



DOI 10.37491/UNZ.83.11
УДК 339.5



Люба ТУРЧИН¹

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЯК ОСНОВНИЙ АСПЕКТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглядається зовнішня торгівля як основний аспект маркетингової діяльності вітчизняних підприємств в умовах динамічних ринків. Так, запорукою ефективного економічного розвитку країни є забезпечення зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішня торгівля є основним економічним чинником, запорукою успіху будь-якої країни на міжнародній економічній арені і вирішальним фактором у формуванні конкурентоспроможності підприємств і підвищенні якості життя населення. Тому, враховуючи нестабільні ринкові умови та динамічність ринків, слід розглядати зовнішню торгівлю як основний аспект маркетингової діяльності вітчизняних підприємств. Досліджено сучасні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України. Проаналізовано наслідки впливу пандемії (COVID-19) на зовнішньоекономічну діяльність підприємств. Так, загальний товарообіг в Україні за 2020 рік скоротився на 6,5 % порівняно з попереднім роком. Імпорт скоротився у 2020 році на 10,3 % менше за показники 2019 року. Проте Україна зберігає провідні позиції у світі: є третім найбільшим експортером зерна, виробляючи щорічно 9–100 млн тонн зернових культур. У структурі експорту сільське господарство також відіграє значну роль: у 2019 році аграрні підприємства принесли Україні

¹ кандидатка економічних наук, доцентка,
доцентка кафедри підприємництва і торгівлі,
Західноукраїнський національний університет,
l.zatsna@wunu.edu.ua,
<https://orcid.org/0000-0001-6238-1812>.



майже 40 % валютної виручки, демонструючи стабільність протягом останніх трьох років. Наголошено на важливості експортних операцій на міжнародних ринках. Зокрема, Україна посіла третє місце в переліку найбільших постачальників продукції аграрного сектору до країн Євросоюзу, експортувавши на суму 7,3 млрд євро. Також значний вплив на експорт аграрної продукції в ЄС вплинули підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та імплементація Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі з ЄС (ПВЗСТ); з моменту підписання Угоди експорт аграрної продукції в ЄС збільшився більш ніж на третину. Проведено PEST-аналіз та SWOT-аналіз зовнішньої торгівлі України. Підкреслено роль аграрних підприємств у структурі зовнішньої торгівлі України: основою зовнішньої торгівлі України у 2019 році залишалася продукція аграрних підприємств. У загальних обсягах українського експорту частка продукції аграрних підприємств склала 44,3 %. Вказано на перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України в нестабільних ринкових умовах. Україні необхідно аналізувати свою зовнішньоекономічну діяльність, та ситуацію що склалася: можливості, загрози, свої сильні та слабкі сторони, збільшувати свій товарообіг. Щоб покращити стан зовнішньої торгівлі пропонується зосередити увагу на експорті, особливо аграрних підприємств.

Ключові слова: експорт, імпорт, зовнішня торгівля, маркетингова діяльність, аграрні підприємства, COVID-19.

Пандемія та пов'язана з нею економічна криза також мали різні наслідки в національних межах. У багатьох країнах нерівність значно розширилася в декількох напрямках. Менш забезпечені домогосподарства втратили набагато більше, ніж ті, що перебували на вершині розподілу доходів, а також спостерігалось набагато більш значне скорочення в галузях послуг, що базуються на контактах, ніж в інших секторах. Пандемія вплинула і на український ринок. Проте Україна займає чільні позиції та посідає третє місце за експортом зерна у світі (щорічно 90–100 млн тонн зернових культур). Сільське господарство відіграє значну роль у структурі експорту: у 2019 році аграрні підприємства принесли Україні майже 40 % виручки у валюті, показуючи стабільність останніми роками. Отже, аграрний сектор може стати локомотивом розвитку економіки та дати поштовх розвитку іншим галузям, завдяки значному потенціалу аграрних підприємств. Тобто вивчення зовнішньої торгівлі як аспекту маркетингової діяльності є надзвичайно актуальним питанням в сучасних нестабільних ринкових умовах.

