

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.202](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.202)

УДК 338.984

Л. І. Галас,
аспірант, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
ORCID ID: 0000-0002-3677-0045

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

L. Halas
Postgraduate student, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

PRECONDITIONS FOR DEVELOPMENT OF THE STRATEGY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE

Галузь сільського господарства України є однією з провідних та показує позитивні тенденції розвитку, особливо враховуючи поширення кризових явищ в країні. Ця галузь економіки з кожним роком нарощує свій потенціал і зміцнює рейтинги на світовому ринку. Набуття Україною повноцінного членства в СОТ, глобалізація світової економіки, послаблення економічних бар'єрів та лібералізація економічних відносин між Україною та країнами ЄС сприяли інтеграції вітчизняних ринків сільськогосподарських товарів у світовий економічний простір. Тож сучасний стан вітчизняного сільського господарства показує, що наявні об'єктивні передумови для нарощення експортного потенціалу і активної зовнішньоекономічної діяльності. Спостерігаються позитивні зміни в структурі торгового балансу країни в останні роки, які можна посилити, створивши умови для безпосереднього підвищення ефективності імпортно-експортної діяльності сільськогосподарських підприємств.

The agricultural sector of Ukraine is one of the leading sectors and shows positive development trends, especially considering the spread of crises in the country. This sector of the economy is growing its potential and strengthening its ratings on the world market every year. Ukraine's full membership in the WTO, globalization of the world economy, weakening of economic barriers and liberalization of economic relations between Ukraine and the EU countries have contributed to the integration of domestic agricultural markets into the world economic space. Therefore, the current state of domestic agriculture shows that there are objective preconditions for increasing export potential and active foreign economic activity.

The modern process of internationalization of the world economy has not escaped Ukraine, which is gradually becoming part of the system of international economic relations. In the modern international economy, the main element is the enterprise, which is the main theme of a market economy. Foreign economic activity is one of the most important and indispensable areas of economic activity. Entering foreign markets, the company meets the new requirements of its activities, which forces it to improve production and technical parameters, increase productivity and product quality. Due to the effective use of various methods and forms of international economic relations, these conditions can be achieved and maintained. The basis of the country's foreign economic activity is foreign trade, which is carried out in two main forms: export and import.

In the international division of labor, the key lever of the impact of exports on the foreign economic activity of the country is reflected in the promotion of competitive products, works and services in foreign markets; the country receives foreign exchange income, which is based on modern technologies, technologies and management inventions and ideas needed to improve and upgrade production capacity; timely payment for imported products needed by the country. Therefore, a reasonable ratio of imports and exports can help form a surplus of the country's balance of payments.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства; стратегія; стратегія зовнішньоекономічної діяльності; експорт; імпорт.

Key words: agricultural enterprises; strategy; strategy of foreign economic activity; export; import.

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність є одним з важливих показників розвитку країни. Вона є невід'ємною та важливою складовою господарської діяльності учасників ринкових відносин. Враховуючи політичні події в Україні, а саме підписання між Україною та ЄС угоди про асоціацію у 2017 році, та членство в СОТ, очевидною є необхідність активного розвитку системи зовнішньоекономічної діяльності в нашій країні у різних сферах.

Не менш важливими є сприятливі природні та кліматичні умови, наявність чорноземів на більшості території України, що дає можливість для розвитку та нарощення потенціалу досліджуваної галузі. Вже на даний час Україна є одним із лідерів експорту у галузях рослинництва і тваринництва на світовому ринку. Потенціал галузі сільського господарства більший ніж потреби на внутрішньому ринку споживання, тому окрім забезпечення потреб населення країни потрібним продовольством, нарощення експорту є пріоритетним напрямком її розвитку

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження даної проблематики представлені в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, дослідників, а саме: Г. Мінцберг, М. Портер, І. Ансофф, О.П. Кісь, С.В. Косенко, В.А. Дергачова, С.М. Качан, О.А. Кириченко, Е.О. Ковтун, В.А. Агафон та інших вчених економістів.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є визначення стратегічних пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств України та основних передумов розвитку цієї стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Українські сільськогосподарські підприємства при виході на зовнішні ринки в більшості випадків уникають стратегічного планування та управління своєю діяльністю. Відповідно вони не можуть бути конкурентоспроможними у порівнянні з іноземними підприємствами, які активно застосовують методи стратегічного планування та управління.

