

Компанії, що здійснюють свою діяльність на глобальному ринку, мають широкий вибір стратегій управління брендом. Серед найбільш поширених можна виділити стратегію міжнародного, глобального, багатонаціонального та транснаціонального бренду.

Впровадження ефективної стратегії управління брендом є ключовим фактором для досягнення успіху на міжнародному ринку. Правильно побудований бренд не лише відрізняє компанію від конкурентів, але й формує лояльність споживачів, підвищує впізнаваність та сприяє зростанню продажів.

Аналіз різних стратегій управління брендом, таких як глобальна, багатонаціональна та транснаціональна, показав, що жодна з них не є універсальною. Вибір оптимальної стратегії залежить від багатьох факторів, включаючи специфіку продукту, характеристики цільової аудиторії, конкурентне середовище та фінансові можливості компанії. —

Список використаних джерел:

1. Королук Н.Я. Обґрунтування необхідності оцінки ефективності використання. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 43–46.
2. Івашова Н.В. Місце брендингу у сучасних маркетингових концепціях. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. Т. 2. № 4. С. 89–97.

Канд. екон. наук Пащенко О. В., Косман А. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ

Україна має вигідні умови для розвитку сільськогосподарського сектору, зокрема володіє приблизно третиною найплідніших земель у світі. У 2023 р. на зернові культури приходилось 23% від загального експорту товарів України, що є найбільшою часткою, насінню та плодам олійних рослин належало 15,6%,

жирам і оліям тваринного або рослинного походження – 7,8%. Динаміка експорту агропродовольчої продукції України мала тенденцію до коливання через нестабільну економічну ситуацію та змінами у врожайності основних експортних культур. При цьому, незважаючи на війну, протягом 2021–2023 рр. частка агропродукції в загальному експорті України збільшилась. Протягом 2019–2023 рр. у динаміці експорту провідної агропродукції України спостерігались коливання: експорт олійних культур збільшився на 10%, жирів та олій тваринного або рослинного походження – на 19,5%, натомість експорт зернових культур зменшився на 13,8%. Частка експорту провідної агропродукції України у світових обсягах експорту залишається незначною. У 2023 р. найбільша частка належала зерновим культурам – 5,1%. За обсягами експорту насіння та плодів олійних рослин лідерами є країни Європи, при цьому даний показник збільшився на 20,7% протягом 2019–2023 рр. На другому місці країни Азії. Варто зауважити, що до війни основним імпортером українських зернових були країни Азії, а у 2023 р. лідерами стали країни Європи. Також Європа стала основним імпортером жирів та олій тваринного або рослинного походження [1].

Протягом 2014–2023 рр. площа посівних площ в Україні змінювалася, і у 2023 р. відбулось їх скорочення, порівняно із 2022 р. [2]. З початку повномасштабного вторгнення в Україну експорт українського зерна, понад 99% якого здійснювався морським шляхом, був заблокований через окупацію портів та затримки суден з українським зерном у інших портах Чорного моря. В кінці травня 2022 р. Європейська Комісія разом із прикордонними країнами-членами ЄС впровадила «Смуги солідарності», що дозволили перевезти 18,5 млн т агропродукції. Однак, дані маршрути швидко досягли своїх меж пропускнуєї спроможності [3]. Далі розпочала діяти Чорноморська зернова ініціатива і, станом на 16 липня 2023 р., морським шляхом було експортовано зерно та інші харчові продукти загальним обсягом 32,9 млн т, у т.ч. 17 млн т кукурудзи, 8,9 млн т пшениці та 1,7 млн т олії [4]. Варто зазначити, що кукурудза складала 51,8% обсягів

експорту морським зерновим коридором. 65% пшениці було вивезено до країн, що розвиваються, 35% – до розвинених країн. Внаслідок повномасштабного вторгнення відбулися зміни у структурі експортних перевезень зерна за видами транспорту. У 2021 р. морськими шляхами здійснювалося 99,1% експортних перевезень зернових. У період з 1 березня 2022 р. по 30 квітня 2023 р. відбулось зниження частки морських перевезень до 76%. Натомість, частка перевезень залізничним транспортом збільшилась до 19%, автомобільним транспортом – до 5% [3; 4].

На зовнішню торгівлю товарами агросектору України впливають такі фактори, як врожайність, якість врожаю, зростання цін на їжу, транспортно-логістичні чинники, збільшення часу на перевезення товарів та зростання витрат у ланцюгах вартості, вимоги імпортерів до якості харчової продукції, безпекові ризики для логістичних компаній, дефіцит робочої сили, руйнування транспортно-логістичної інфраструктури, технологія вирощування, погіршення стану ґрунтів, загострення продовольчої кризи, скорочення площ для посіву, втрата агро-продовольчих ринків.

Варто зазначити про масштаби шкоди, яка завдана українському агропродовольчому сектору. Порушення посівів через війну відбулось на близько 25% орних земель України, при цьому 500 тис. га землі знаходиться на деокупованих територіях. Загальні збитки земельного фонду та агропромислового комплексу України складають 4,3 млрд дол. Експорт сільськогосподарської продукції України складає 70% від її загальних обсягів, що є важливим для глобальної продовольчої безпеки. Зупинка українського сільського господарства призведе до втрати виробництва 89% соняшникової олії та 85% кукурудзи на глобальному рівні. Однак прогнози на 2025 р. є оптимістичними, оскільки очікується, що виробники агротоварів отримають вищі прибутки, які дозволять покрити витрати [5; 6]. Для розвитку експорту української агропродукції необхідною умовою є реалізація комплексу заходів державної підтримки та стимулювання

експорту, до яких варто віднести: удосконалення нормативно-правової бази щодо експорту агропродукції, фінансова підтримка експортерів, забезпечення інформаційно-консультаційної допомоги щодо експорту агропродовольчого сектору тощо. Важливою також є оптимізація взаємодії між експортерами (їх асоціаціями) з органами державної влади і організаціями, сприяння співпраці між експортерами агропродовольчих товарів та наднаціональними й міжнародними організаціями тощо [7].

Список використаних джерел:

1. Trade statistics for international business development. International Trade Centre. 2024. URL: <https://www.trademap.org/>
2. Площі, валові збори та урожайність сільськогосподарських культур за їх видами та по регіонах. Держстат України, 2024. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/sg/pvzu/arch_pvzu_reg.htm
3. Вплив багатополарної глобалізації на зовнішню торгівлю України: колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». Київ, 2024. 330 с.
4. Обсяги експорту агропродукції зерновим коридором. УЗА, 2024. URL: <https://uga.ua/statistika-zernovogo-koridoru/>.
5. Жнива надії: Як Сільське Господарство Розвивається В Україні В Умовах Війни. EOS Data Analytics, Inc. 2024. URL: <https://eos.com/uk/harvesting-hope-standing-with-ukraine/>.
6. Перспективи розвитку аграрного сектора України в умовах кліматичних змін: аналіт. доп. / [В.М. Русан, Л.А. Жураковська, Я.А. Жаліло та ін.]; за наук. ред. Я.А. Жаліла. Київ: НІСД, 2024. 47 с.
7. Остапенко С.О. Регулювання експорту-імпорту аграрної продукції в нових умовах розвитку міжнародної торгівлі. Київ, 2023. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u145/dis_ostapenko.pdf.