Метою статті є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України як основного аспекту маркетингової діяльності вітчизняних підприємств.

Масштабні процеси глобалізації здійснюють безпосередній вплив на роль зовнішньої торгівлі в Україні. Запорукою ефективного економічного



розвитку країни є забезпечення зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішня торгівля є основним економічним чинником, запорукою успіху будь-якої країни на міжнародній економічній арені та вирішальним фактором у формуванні конкурентоспроможності підприємств і підвищенні якості життя населення. Крім того, враховуючи нестабільні ринкові умови та динамічність ринків, слід розглядати зовнішню торгівлю як основний аспект маркетингової діяльності вітчизняних підприємств.

Загальний товарообіг в Україні становить 103,4 млрд дол. за 2020 рік. Порівняно з 2019 роком він скоротився на 6,5 % (табл. 1). У 2020 році максимально скоротився імпорт — 54,3 млрд дол., що на 6,2 млрд дол., або 10,3 %, менше за показники 2019 року [1].

Таблиця 1
Експорт та імпорт послуг та товарів України у 2016–2020 рр.
(млн дол. США)

Рік	Експорт	в тому числі		Імпорт	в тому числі	
		товарів	послуг		товарів	послуг
2016	45 993,1	36 361,7	9 631,4	44 554,4	39 249,8	5 304,6
2017	53 711,3	43 264,7	10 446,6	54 966,3	49 607,1	5 359,2
2018	59 194,7	47 339,9	11 854,8	62 947,2	57 141	5 806,2
2019	50 054,8	34 426	15 628,8	60 800,1	53 857,9	6 942,2
2020	49 191,8	37 804,3	11 387,5	54 336,1	48 623,2	5 712,9

Пріоритетні країни-партнери в імпорті для України в 2020 році — Китай, Німеччина та Росія, в експорті — Китай, Польща та Росія (табл. 2), а за результатами року Польща увійшла до переліку найбільших торгових партнерів України (товарообіг склав 7,36 млрд дол.), випередивши Росію [2].

Таблиця 2
Експорт товарів у 2020 році: основні торговельні партнери України [12]

№ з/п	Назва країни	Експорт товарів, млрд дол.	2020 р. до 2019 р., у %	Питома вага країни в загальному обсязі експорту товарів з України, у %
1	ЄС (28)	18 612,1	89,7	37,8
2	Китай	7 112,7	198,0	14,5
3	Російська Федерація	2 706,0	83,4	5,5
4	Туреччина	2 436,3	93,0	5,0
5	Індія	1 972,1	97,4	4,0
6	Єгипет	1 618,2	71,8	3,3
7	Білорусь	1 335,3	86,2	2,7
8	США	983,9	100,5	2,0
9	Індонезія	735,6	100,1	1,5
10	Саудівська Аравія	719,0	96,6	1,5



Найвищі показники в українському експорті мають продукції АПК та харчової промисловості (45,1 %); продукції металургійного комплексу (18,3 %); продукції машинобудування (11,0 %); мінеральним продуктам (10,8 %); продукції хімічної промисловості (5,5 %). До України імпортували переважно нафту та продукти її перегонки (8 млрд дол.), реактори, котли, обладнання й механічні пристрої (6,1 млрд дол.), засоби наземного транспорту (5,5 млрд дол.) [3]. Україні необхідно аналізувати свою зовнішньо-економічну діяльність та ситуацію, що склалася: можливості, загрози, свої сильні та слабкі сторони та збільшувати свій товарообіг.

Завдяки таким сільськогосподарським культурам, як: зернові та кормові культури, зокрема пшениця, кукурудза, ячмінь, соняшник, цукровий буряк, — Україна стала одним із світових лідерів-експортерів Середня врожайність зернових у 2018 році становила 47,4 ц/га, а у 2019 році — 49,1 ц/га (підвищилася на 2,2 ц/га). Сільське господарство відіграє значну роль у структурі експорту: в 2019 році аграрні підприємства принесли Україні майже 40 % валютної виручки, показуючи стабільну роботу протягом останніх трьох років. Так, за у 2019 році вітчизняними аграрними підприємствами було відправлено на експорт майже 50 млн тонн зернових, зернобобових (з продуктами їхньої переробки) і борошна. Тобто значну роль в економіці нашої країни відіграє потенціал експортного маркетингу аграрного сектору.