Тож можна сказати, що для ведення зовнішньоекономічної діяльності сільського господарських підприємств України важливою складовою є формування ефективної стратегії ЗЕД, адже від її правильної постановки залежить прибутковість самого підприємства, підвищення його конкурентоспроможності, якості його продукції та безпосередньо його функціонування на зовнішніх ринках.

Слово «стратегія» походить від грецької мови та означає «військове ведення», «військове мистецтво». Дане поняття використовувалося для проведення військових операцій, які передбачали наперед спланованих та сформованих основних стратегічних завдань. А. Чендлер у 1962 році запозичив це поняття для ефективного ведення підприємницької діяльності. Стратегія підприємства - це систематизований план дій, який спрямований на досягнення основної мети діяльності підприємства. На даний час вже існує багато визначень поняття «стратегія підприємства».

Г. Мінцберг вважає, що «стратегія – це :

- плани керівництва щодо досягнення цілей та завдань підприємства;
- проходження певних моделей поведінки, лінії поведінки;
- позиція, розташування визначених товарів на конкурентних ринках;
- перспектива, основний спосіб дії підприємства;
- створення переваг перед конкурентами.» [1, с.11-12].

Відомий науковець І. Ансофф стверджує, що «стратегія підприємства – це набір правил для прийняття рішень, якими керується підприємство у своїй діяльності, систематичний підхід, який забезпечує збалансований напрямок розвитку підприємства.» [2, с. 46].

М. Портер розглядає стратегію як наступальні чи оборонні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі, з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції і, отже, гарантування максимальної віддачі від капіталовкладень фірми [3, с. 51].

Стратегія допомагає підприємству ефективно конкурувати з іншими підприємствами та займати провідні місця на ринку.

В результаті дослідження поняття «стратегія підприємства» вітчизняними та зарубіжними вченими, можна сказати, що вони подають приблизно однакові визначення, хоча всі можна прокласифікувати за певними підходами, такими як : ситуаційний, процесний, ресурсний та системний.

Що ж до поняття «стратегія зовнішньоекономічної діяльності» можна виділити три основних підходи, а саме: системний, стратегічний та функціональний.

Стратегічний підхід визначення поняття «стратегія зовнішньоекономічної діяльності» націлений на довгострокове цілепокладання, основним його завданням є розробка ефективних дій та заходів на зовнішньому ринку товарів та послуг. Даний підхід зорієнтований на стійкість та розширення ринкових позицій та завоювання бажаної частки ринку.

Розглядаючи системний підхід можна зробити висновок, що основним його завданням є реалізація комплексу зовнішньоекономічних стратегій підприємства і також зорієнтований на систему довгострокових цілей підприємства. При формуванні стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі системного підходу варто враховувати три основні складові:

- узгодження дій і протидій ринкових відносин;
- вихід на нові ринки;
- формування конкурентних переваг.

В таблиці 1. розглянуто основні визначення поняття «стратегія зовнішньоекономічної діяльності» згідно системного та стратегічних підходів функціонування.

Таблиця 1.
Підходи до визначення поняття «стратегія ЗЕД»

