

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л. М. Побоченко
« _____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Перспективи розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі»

Виконавець: Капустинський Євгеній Вадимович, група МEB-401 _____
(підпис виконавця)

Керівник: док. екон. наук, професор кафедри
міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
Романчукевич Віталій Вікторович _____
(підпис керівника)

Нормоконтролер: Набок Інна Іванівна _____
(підпис нормоконтролера)

Київ - 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Побоченко Л.М.
«__» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

**на виконання кваліфікаційної роботи
Капустинського Євгенія Вадимовича**

1. Тема роботи «Перспективи розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі» затверджена наказом ректора від «29» березня 2023 р. №423/од.
2. Термін виконання роботи: з 22 травня 2023 року по 25 червня 2023 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо експортної діяльності України, статистичні матеріали Міністерства фінансів України, Державної фіскальної служби України, Державної служби статистики України, щорічні звіти міжнародних організацій: Міжнародного валютного фонду (МВФ), Світової організації торгівлі (СОТ), Світового банку (СБ), Організації Об'єднаних націй (ООН).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні аспекти дослідження експортної діяльності, міжнародні ринки та їх потенціал для експорту України, напрями удосконалення та перспективи розвитку експортної діяльності України.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 6 таблиць та 13 рисунків.

6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 21 слайд.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	08.03.2023	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	27.03.2023	Виконано
3.	Розкрити теоретичні аспекти дослідження експортної діяльності	01.05.2023 – 10.05.2023	Виконано
4.	Оцінити міжнародні ринки та їх потенціал для експорту України	11.05.2023 – 21.05.2023	Виконано
5.	Визначити шляхи та перспективи розвитку експортної діяльності України	22.05.2023 – 28.05.2023	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	29.05.2023 – 04.06.2023	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	05.06.2023	Виконано
8.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	09.06.2023	Виконано
9.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	12.06.2023	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	12.06.2023	Виконано

8. Дата видачі завдання: «27» березня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Романчукевич В.В.
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Капустинський Є.В.
(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Перспективи розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі»: 86 сторінки, 6 таблиць, 13 рисунків, 51 літературних джерел.

Перелік ключових слів (словосполучень): МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ, ЕКСПОРТ, ТОРГОВЕЛЬНІ БАР'ЄРИ, ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ, ЕКСПОРТНІ РИНКИ УКРАЇНИ, СТРУКТУРА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ, ПЕРСПЕКТИВИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ.

Об'єкт дослідження – перспективи розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі.

Метою дослідження є розкриття перспектив розвитку експортної діяльності України у системі міжнародної торгівлі.

Методи дослідження: загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні та інші.

Отримані результати та їх новизна: полягають у виявленні перспектив розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі, та у їх теоретичному обґрунтуванні.

Значущість роботи та висновки: виявлення перспектив розвитку експорту України в міжнародній торгівлі має велике значення для економічного росту та конкурентоспроможності країни. Висновок вказує на потребу створення сприятливих умов і заходів для поліпшення експортної діяльності, включаючи правові, організаційні та економічні аспекти.

Рекомендації щодо використання результатів: пропонується використовувати отримані в дослідженні результати для формування стратегій розвитку експортної діяльності України, враховуючи сучасні тенденції міжнародної торгівлі та потенціал експортних ринків.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
1.1. Теоретичні підходи до визначення поняття експорту як важливої складової міжнародної торгівлі.....	9
1.2. Класифікація методів регулювання та факторів впливу на експортну діяльність.....	20
1.3. Характеристика експортної діяльності України в контексті міжнародної торгівлі.....	26
РОЗДІЛ 2 МІЖНАРОДНІ ТОРГІВЕЛЬНІ РИНКИ ТА ЇХ ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ.....	36
2.1. Аналіз сучасних тенденцій міжнародної торгівлі в умовах глобалізації.....	36
2.2. Аналіз експорту товарів та експортних ринків у структурі міжнародної торгівлі України.....	45
2.3. Визначення потенціалу експортної діяльності України на міжнародних торговельних ринках.....	50
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.....	56
3.1. Шляхи підвищення ефективності експортної діяльності України..	56
3.2. Механізми виходу українських товарів на нові та перспективні міжнародні торговельні ринки.....	70
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК БІБЛЮГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Міжнародна торгівля відіграє важливу роль у міжнародних економічних відносинах через свої великі масштаби. Вступ України до світової економічної системи ставить перед нами завдання дослідити основні принципи, якими має розвиватися наш експортний потенціал.

Експортний потенціал країни визначається обсягом товарів і послуг, які можуть бути вироблені в економічному та соціальному секторах і успішно реалізовані на міжнародному ринку з максимальною користю для України.