Україна за період з листопада 2018 року по жовтень 2019 року за показниками щомісячного моніторингу аграрної торгівлі, який здійснює Європейська Комісія, утримує третє місце в списку найбільших постачальників продукції аграрного сектору до країн Євросоюзу (експорт на суму 7,3 млрд євро). На обсяг експорту аграрної продукції до ЄС вплинуло підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, імплементація Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі з ЄС (ПВЗСТ). Після підписання Угоди експорт аграрної продукції до ЄС зріс більш ніж на третину — на 6,6 млрд дол. США за 11 місяців 2019 р. (з 4,5 млрд дол. США в 2013 р. до 6,1 млрд дол. США в 2018 р., що складає 37 %) [4].

Підґрунтям зовнішньої торгівлі України у 2019 році залишалася продукція аграрних підприємств. Частка продукції аграрних підприємств склала 44,3 %, тобто 22,2 млрд дол. США при загальних обсягах українського експорту (рис. 1) [5].

З рис. 1 бачимо, що якщо порівнювати з попереднім, у 2018 році обсяги експорту продукції аграрних підприємств збільшилися на 19 %, тоді як загальний експорт товарів з України збільшився на 6 %.

У структурі експорту аграрних підприємств України чільне місце займає продукція рослинництва (58 % або 12,9 млрд дол. США), зокрема це зернові культури (пшениця, кукурудза та ячмінь) — 9,6 млрд дол. США (частка в загальній структурі — 43 %, серед зернових — 74 %), а також насіння та плоди олійних культур: соєвих бобів та насіння ріпаку — 2,6 млрд дол. США (частка становить 12 % і 20 % відповідно); 3 % або 0,7 млрд дол. США припадає на інші продукти рослинного походження. Жири та олії рослинні (переважно олія соняшникова) становлять 21 % експорту аграрних підприємств (4,7 млрд дол. США), а готові продовольчі продукти (борошно,



спирт, тютюнові вироби тощо) складають 14 % їхнього експорту (3,2 млрд дол. США) [5].



Рис. 1. Динаміка обсягів українського експорту у 2001–2019 рр.

Проаналізувавши динаміку товарної структури експорту аграрних підприємств у 2010–2019 рр., приходимо до висновку, що протягом всього періоду загальні тенденції зберігаються: найбільшу частку в товарній структурі займають:

— продукти рослинного походження — у 2019 році 12 914,5 млн дол. США, або 58,3 %,

— жири та олії тваринного або рослинного походження — 4 732,3 млн дол. США, або 21,4 % у 2019 році;

— готові харчові продукти — 3 220,4 млн дол. США, або 14,5 % у 2019 році;

— найменшу питому вагу мають живі тварини; продукти тваринного походження — 1 277,0 млн дол. США, або 5,8 % у 2019 році [4].

Дослідивши товарну структуру експорту аграрних підприємств, слід зазначити, що в аналізованій період зберігається тенденція не тільки щодо ранжування а й в розмірах питомої ваги в товарній структурі: питома вага продуктів рослинного походження коливалася від 40,0 % у 2010 році до 58,3 % у 2019 році; питома вага жирів та олій тваринного або рослинного походження — від 21,4 % в 2019 році до 26,3 % в 2010 році; питома вага готових харчових продуктів — від 14,5 % у 2019 році до 25,9 % в 2010 році; питома вага живих тварин, продуктів тваринного походження — від 5,1 % у 2016 році до 7,8 % у 2010 році [5]. За період 2010–2019 рр. розміри питомої ваги окремих видів продукції, експортованої аграрними підприємствами, зазнали незначного коливання.