№	Визначення	Джерело
<i>Стратегічний підхід</i>		
1.	Стратегія ЗЕД – це план розвитку підприємства стосовно діяльності, пов’язаної з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширенням та підтриманням своїх позицій.	О. П. Кісь [4, с. 29]
2.	Стратегія ЗЕД – комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей, сформульованих у загальній стратегії.	С. В. Косенко [5, с. 29]
3.	Зовнішньоекономічна стратегія полягає в досягненні економічних цілей на світовому ринку, реалізується ж вона в процесі зовнішньоекономічної політики, основою якої є державні законодавчі акти та доктрина національної безпеки.	В. А. Дергачова [6, с. 137]
4.	Стратегія ЗЕД – це стратегія яка впливає з об’єктивно існуючих порівняльних і конкурентних переваг у різних галузях народного господарства і передбачає пріоритет національних економічних інтересів в системі методів і форм регулювання світогосподарських зв’язків, ґрунтується на засобах тарифного і нетарифного регулювання, спрямована в цілому на створення конкурентного ринкового середовища, поступове формування економіки, орієнтованої на експорт.	Г. В. Барабашіна С.М. Качан [7]
<i>Системний підхід</i>		
5.	Стратегія ЗЕД – це функціональна стратегія, яка за ієрархією пов’язана з конкурентною, ресурсною, товарною та іншими стратегіями підприємства	О. А. Кириченко [8, с. 29]
6.	Стратегія ЗЕД – це комплекс управлінських рішень, які сприяють формуванню найбільш ефективних цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства та враховують можливі дії і протидії інших учасників ринкових відносин.	Е.О. Ковтун [9]
7.	Стратегія ЗЕД – це стратегія, яка формується під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників, на які впливає експортний потенціал підприємства, що є основою її формування.	В.М. Соколовська [10]

*Джерело: розробка автора

Характерною особливістю формування стратегії та розвитку економіки країни є її здійснення зовнішньоекономічної діяльності, що виражається у розширенні і диверсифікації ринків збуту та укріпленню економічних зв'язків між представниками різних країн світу. Зовнішньоекономічна діяльність є частиною господарської діяльності підприємств та країни в цілому і є одним з складових чинників економічного зростання України, за рахунок здійснення експортно-імпортерних операцій між суб'єктами господарювання.

Загальна сума експорту товарів та послуг України в 2018 році складає 57,1 млрд. доларів, у порівнянні з 2017 роком експорт товарів та послуг у 2018 році збільшився на 4538,8 млн. дол., що у процентному відношенні 8,6%,. Експорт товарів та послуг здійснювався до 229 країн, з яких експорт товарів та послуг до 198 країн, лише експорт товарів – 4 країни, лише експорт послуг – 27 країн.

За даними митної статистики у січні – березні 2019 року Україна збільшила експорт вітчизняної аграрної та харчової продукції проти січня – березня 2018 року на 22,5 %, профіцит зовнішньоторговельного сальдо по групі товарів за УКТ ЗЕД (1-24) збільшився на 30,6 % і становить 3,86 млрд. дол. США [11].

Агропромисловий комплекс України – це один з основних секторів господарства країни, продукція якого у січні – березні 2019 року становила 43,9 %, що більше на 5,4 рази в порівнянні з січнем – березнем 2018 року, також було відзначено позитивне сальдо на такі продукти як кукурудза (33,0%), соняшникова олія (21,0%) та пшениця (11,3%), що утворило профіцит майже на 3428,4 млн. дол. США.

Згідно таблиці 2, основними пріоритетними ринками експорту та імпорту є Азія (експорт – 41,75, імпорт – 20,7%), та країни ЄС (експорт – 34,9%, імпорт – 48,2%).

Таблиця 2.
Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності України
сільськогосподарської продукції у січні – березні 2019 року

Структура експорту сільськогосподарської продукції		Структура імпорту сільськогосподарської продукції	
Країна	Обсяг	Країна	Обсяг
Країни ЄС (34,9%) 1882,3 млн. дол.США		Країни ЄС (48,2%) 734,6 млн. дол.США	
Нідерланди	378,8 млн. дол.США	Польща	149,6 млн. дол.США
Іспанія	341,8 млн. дол.США	Німеччина	120,0 млн. дол.США
Італія	214,8 млн. дол.США	Франція	85,3 млн. дол.США
Країни Азії (41,7%) 2249,4 млн. дол.США		Країни Азії (20,7%) 315,1 млн. дол.США	
Індія	531,6 млн. дол.США	Туреччина	118,3 млн. дол.США
Китай	404,5 млн. дол.США	Індонезія	49,0 млн. дол.США
Туреччина	396,8 млн. дол.США	Китай	39,0 млн. дол.США
Країни Африки (15,3%) 826,6 млн. дол.США		Країни Африки (5,3%) 80,4 млн. дол.США	
Єгипет	464,1 млн. дол.США	-	-
Туніс	99,2 млн. дол.США	-	-
Країни СНД (6,3%) 340,1 млн. дол.США		Країни СНД (2,9%) 44,1 млн. дол.США	
Північна та Південна Америка (0,9%) 47,2 млн. дол.США		Північна та Південна Америка (14,7%) 224,6 млн. дол.США	
Інші країни (0,8%) 42,8 млн. дол.США		Інші країни (8,2%) 124,9 млн. дол.США	