Україна завжди мала значний експортний потенціал і продовжує мати його досі. Сільськогосподарська продукція є найбільшим сегментом експортного потенціалу. Експортний потенціал в інших галузях використовується менш інтенсивно. Однак науково-технічний прогрес сприяв зростанню міжнародного поділу праці та спеціалізації, що зараз набувають великого значення.

У зв'язку з тісними відносинами між Україною та країнами ЄС, дослідження експортного потенціалу України, який можна успішно використати в міжнародній торгівлі з цими країнами, є особливо важливим. Таке дослідження стає актуальним та важливим для подальшого вивчення.

Дослідженню експортного потенціалу країни присвячено роботи українських та зарубіжних вчених, зокрема Абель Дж., Алимової О.О., Атаманчук З.А., Баєра С., Бранг А., Власюк Т.О., Галазюк Н.М., Голинського Ю.О., Занг Т., Кириченко О.М., Круп'як І.Ю., Ксендзук В.В., Орехової Т.В., Ремінського М.М., Рибаківної Т.О., Ричтер Ю., Савченко М.В., Скорнякової Т.В., Соколовської О.М., Хаджинова І.В., Хоїкман Б., Циганкової Т.М., Швиданенка О.А. та інших. Однак є певні аспекти проблеми, які потребують більш детального вивчення, що обумовлює мету та завдання дослідження.

Метою дослідження є розкриття перспектив розвитку експортної діяльності України у системі міжнародної торгівлі.

Досягнення мети дослідження передбачає постановку та розв'язання таких завдань:

- розглянути теоретичні підходи до визначення поняття експорту як важливої складової міжнародної торгівлі;
- надати класифікацію методів регулювання та факторів впливу на експортну діяльність;
- охарактеризувати експортну діяльність України в контексті міжнародної торгівлі;
- проаналізувати сучасні тенденції міжнародної торгівлі в умовах глобалізації;
- провести аналіз експорту товарів та експортних ринків у структурі міжнародної торгівлі України;
- визначити потенціал експортної діяльності України на міжнародних торговельних ринках;
- дослідити шляхи підвищення ефективності експортної діяльності України;
- визначити механізми виходу українських товарів на нові та перспективні міжнародні торговельні ринки.

Об'єкт дослідження – перспективи розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі.

Методи дослідження. Методом статистичного аналізу досліджено експорт та імпорт українських товарів і послуг в системі міжнародної торгівлі; методом регресійного аналізу визначено ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на зовнішню торгівлю України; методом порівняння визначено проблеми, які перешкоджають повноцінному використанню експортного потенціалу України.

Теоретичною основою дослідження є економічні дослідження провідних вітчизняних і зарубіжних учених. Інформаційною базою дослідження є статистична

інформація Європейської Комісії, Світового банку, звіти міжнародних організацій, та відповідні сайти в Internet, і також дані Державної служби статистики України.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки кваліфікаційного дослідження висвітлено в наукових публікаціях:

Романчукевич В. В., Капустинський Є.В. Розвиток цифрової економіки та вплив на міжнародні економічні відносини / В. В. Романчукевич, Є.В. Капустинський. // III студентський науковий семінар «Міжнародні економічні відносини в контексті викликів і загроз XXI століття» Луцький національний технічний університет, 2023. – С. 123-127.

Романчукевич В. В., Капустинський Є.В. Міжнародні економічні відносини: аспект безпеки / В. В. Романчукевич, Є.В. Капустинський. // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: Матеріали XIV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11 травня 2023 р.). Київ, 2022. – С. 190-192.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. У роботі розміщено 6 таблиць, 13 рисунків. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 51 найменування на п'яти сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Теоретичні підходи до визначення поняття експорту як важливої складової міжнародної торгівлі

У ХХІ столітті експортна діяльність України є великою галуззю економіки, за допомогою якої реалізується приблизно 20% валового національного продукту. Експортна діяльність виступає як важливе джерело доходів для задоволення основних потреб господарської діяльності. Стан експортної діяльності зумовлює процес інтеграції у світове господарство. Сучасна експортна діяльність України набуває якісно новий зміст та зміни. Насамперед, це найбільша галузь економіки, що розвивається за умов лібералізації національних відносин. Експортну діяльність характеризує масштабність, широкий асортимент та розвинена географічна структура. Для експортної діяльності характерні різні сучасні міжнародні торгово-економічні зв'язки [51].

