продажів food сегменту)**

Платформа	Частка ринку, % (2023)	Зростання food/agro продажів, %	Роки			Назва товару
			2023	2024	2025	
Alibaba (Tmall Global, Ukraine Pavilion)	46	+12	+15	+18	+20	Соняшникова олія, мед, зерно
JD.com	27	+14	+10	+16	+19	Органічні крупи, фрукти
Pinduoduo	27	+20	+25	+22	+25	Ячмінь, соя (B2B)

Обсяги експорту агро товарів через e-commerce за 2023-2025 рр. представимо в табл. 5.

Таблиця 5

**Обсяги експорту української агропродукції до Китаю через e-commerce (млн тонн)**

Назва товару	Роки			Динаміка (зміна, %)
	2023	2024	2025	
Соняшникова олія	0,02	0,03	0,025	+50% (2023–2024); -17% (2024–2025)
Зернові (ячмінь, кукурудза)	0,10	0,15	0,12	+50%; -20%
Органічні продукти (мед, крупи)	0,05	0,08	0,07	+60%; -13%

У 2023-2024 роках спостерігалось суттєве зростання експорту української агропродукції до Китаю, що забезпечило приріст загального обсягу торгівлі на 29 %, до \$2,11 млрд у 2024 році. Цей процес стимулював розвиток електронної комерції: платформа Alibaba інтегрувала понад 200 українських постачальників, при цьому продажі food-сегменту через Tmall зросли на 18 %. JD.com фокусувався на B2C-продажах органічної продукції, тоді як Pinduoduo забезпечував групові закупівлі для фермерів, що дозволило наростити експорт ячменю на 40 %. У результаті cross-border food імпорт Китаю збільшився на 12 % у 2024 році.

Водночас, у 2024-2025 роках виникли певні виклики. Логістичні витрати на транспортування через Чорне море зросли на 13 %, а фітосанітарні обмеження вплинули

на постачання соняшникової олії та деяких зернових. Частка e-commerce у загальному експорті залишалася відносно низькою (5-7 %) через домінування великих контрактів із COFCO. За січень-вересень 2025 року обсяг продажів через цифрові платформи досяг \$271 млн, що на 8,9 % перевищує показники аналогічного періоду 2024 року.

Перспективи на 2025-2026 роки залишаються позитивними: прогнозується зростання e-commerce агропродукції на 15 % завдяки інтеграції AI-маркетингу, використанню платформ WeChat та реалізації проєктів у рамках ініціативи Belt and Road Initiative. Рекомендовано державну підтримку малих і середніх підприємств для участі на платформі Alibaba та фокус на органічні продукти, частка яких може сягати 20%. Використання traceability та цифрових платформ сприяє оптимізації логістики, забезпеченню доступу до кінцевого споживача та зниженню транзакційних витрат.

Серед основних викликів співпраці з Китаєм слід виділити логістичні бар'єри, пов'язані з транспортуванням через Чорне море, а також суворі фітосанітарні вимоги китайського ринку. Водночас цифрові логістичні платформи, зокрема Cainiao (підрозділ Alibaba), дозволяють частково вирішувати ці проблеми завдяки інтегрованій системі доставки та відстеженню вантажів. За прогнозами на 2025 рік очікується зростання експорту на рівні 10-15 % завдяки реалізації нових партнерських ініціатив, зокрема спільного підприємства з Sinograin для переробки зернових культур.

На нашу думку, для посилення ефективності партнерства рекомендується:

- інтегрувати українських виробників у китайські платформи за підтримки держави (наприклад, гранти від МінАПК);
- впроваджувати спільні стандарти якості продукції для полегшення доступу на ринок;
- використовувати інструменти штучного інтелекту на платформах для прогнозування попиту та оптимізації постачань.

Перспективи співпраці з Китаєм пов'язані з диверсифікацією експорту, включно з органічною продукцією та продуктами з доданою вартістю. Це дозволяє трансформувати український аграрний сектор із сировинної моделі на інноваційну, партнерську систему. Розвиток партнерських відносин у аграрному бізнесі є ключовою передумовою формування конкурентоспроможної моделі, орієнтованої на довгостроковий розвиток, інтеграцію у національні та глобальні ланцюги створення доданої вартості та підвищення інноваційності.