Азія (41,7 % — експорту) та ЄС (34,9 % — експорту) є основними ринками збуту продукції українських аграрних підприємств. Китай, Єгипет, Індія, Туреччина, Нідерланди, Іспанія, Німеччина, Польща, Італія та Білорусь є основними споживачами продукції аграрних підприємств (рис. 2) [4].

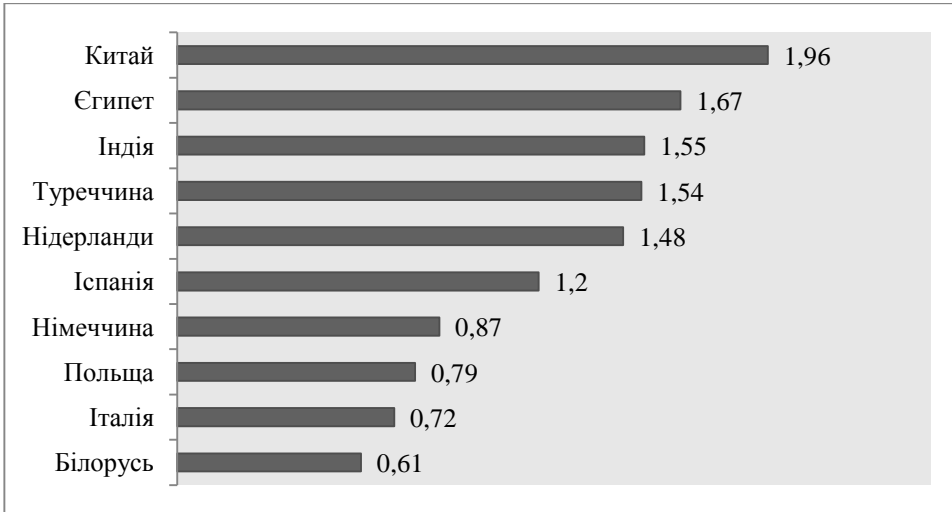


Рис. 2. Основні імпортери вітчизняної продукції аграрних підприємств 2019 року, млрд дол. США

З рис. 2 бачимо, що в 2019 році до країн-імпортерів вітчизняної продукції аграрних підприємств входили: перше місце — Китай (імпортував у аграрних підприємств України продукції на 1,96 млрд дол. США). Друге місце утримує Єгипет (придбав вітчизняних харчів на 1,67 млрд дол. США). Третє місце посідає Індія (2019 р. — імпорт з України аграрної продукції на 1,55 млрд дол. США). Чималу виручку отримали українські аграрні підприємства від експорту до Туреччини (1,54 млрд дол. США), Нідерландів (1,48 млрд дол. США), Іспанії (1,20 млрд дол. США), Німеччини (0,87 млрд дол. США), Польщі (0,79 млрд дол. США), Італії (0,72 млрд дол. США), Білорусі (0,61 млрд дол. США). Загалом, названі 10 країн, дали українським аграрним підприємствам близько 58 % доходів від експорту продукції агропромислового комплексу.

Україні потрібно аналізувати свою зовнішньоекономічну діяльність та ситуацію, що склалася (можливості, загрози, свої сильні та слабкі сторони) і збільшувати свій товарообіг. Тому, здійснивши PEST-аналіз, можемо зробити висновки, що політична сфера України характеризується недостатнім впливом і організацією зовнішньої торгівлі, також слабким політичним зв'язком з іншими країнами. Економічний стан країни також є несприятливим для ведення зовнішньої торгівлі через інфляцію, девальвацію та високі ціни на сировину (табл. 3). Соціально-культурні фактори, такі як міграція робочої сили та недостатня кількість притоку кадрів із-за



кордону ускладнюють процес торгівлі на зовнішньому ринку. Технологічна база забезпечення зовнішньої торгівлі є інноваційною та швидко реагує на зміни у світовому виробництві.