Міжнародна торгівля, пов'язуючи всі країни світу у єдину міжнародну економічну систему – світову економіку, посідає у ній особливе місце, оскільки як історично, так і логічно інтернаціоналізація всіх аспектів світової економіки починалася і починається саме зі сфери товарного звернення. Незважаючи на те, що обсяги прямих зарубіжних інвестицій перевищують обсяги міжнародної торгівлі в сучасних умовах, остання продовжує займати центральне місце у системі міжнародних економічних відносин. Це пояснюється тим, що міжнародна торгівля відіграє опосередковувальну роль у майже всіх аспектах міжнародного поділу праці, таких як спільна виробнича діяльність, міжнародний трансфер технологій, ліцензування, франчайзинг та інші. [19, с. 22].

Міжнародна торгівля є однією з найбільш традиційних, розвинених та найважливіших форм міжнародних економічних відносин. Міжнародна торгівля – це

засіб, використовуючи який країни підвищують продуктивність своїх ресурсів, розвивають спеціалізацію і завдяки цьому збільшують об'єм виробництва.

Міжнародна торгівля складається з двох зустрічних потоків товарів – експорту та імпорту й характеризується торговим сальдо та торговим оборотом (рис. 1.1.):

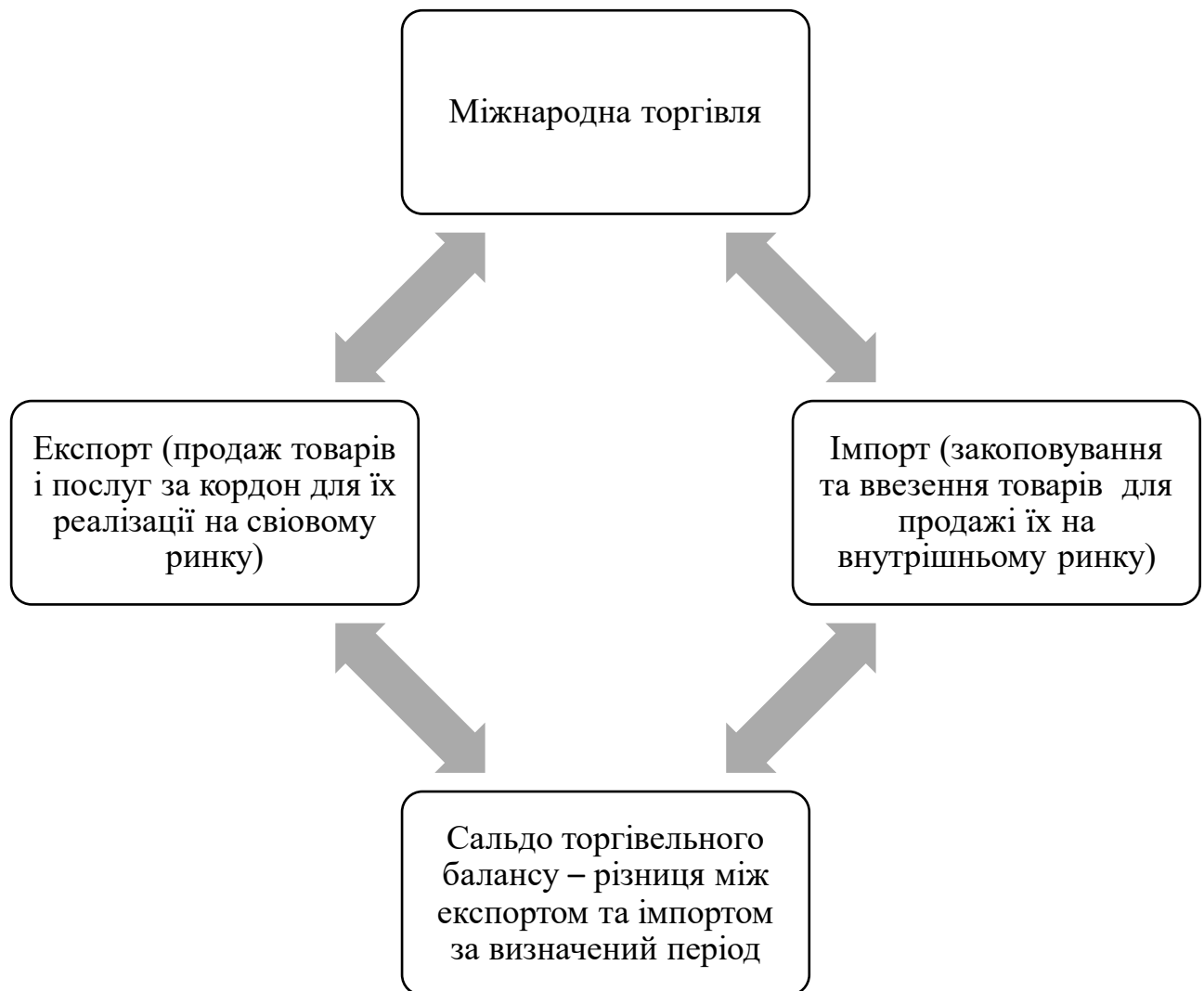


Рис. 1.1. Міжнародна торгівля.