*Джерело: власна розробка автора

Основними експортними торговими партнерами України є Індія, Єгипет, Китай, Туреччина, Нідерланди, та Іспанія. Частка обсягу агропромислової та харчової продукції від загального обсягу експорту цієї продукції для Індії складає 9,6%, для Єгипту – 8,6%, Китай – 7,5%, Туреччина – 7,4%, Нідерланди – 7%, та Іспанія – 6,3%.

У січні – березні 2019 р., з-поміж агропродукції, яка сформувала позитивне сальдо зовнішньої торгівлі, слід відзначити кукурудзу та олію соняшникову які разом забезпечили профіцит 2,82 млрд дол. США. Негативне сальдо сформували в основному насіння соняшнику, риба морожена та цитрусові (разом – мінус 320,0 млн дол. США). Також, майже 54,0% валютної виручки від експорту агропродовольчих товарів забезпечили кукурудза (33,0%), та олія соняшникова (21,0%). Частка ж більшості товарів не перевищила 5,0%, за винятком лише пшениці (11,3%), макухи від вилущення соняшnikової олії (5,4%) та соєвих бобів (5,0%).

Частка обсягів сільськогосподарської продукції західного регіону України висвітлено у таблиці 3.

Таблиця 3.

Частка обсягів сільськогосподарської продукції західного регіону України, (у відсотках)

Регіон Західної України	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Закарпатська область	1,7	1,6	1,6	1,6
Львівська область	3,8	3,6	3,9	3,8
Рівненська область	2,7	2,6	2,8	2,7
Тернопільська область	3,4	3,3	3,8	3,7
Чернівецька область	1,8	1,7	1,8	1,8
Івано-Франківська область	2,4	2,3	2,4	2,3

*Джерело: розробка автором на основі джерела [12]

Варто звернути увагу, що з 2015 р. по 2017 р. відбувалося нарощення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, а у 2018 р. – зменшилися. У 2015 р. основними виробниками сільськогосподарської продукції були Львівська, Тернопільська, Волинська та Івано-Франківська області, і ці тенденції залишилися сталими до 2018 р.

Частка виробництва рослинництва та тваринництва відображена у розрізі основних категорій господарств (сільськогосподарські підприємства та господарства населення) в таблиці 4 з якої можна зробити висновки, що господарства населення займають значнішу частку виробництва ніж сільськогосподарські підприємства, а також, що виробництво рослинництва і тваринництва відбувається збалансовано в обох категоріях господарств.

Таблиця 4.

Частка виробництва рослинництва та тваринництва в Україні, (у відсотках)

Основні категорії господарств	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Рослинництво				
Сільськогосподарські підприємства	30,5	34,1	38,0	37,5
Господарства населення	69,5	69,5	62,0	62,5
Тваринництво				
Сільськогосподарські підприємства	31,2	28,2	27,4	30,2
Господарства населення	69,8	71,8	72,6	69,2

*Джерело: розробка автором на основі джерела [12]

Виробництво рослинництва сільськогосподарськими підприємствами з 2015 р. по 2018 р. зростає (плюс 7 %), а рівень тваринництва знижується (мінус 1 %), що ж до господарських підприємств, то тенденції зниження виробництва рослинництва зменшуються, (мінус 7 %), а тваринництва залишаються сталими.

Що ж до земельних фондів України то загальна площа земель становить 60,4 млн гектарів з них: 70% – 42,4 млн га – землі сільськогосподарського призначення, з яких щорічно обробляється понад 32 млн гектарів. Для порівняння, у Польщі під сільськогосподарське виробництво задіяні вдвічі менші площі – 14 млн га, в Німеччині – 12 млн га, у Румунії – 9 млн гектарів. Кількість чорноземів в Україні є найбільшою в світі і складає 28 млн гектарів.