Таблиця 3

PEST-аналіз зовнішньої торгівлі України

P (POLITICAL)	E (ECONOMICAL)
— Незначний, недостатній політичний вплив на економічний розвиток; — недосконалість законів та правової системи; — корупція і бюрократія; — відкритість України для ЄС, але закритість ЄС для України; — дотації держави	— рівень розвитку економіки; — підвищена інфляція; — падіння грошової одиниці; — високі податкові ставки та пільги; — зниження обсягу ВВП; — зростання безробіття; — підвищені ціни на сировинну базу (імпортвану та українську в тому числі)
S (SOCIO-CULTURAL)	T (TECHNOLOGICAL)
— міграція робочої сили; — брак молодих робочих кадрів; — висока освіченість кадрів; — тренди в соціумі; — недостатній потік кадрів із-за кордону	— ключові технологічні зміни; — інноваційні тренди, тенденції; — вплив digital-технологій; — технологічна швидкість реагування середовища; — середні затрати держави та компаній на наукові дослідження

Технологічна база забезпечення зовнішньої торгівлі є інноваційною та швидко реагує на зміни у світовому виробництві.

За результатами SWOT-аналізу, сильними сторонами вітчизняної зовнішньої торгівлі є зростання обсягів виробництва та його рентабельність. Слабкими сторонами є недостатня конкурентоспроможність на зовнішньому ринку та високі затрати (табл. 4). Для покращення стану зовнішньої торгівлі пропонується зосередити увагу на експорті послуг на міжнародний ринок, та підвищити конкурентоспроможність цієї сфери. Загрозами можна назвати високі ціни на енергоносії та стагнація зовнішнього ринку.

Основною проблемою України є використання застарілих технологій на виробництвах, через що продукція є менш конкурентоспроможною на світовому ринку (рис. 3) [6].

Для поліпшення стану зовнішньої торгівлі, пропонуємо зосередити увагу на експорті послуг на міжнародний ринок, підвищити конкурентоспроможність цієї сфери та товарів, що експортуються, а також розробляти програми щодо подолання коронавірусної кризи, вивчаючи досвід розвинених країн.



Таблиця 4

SWOT-аналіз зовнішньої торгівлі України

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (STRENGTHS)	Слабкі сторони (WEAKNESSES)
	<ul style="list-style-type: none"> — зростання виробництва; — зростання прибутку; — зростання інвестування; — високий рівень рентабельності виробництва; — зростання середньої заробітної плати; — глобалізація виробництва 	<ul style="list-style-type: none"> — недостатня конкурентоспроможність ряду видів продукції на зарубіжному ринку; — мала частка високотехнологічної продукції в експорті; — недостатня швидкість темпів зниження затрат; — високий знос обладнання; — забруднення навколишнього середовища
Зовнішнє середовище	Можливості (OPPORTUNITIES)	Загрози (THREATS)
	<ul style="list-style-type: none"> — підвищення частки експорту послуг на зарубіжний ринок; — підвищення експортного потенціалу; — інноваційний шлях розвитку; — конкурентоспроможності послуг на зарубіжному ринку; — конкурентоспроможності суміжних сфер 	<ul style="list-style-type: none"> — стагнація зовнішнього ринку; — підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку через постійні антидемпінгові процедури; — зростання цін на енергоносії



Рис. 3. Фактори, що негативно впливають на розвиток зовнішньої торгівлі України

Проаналізувавши сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України як основного аспекту маркетингової діяльності вітчизняних підприємств, можемо зробити висновок, що в економіці України експорт аграрних підприємств має чільне місце: у 2019 році аграрні підприємства принесли майже 40 % валютної виручки, показуючи стабільність



протягом останніх років. У 2019 році вітчизняними аграрними підприємствами було експортовано близько 50 млн тонн зернових, зернобобових та борошна. Продукція аграрних підприємств у 2019 році була основою зовнішньої торгівлі України: у загальних обсягах українського експорту частка продукції аграрних підприємств склала 44,3 %. Обсяги експорту продукції аграрних підприємств збільшилися на 19 % порівняно з попереднім 2018 роком, тоді як загальний експорт товарів з України збільшився на 6 %. Також варто зазначити, що Україні необхідно аналізувати свою зовнішньоекономічну діяльність та ситуацію, що склалася (можливості, загрози, свої сильні та слабкі сторони) та збільшувати свій товарообіг. Крім того, враховуючи нестабільні ринкові умови та динамічність ринків, слід розглядати зовнішню торгівлю як основний аспект маркетингової діяльності українських підприємств.