Джерело: Кіндзерський Ю. В. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій. / Ю. В. Кіндзерський // Інститут економіки та прогнозування НАН України. – 2007. – С. 27.

За прийнятими у світі стандартами статистики міжнародної торгівлі ключовим елементом для визнання міжнародної торгівлі, є факт перетину товаром митного кордону держави та фіксації цього у відповідній митній звітності.

Особливості здійснення експортних операцій є об'єктом багатьох теоретичних та практичних досліджень як зарубіжних так і українських вчених: С.В. Лабунська, О.Г. Мельник, О.В. Шкурупій, Ю.Г. Козак, Й. Гессель, О.Є. Кузьмін, А.О. Фатенок-Ткачук, А.В. Череп. Безперечно, що результати, які вдалося отримати дослідникам, зробили значний внесок у теорію та практику управління експортно-імпортними операціями як на макро- так і на мікро рівнях.

Розширення кордонів світового економічного співробітництва, посилення конкуренції, активізація процесів євроінтеграції, підтверджують актуальність досліджень такого важливого напрямку ринкової економіки.

Для підприємців України, а також господарюючих суб'єктів інших країн, участь у міжнародному поділі праці, шляхом здійснення експортної діяльності, пов'язане з наступними перевагами: сприяння ефективному використанню наявних економічних ресурсів, що дає можливість використовувати останні досягнення науки та техніки, сприяння отриманню додаткових фінансових ресурсів, що впливає на покращення якості продукції, що підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства тощо.

Концепція експорту та експортної діяльності тісно пов'язано із сутністю зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. В законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» експорт визначається як: «продаж товарів на українську ринку суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою не грошової форми) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів». [3]

У найпопулярнішому сьогодні джерелі інформації – Вікіпедії поняття «експорт» визначається як: «вивіз із митної території країни за кордон товарів та послуг без обов'язкового їх зворотного повернення. Факт експорту фіксується у момент перетину товаром митного кордону та надання послуг. До експорту належать також вивезення товарів для переробки їх в іншій країні, перевезення товарів транзитом через іншу країну, вивіз привезених з іншої країни товарів для продажу їх у третій країні (реекспорт) та ін.» [11].

У процесі визначення сутності експортної діяльності першочерговим є дослідження змісту понять «експортна діяльність» та «експорт» на базі вивчення фахової економічної літератури та законодавчих актів (див. Табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Визначення сутності понять «експортна діяльність» та «експорт» у роботах науковців та законодавстві України

Автори	Запропоноване визначення	Ключова характеристика
О. Череп, О. Ортинська	Експортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок.	Послідовність виконання етапів
Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз	Експортна діяльність підприємства – це послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації та власне експорту.	Послідовність стадій
О. Шкурупій, В. Гончаренко, І. Артеменко	Експорт - продаж товарів чи послуг, що були виготовлені на території країни-експортера суб'єктам країни імпортера.	Продаж
О. Мельник, М. Нагірна	Експортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж товарів з обов'язковим переміщенням їх через митний кордон.	Низка взаємопов'язаних операцій
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.	Продаж товарів
Н. Тюріна, Н. Кравацька	Експорт – це реалізація на закордонних ринках товарів та послуг, що виробляються чи виконуються у своїй країні.	Реалізація

Джерело: Моніторинг Експортної стратегії України. Оцінка впливу ЕСУ. Основні показники ефективності реалізації стратегії. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://exportstrategy.me.gov.ua/impact>.

Після ретельного аналізу багатьох наукових джерел інформації, отримано можливість відзначити, що багато авторів не бачать різниці між сутністю поняття «експорт» та «експортна діяльність», тому вони вважають їх тотожними. Можна припустити, що така ситуація пояснюється тим, що навіть у головному документі щодо зовнішньоекономічної діяльності, відсутнє визначення категорії «експортна діяльність». Експорт та експортна діяльність подається як слова синоніми.

Однак, якщо провести ретельний аналіз даних економічних категорій, то можна знайти між ними відмінності та сформулювати їх як окремі визначення. Тому, розглянувши результати досліджень як українських, так і зарубіжних фахівців з даної проблематики, отримано можливість сформулювати власне визначення експорту та експортної діяльності підприємств [6, с.11].