Висновки з даного дослідження. Розглянувши всі наявні можливості та ресурси галузі сільського господарства України варто зазначити, що :

1. Україна володіє всіма потрібними природними ресурсами для нарощення стратегічного потенціалу галузі сільського господарства;

2. Напрямки здійснення стратегії зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств в першу чергу зосереджені на країни Європи та Азії, та варто нарощувати торговельний потенціал у країни СНД, Африки та інші.

3. Ключовими аспектами стратегії зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств є розвиток тваринництва та рослинництва Західного регіону України, що в свою чергу надасть можливість нарощення потужності галузі.

Література.

1. Henry Mintzberg. «Five Ps for Strategy» / Henry Mintzberg. // General Strategic Theory. – 2001.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. ; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Портер Майкл Е.; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський] – К. : Основи, 1997. – 390 с.
4. Кісь О.П. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук; ХНЕУ. Харків, 2005. 21 с.
5. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. 2011. 167 с.
6. Дергачев В.А. Международные экономические отношения. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 368 с

7. Барабашина Г.В. и Качан С.М. Зовнішньоекономічна політика Української держави [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8716/1/Zovnishn'oeconomichnapolitykaurains'koiderzhavyBarabashynaH.V.,KachanS.M..pdf> . Дата доступа: 09.07.2012.
8. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ: Знання-Прес, 2002. 384 с.
9. Ковтун О.Е. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві / О.Е. Ковтун, В.О. Зубар, О.М. Шкарапута [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm.
10. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання / В.М.Соколовська [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2009. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>
11. Про затвердження Класифікації країн світу: Наказ Державної служби статистики України від 20.09.2012 р. № 389. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 16.05.2018)
12. Статистичний щорічник України [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.

References.

1. Mintzberg, H. (2001), “Five Ps for Strategy”, *General Strategic Theory*, California Management Review, USA.
2. Ansoff, Y. (1989), *Stratehicheskoe upravlenye* [Strategic management], Ekonomyka, Moscow, Russia.
3. Porter, M. E. (1997), *Stratehiia konkurentsii* [Competition Strategy], Osnovy, Kyiv, Ukraine.
4. Kis', O.P. (2005), “Formation of strategy of foreign economic activity of the enterprise”, Ph.D. Thesis, Economy, KhNEU, Kharkiv, Ukraine.
5. Kosenko, S.V. (2011), “Theoretical provisions of foreign economic activity of the enterprise: definition and classification”, *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi*, vol. 3, pp. 117–128.
6. Derhachev, V.A. (2005), *Mezhdunarodnye ekonomycheskye otnosheniya* [International economic relations], YuNYTY-DANA, Moscow, Russia.
7. Barabashyna, H.V. and Kachan, S.M. (2012), “Foreign economic policy of the Ukrainian state”, available at: <http://www.ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8716/1/Zovnishn'oeconomichnapolitykaurains'koiderzhavyBarabashynaH.V.,KachanS.M..pdf> (Accessed 10 May 2021).
8. Kyrychenko, O.A. (2002), *Menedzhment zovnishn'oeconomichnoi diial'nosti* [Management of foreign economic activity], Znannia-Pres, Kyiv, Ukraine.
9. Kovtun, O.E. Zubar, V.O. and Shkaraputa, O.M. (2011), “Improving the organization of foreign economic activity at the enterprise”, available at: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm (Accessed 10 May 2021).
10. Sokolovs'ka, V.M. (2009), “Formation of export potential of the enterprise in modern economic conditions”, available at: *Efektivna ekonomika*, vol. 2, <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092> (Accessed 10 May 2021).
11. State Statistics Service of Ukraine (2012), Order of the State Statistics Service of Ukraine “On approval of the Classification of Countries of the World”, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 10 May 2021).
12. State Statistics Service of Ukraine (2019), “Statistical Yearbook of Ukraine”, available at: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm (Accessed 10 May 2021).

Стаття надійшла до редакції 14.05.2021 р.