Використання цифрових торговельних платформ поступово стає важливим інструментом інтеграції українських аграрних виробників у китайський ринок, особливо для малого та середнього бізнесу. Водночас домінування B2B-експорту сировинної продукції (60-70 % загальної аграрної торгівлі з Китаєм) обмежує масштаби електронної комерції. Державна підтримка експортоорієнтованих SME та розвиток цифрової інфраструктури сприятимуть диверсифікації експорту з потенціалом зростання на 15-20 % у середньостроковій перспективі, що відповідає стратегічним завданням підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору України.

### **Висновки**

Таким чином, аграрний бізнес на засадах партнерства з використанням цифрових платформ є ефективним інструментом реалізації продукції та інтеграції на міжнародні ринки. Співпраця з Китаєм відкриває значні можливості для розвитку, однак вимагає адаптації до локальних умов та стандартів. Подальші наукові дослідження можуть зосередитися на оцінці економічної ефективності таких партнерств та впливі цифровізації на оптимізацію аграрних ланцюгів постачання.

## Список використаних джерел

1. Світ про Україну: китайські орендарі українського чорнозему та Митний союз як ворог конкуренції. URL: <https://surl.li/kaoimk>.
2. Cofco Agri Resources Ukraine. URL: <https://surl.li/hbmiixh>.
3. Китайська COFCO інвестувала 75 млн дол. США в зерновий термінал у Миколаєві. URL: <https://surl.lt/kcdnxi>.
4. Україна та Китай активізують діалог щодо відкриття ринків для української агропродукції. URL: <https://surl.li/higbhu>.
5. Китайці планують побудувати елеватор в Чернігівській області. URL: <https://surl.li/xnjwhq>.
6. У Мінагрополітики підписали угоду про розширення переліку українського аграрного експорту до Китаю. URL: <https://surl.lu/cnhdyq>.
7. Швіндіна Г.О. Методологічні засади формування коопетиційної моделі організаційного розвитку підприємств: дис. на здоб. наук. ступ. д-ра екон. наук за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Сумський державний університет. Суми. 2019. 502с.
8. Ініціатива «Один пояс, один шлях» здатна покращити українську інфраструктуру. URL: <https://surl.li/glzfsk>.
9. Зовнішня торгівля України товарами: підсумки 2024 року. URL: <https://surl.li/vrmlml>.
10. Китай у листопаді 2025 року збільшив імпорт сої до чотирирічного максимуму. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/news/world/p/2025-12-09>.
11. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
12. Зовнішня торгівля України товарами за 9 місяців 2025 року (експрес-випуск). URL: <https://stat.gov.ua/uk/publications/zovnishnya-torhivlya-ukrayiny-tovaramy-za-9-misyatsiv-2025-roku-ekspres-vypusk>.
13. Україна збільшила обсяги експорту ячменю до Туреччини в 6,4 раза – АПК-Інформ. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/news/1551979>.
14. Витвицька О., Володін С., Талавиря М., Теслюк В., Дорошкевич К., Александров Д. Розвиток сільськогосподарської науки на платформі інноваційної біоекономіки. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2024. 5 (58), 421–435. URL: <https://doi.org/10.55643/fcapter.5.58.2024.4445>.
15. Нижник В., Мартинова Л., Шарко В., Савіцький А., Маршук Л., Власенко І. Оцінювання перспектив української сільськогосподарської техніки на ринку європейського союзу. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2023. 6 (53), 541–551. URL: <https://doi.org/10.55643/fcapter.6.53.2023.4191>
16. Гражевська Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін. Київ : Знання, 2008. 431 с.
17. Іноземцев В.Л. За межами економічного простору. Постіндустріальні теорії і постеконічні тенденції у сучасного світі. 1998. Астана : Academia. 640 с.
18. Саблук П.Т. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / П. Т. Саблук, О. Г. Шпикуляк, Л. І. Курило. Київ : ННЦ ІАЕ, 2010. 706 с.
19. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток економіки України: проблеми та перспективи. *Економічний вісник університету*. 2020. № 44. С. 42–49.
20. Шубравська О.В., Прокопенко К.О. Забезпечення продовольчої безпеки України: повоєнний контекст. *Економіка України*. 2022. № 7. С. 21–42.