На основі Табл. 1.1. запропоновано власне визначення експорту. Експорт – це міжнародна комерційна операція, що передбачає продаж товарів або послуг виробником (країною-експортером) іноземним суб'єктам господарської діяльності з подальшим переміщенням цих товарів або використанням послуг за межі митних кордонів країни-експортера. Експорт дозволяє виробникам заробляти гроші та розширювати свою присутність на міжнародних ринках, сприяє розвитку національної економіки та полегшує обмін товарами і послугами між країнами.

Це визначення враховує сутність експорту як міжнародної торговельної операції, підкреслюючи важливість продажу товарів або послуг іноземним суб'єктам господарювання та їх транспортування за межі країни-експортера. Воно також підкреслює позитивний вплив експорту на економічне зростання та обміни між країнами.

Потрібно розглядати ці дві категорії як ціле і частину, тобто ціле – це експортна діяльність, а частина – це експорт. Експорт входить до складу процесу, який називають експортна діяльність [6, с.11].

Зовнішньоекономічна діяльність багато в чому надалі залежатиме від рішення головної проблеми: експорт має стати вигідним експортерам. Виконання цієї умови залежить не тільки від самих експортерів, а й від обдуманого, цілеспрямованого політики держави щодо підтримки та стимулювання експортної діяльності.

Зростання експорту – це найважливіша складова економічного зростання. Зростання експорту дає можливість підвищення зайнятості населення, збільшення бюджету, тобто капіталу, що дає розвиток промисловості. Збільшення експорту дає можливість ефективніше використовувати природні ресурси, що спричинить збільшення продуктивності праці та доходів.

Важко переоцінити важливість економіки країни зовнішньоторговельних відносин. Експорт є одним із джерел надходження коштів до бюджету. Він дає прискорення зростання ВВП, темпів розвитку, стимулює виробництво товарів, робіт, послуг, зміцнює позиції національної валюти.

В даний час на даному етапі розвитку світової торгівлі визначальними факторами становища країни є внутрішні ресурси та ступінь залучення (інтеграція) у світову економіку. Україна має високі позиції щодо запасів ресурсів.

Термін «експортний потенціал» має більшу специфічність у порівнянні з «економічним потенціалом», проте водночас він має більш чітке визначення, що полегшує його трактування та оцінку. У зв'язку з відсутністю єдиного розуміння експортного потенціалу, було запропоновано кілька його класифікаційних типів.

З точки зору процесного підходу, експортний потенціал може розглядатися як сукупність здібностей та можливостей для розвитку суб'єкта господарювання на зарубіжних ринках, що було відзначено в численних наукових дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених. [27,с.158].

У рамках процесного підходу експортний потенціал також розглядається як:

- динамічна складова економічного потенціалу, яка дає можливість господарюючому суб'єкту здійснювати діяльність на зовнішньому ринку;
- здатність господарюючого суб'єкта успішно розвиватися на світовому ринку;
- здатність господарюючого суб'єкта досягати отримання максимального прибутку на зарубіжному ринку [30, с. 85].

Процесний підхід має свої переваги, однією з яких є можливість стратегічного планування експортної діяльності господарюючого суб'єкта на основі його довгострокових цілей розвитку. Однак, недоліком цього підходу є відсутність аналізу

існуючого обсягу ресурсної бази, включаючи її якісний стан, з огляду на вимоги зарубіжного ринку.

Щодо ресурсного підходу, його перевагою є можливість своєчасного виявлення, розвитку та захисту ресурсної бази господарюючого суб'єкта шляхом створення нових комбінацій ресурсів для забезпечення його конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Однак, недоліком цього підходу є відсутність аналізу динамічного компонента експортного потенціалу, а саме його розвитку в умовах швидкозмінюваного глобального середовища.

У науковому середовищі експортний потенціал зазвичай розглядається в контексті певного господарюючого суб'єкта (країни, галузі, компанії та іншого) [20, с. 46].

Внаслідок чого у рамках другого типу класифікації експортний потенціал розглядається як одна з характеристик господарюючого суб'єкта, тобто, в загальному сенсі, як його здатність і можливість здійснювати експортну діяльність.

Експортний потенціал є важливою частиною національної економіки. Він дає можливість виробляти конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію та експортувати у потрібному обсязі по світовим цінам. Експорт є шляхом стабільного та якісного економічного зростання.

Отже, експорт є надзвичайно важливим для країни, її економіки, тому потрібно розвивати цю діяльність. Потрібно направити розвиток на нересурсний експорт, тобто продавати більше створену продукцію, а не видобуті ресурси [37, с. 63].