Список використаних джерел

1. Зовнішня торгівля України. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3GQGshYU>.
2. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2020 р. *Міністерство економіки України*. URL : <https://bit.ly/3JXMmrX>.
3. Товарообіг України у 2020 р. скоротився на 6,4 % (12.01.2021; 12:12). *Економічна правда*. URL : <https://bit.ly/3n8zrdV>.
4. Сільське господарство в Україні (25.05.2020). *DLF*. URL : <https://bit.ly/3vmUq11>.
5. Статистичний щорічник України за 2019 рік / за ред. І. Є. Вернера. Київ, 2020. С. 361–371. *Державна служба статистики України*. URL : <https://bit.ly/3pgAmti>.
6. *Рокоча В. В., Алькема В. І.* Міжнародна торгівельна діяльність. Київ, 2018. 698 с.
7. *Ozkan G.* COVID-19 recovery: some economies will take longer to rebound — this is bad for everyone (07.06.2021; 10.25). *The Conversation*. URL : <https://bit.ly/3qesGcc>.
8. Global prospects are improving but performance diverges strongly across countries. *OECD*. URL : <https://bit.ly/3CSuuvh>.
9. *Hopkins J. L.* Yes, the global microchip shortage is COVID's fault. No, it won't end anytime soon (02.06.2021; 4.20). *The Conversation*. URL : <https://bit.ly/3ESPXEU>.

Надійшла до редакції 12.07.2021

Liuba TURCHYN

West Ukrainian National University

Foreign Trade as the Main Aspect of Marketing Activity: Current State and Development Prospects

The article considers foreign trade as the main aspect of marketing activities of domestic enterprises in dynamic markets. Thus, the key to effective economic development of the country is to ensure foreign economic activity. Foreign trade is the main economic factor, the key to the success of any country in the international economic arena and a decisive factor in shaping the competitiveness of enterprises and improving the quality of life. Therefore, given the unstable market conditions and market dynamics,



foreign trade should be considered as a major aspect of marketing activities of domestic enterprises. Modern tendencies of development of foreign trade of Ukraine are investigated. The consequences of the pandemic impact (COVID-19) on the foreign economic activity of enterprises are analysed. Thus, the total turnover in Ukraine in 2020 decreased by 6.5 % compared to the previous year. Imports decreased in 2020 by 10.3 % less than in 2019. However, Ukraine retains a leading position in the world is the third largest exporter of grain, producing 90–100 million tons of grain annually. Agriculture also plays a significant role in the structure of exports: in 2019, agricultural enterprises brought Ukraine almost 40 % of foreign exchange earnings, demonstrating stability over the past three years. The importance of export operations in international markets was emphasized. In particular, Ukraine ranked third in the list of the largest suppliers of agricultural products to the European Union, exporting 7.3 billion Euros. The signing of the EU-Ukraine Association Agreement and the implementation of the Deep and Comprehensive Free Trade Agreement with the EU (DCFTA) have also had a significant impact on agricultural exports to the EU since the signing of the Agreement. PEST-analysis and SWOT-analysis of Ukraine's foreign trade were conducted. The role of agricultural enterprises in the structure of Ukraine's foreign trade is emphasized: the basis of Ukraine's foreign trade in 2019 remained the products of agricultural enterprises. The share of agricultural products in the total volume of Ukrainian exports amounted to 44.3 %. The prospects for the development of Ukraine's foreign trade in unstable market conditions are indicated. Ukraine needs to analyse its foreign economic activity and the current situation: opportunities, threats, its strengths and weaknesses and increase its trade. To improve the state of foreign trade, it is proposed to focus on exports, especially agrarian enterprises.

Keywords: export, import, foreign trade, marketing activity, agricultural enterprises, COVID-19.