При розробці міжнародної торгової політики має бути дотримано необхідного балансу, який би забезпечував цілісність державних інтересів, а також інтересів конкретних експортерів. Адже так важливо враховувати інтереси зворотного боку, оскільки саме цей критерій впливає на подальші відносини обох сторін.

При цьому державні інтереси призначені для максимального врахування вимог та підходів економічних груп й окремих експортерів. Так одним із напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності є активна участь країн у світових торговельно-економічних організаціях, що сприяє покращенню зовнішньоекономічних зв'язків.

Кожна країна має прагнути збільшувати свої конкурентні переваги, щоб вийти на більш високий рівень і завоювати найбільш вигідні та лідируючі положення.

У сучасних умовах зовнішня торгівля є важливою складовою функціонування та розвитку кожної окремої країни та світу в цілому, оскільки жодна держава не здатна розвиватися без побудови ефективної системи господарських зв'язків із економіками інших країн в умовах перебігу глобалізаційних процесів. У контексті міжнародних економічних відносин національна економіка розглядаються не як окрема господарська система, а як системний комплекс взаємозв'язків суб'єктів господарювання на світовому ринку, тому роль зовнішньої торгівлі у розвитку національної економіки країни значно зростає [27, с. 46].

Інтеграція країн, розширення їх відкритості, зближення та взаємозв'язок національних економік у вигляді поглиблення зовнішньоторговельних відносин, розвитку зовнішньої торгівлі становлять окремий об'єкт вивчення.

Таким чином, міжнародна торгівля є однією з передових форм побудови міжнародних економічних відносин та важливим інструментом формування світового господарства, що сприяє побудові зв'язків між країнами та посиленню їхньої взаємозалежності у сфері міжнародного обміну товарами, послугами, продуктами інтелектуальної праці [35, с. 62].

Міжнародну торгівлю можна розглядати як сукупність торгових зв'язків, товарно-грошових відносин, що виникають у процесі світового обміну товарів, виконання робіт, надання послуг між резидентами різних країн, що складається із сукупності зовнішньої торгівлі цими суб'єктами господарювання.

Виходячи із сказаного, на сучасному етапі міжнародна торгівля відіграє важливу роль у розвитку як світової економіки та міжнародних економічних відносин загалом, і окремих суб'єктів світового господарства, будучи чинником економічного зростання і чинником збільшення взаємозалежності країн [11].

Включеність до міжнародної торгівлі окремої країни представлена в формі зовнішньої торгівлі. Зовнішня та міжнародна торгівля є схожими, але не ідентичними поняттями, які співвідносяться між собою як частина та ціле, як національне та

міжнародне. Динаміка та структура зовнішньої торгівлі окремих країн залежить від низки факторів. Серед них можна виділити наступні:

1. Рівень розвитку національного виробництва: його потужність і технологічний рівень впливають на здатність країни експортувати власну продукцію та імпортувати необхідні товари.

2. Наявність природних ресурсів: доступ до природних ресурсів, таких як нафта, газ, метали та сіль, впливає на здатність країни експортувати ці товари та її залежність від імпорту.

3. Цілі та пріоритети зовнішньоторговельної політики держави: країна може зосередитися на розвитку певних ринків, укласти торговельні угоди або впроваджувати заходи захисту імпорту.

4. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції: якість, ціна та інновації впливають на здатність країни конкурувати на міжнародному ринку.

5. Конвертованість національної валюти: стабільний обмінний курс сприяє зовнішній торгівлі та іноземним інвестиціям.

6. Структура та обсяг внутрішнього попиту: розмір і склад внутрішнього ринку впливають на обсяги експорту та імпорту.

7. Рівень життя населення: попит на товари та послуги залежить від доходів населення, що впливає на зовнішню торгівлю [13, с. 60].

Міжнародна торгівля, будучи складовою зовнішньоекономічного комплексу, вважається одним із пріоритетних напрямів, що сприяють становленню та стабілізації економіки країни, а також зростання добробуту нації. Розвиток зовнішньої торгівлі країни безпосередньо залежить від ефективності ухвалення управлінських рішень державних органів, які у свою чергу спираються на результати аналітичних досліджень, проведених на макроекономічному рівні.

Сьогодні експорт – це вивезення з території держави товарів, послуг, робіт, інтелектуальної власності та виняткових прав на неї без обов'язку зворотного ввезення в країну. Факт експорту реєструється при перетині вантажем митного кордону держави, під час переходу прав на результати діяльності та при наданні послуг.

Експорт пов'язаний з міжнародним поділом праці та з угодами між країнами про науково-технічне та виробниче співробітництво, обмін ліцензіями та патентами. Внутрішній ринок обмежений, отже експортні операції потрібні всім країнам збуту товарів та послуг.

Експорт є одним із основних пріоритетів розвитку економіки країни. У структурі економіки експорт зазвичай становить понад половину валового внутрішнього продукту, через що одна із основних джерел забезпечення сталого економічного зростання країни.

Глобалізація світової економіки, що супроводжується науково-технічним прогресом, значно впливає на діяльність усіх суб'єктів, які здійснюють господарську діяльність:

- збільшується загальна продуктивність;
- збільшується якість послуг, що пропонуються;
- раціоналізується використання природних ресурсів.

Зміна даних показників суттєво впливає на економічний стан країн, що беруть участь у процесі торговельної діяльності. При цьому кожен учасник експортної діяльності приймає нові правила, які пред'являються світовою системою. У такій ситуації важливо системно переглядати цілі, завдання та методи їх досягнення під впливом державної політики на експортну діяльність країни. Мета даних заходів полягає у досягненні позитивної динаміки розвитку економіки України [51, с. 81].

Така обстановка склалася і в Україні (здійснюється цілеспрямований пошук практичних та теоретичних способів, під впливом яких здійснюється експортна діяльність країни).

При активному залученні економіки країн у структуру світової господарської діяльності найбільш значущою тенденцією формування вітчизняних організацій стала орієнтація на зарубіжні ринки збуту товарів, застосування можливостей, що відкрилися, у сфері формування та використання їх потенціалу в експортній діяльності.

Проблемами функціонування механізму підтримки експортної діяльності є [39]:

- інтенсивність експорту носить нестійкий характер;
- високий рівень концентрації експорту;
- переважання сировинних товарів у товарній структурі експорту;
- залежність від світових ринків сировини, що відрізняються нестабільністю.

Необхідно підвищити ефективність діяльності з контролю та підтримки експортної діяльності. Для цього необхідно особливу увагу приділити наступним складовим:

1. Розширенню коопераційних зв'язків і ринку взаємного товарообміну продукції обробляючих галузей промисловості і продукції сільського господарства, яка за своїми конкурентними можливостями не може бути реалізована на ринку інших країн. Це відноситься, перш за все, до машинобудівної продукції, продукції сільського господарства та харчової промисловості.

2. За рахунок досягнення максимально глибокого рівня інтеграції, що передбачається поряд з підтримкою відносин вільної торгівлі введення загальної системи узгодження і реалізації цілей економічної політики, що забезпечують найбільш повне використання потенціалу розвитку країни.

Для цього необхідно виконання наступних завдань [39]:

1. Завершити формування єдиного ринку товарів і послуг, усунувши недоліки. Подальший її розвиток євразійської інтеграції залежить від того, наскільки успішною буде реальна «інтеграція знизу» – зростання взаємної торгівлі, транскордонних інвестицій, цивілізованої трудової міграції. Для цього необхідно прийняти єдині «правила гри» в економіці різних країн. Кінцевою метою на перспективу до 2025 р. має стати доведення охоплення спільного ринку максимально наближеного до 100%.

2. Максимально ліквідувати та/або уніфікувати нетарифні бар'єри. Нетарифні бар'єри істотно обтяжують взаємні потоки товарів і послуг між країнами, знижуючи ефективність загального ринку, що особливо перешкоджає розвитку та кооперації технологічних галузей.

3. Ефективно координувати економічну політику, включаючи валютно-фінансові питання, тим самим не допускаючи «розповзання» союзу. Даний механізм передбачає

забезпечення макроекономічної стабільності, формування єдиних принципів функціонування економіки, узгодження параметрів основних показників з метою підвищення стійкості і поглиблення інтеграції економіки.

Під час аналізу різних теоретичних підходів та визначень експорту, включаючи вивчення визначень різних науковців та законодавчих актів, було виявлено основні елементи та поняття, які характеризують експортну діяльність.

На основі цього аналізу було зроблено висновок, що експорт – це міжнародна комерційна операція, в результаті якої товари або послуги, вироблені на території країни-експортера, продаються іноземним суб'єктам господарської діяльності та переміщуються через митний кордон.

Проведений аналіз різних підходів до визначення експорту дозволив зрозуміти значення та складові експортної діяльності, що є основою для подальших досліджень перспектив розвитку експортної діяльності України в системі міжнародної торгівлі.

1.2. Класифікація методів регулювання та факторів впливу на експортну діяльність

Сучасний етап розвитку глобалізації, особливо в умовах останніх років пандемії, характеризується понижувальним трендом. Це підтверджується посиленням обмежувальних заходів у розвитку світової економіки та міжнародної торгівлі. На тлі глобальної економічної невизначеності відбувається зростання торгівельної напруги у світі [17]. Це стосується і ефекту, що обмежує міжнародні економічні відносини від імпорتنних тарифів США по відношенню до Китаю і тарифів Великобританії по відношенню до ЄС [4, с. 46].

Зокрема, США обговорювали обмеження імпорту з Китаю, посиляючись на втрату 3 млн. робочих місць в обробній промисловості [18, с. 18].

У Законі України «Про контроль експорту» визначено порядок здійснення державного контролю за зовнішньоекономічною діяльністю та встановлено механізми контролю за експортом з України різних видів товарів [2].

У розвитку світової економіки та ЗЕД завжди існували глобальні проблеми, які об'єктивно і незворотно супроводжують загальний розвиток. Традиційно вони впливають із історично існуючих глобальних проблем (екологічна, демографічна, бідності та ін.) та нових глобальних проблем, характеризуються підвищеним ступенем невизначеності та непередбачуваності, турбулентності й складності процесів, що протікають. Це передбачає облік великої кількості системних факторів та пошук нових механізмів та інструментів їх обліку та адаптації до них. З одного боку, глобальні виклики трактуються як глобальні проблеми світового господарства:

- проблеми, що стоять перед системою міжнародних відносин та процесами їх розвитку та регулювання;

- проблеми, зумовлені «суперечливим процесом глобалізації, новими чинниками у світовому розвитку», які вносять корективи у стабільність відтворення звичного світового розвитку;

- масштабні проблеми (науково-технологічного, екологічного, соціо-економічного порядку), що потребують системних заходів (Прогноз науково-технологічного розвитку України до 2030 р) [39].

Прикладами такого трактування є світова рецесія, міжнародна торговельно-технологічна конкуренція, протекціоністські настрої, глобальні проблеми людства, зокрема пандемія корона вірусу, військова агресія РФ.

Багато економік, інтегровані у міжнародні ланцюжки створення вартості [42, с. 46], в умовах пандемії беруть курс на географічну диверсифікацію своїх виробничих ланцюжків [16, с. 29], щоб уникнути передачі кризи (шоку) з ураженої економіки за існуючими ланцюжками.

З іншого боку, глобальні виклики трактують як мегатренди (тенденції, закономірності):

- глобальні тенденції, що визначають зміну якісних характеристик суспільств;

- процеси світового розвитку, великого масштабу та довготривалі, які детермінують якісне наповнення сучасного періоду розвитку «світосистеми»;

- зміни у світовій економіці, інформатиці, демографії та ін., що істотно зачіпають всі країни всіх людей.

Як приклади такого трактування виступають зростаюча невизначеність світового економічного розвитку, зростання навантаження на міжнародні інститути, на тлі глобалізації, зростання швидкості змін, формування нового світопорядку, схильність до світової кризи глобальної економіки та фінансів та глобального управління світовими процесами, послаблення ролі міжнародних інституцій у реалізації загальних правил, посилення позицій країн, що розвиваються, у світовій та міжнародній економіці [13, с. 48].

Існує кілька основних груп чинників (факторів), які надають значний вплив на розвитку експорту: показники фірми, товару, галузі та експортного ринку, психологічні показники менеджменту, чинники вибору цільового ринку й сегмента [39].

Нині вже традиційним є поділ факторів на зовнішні та внутрішні.

Фактори зовнішнього та внутрішнього середовища доцільно поділити на глобальні, національні, регіональні та мікроекономічні чинники.

Глобальні чинники, зазвичай, відображають зовнішнє середовища. До їх складу входять особливості міжнародної торгівлі та тенденцій її розвитку, соціально-економічний потенціал країни на світовому рівні, а також систему міжнародного виробництва. Національні та регіональні чинники відображають конкурентну стратегію регіону його місце у міжнародних зв'язках, рівень його розвитку.

Вивчаючи вплив різних чинників на діяльність підприємств, необхідно виділити те, що практично всі фахівці в галузі експорту дають свій набір факторів зовнішнього середовища. Ряд авторів, до яких належить М.Мескон і К.Боумен, виділяють чинники, які впливають на підприємство на мікро і макрорівні, розрізняючи, в такий спосіб, мікросередовище і макросередовище впливу (див. Табл. 1.2).

Зовнішні фактори впливу на експортну діяльність підприємств

Фактори	Вплив
Економічні	
Структура розвитку економіки підприємства	Виробничі можливості випуску конкурентної продукції
Торгові зв'язки підприємства	Відбиває залежність експорту підприємства від рівня його економічного розвитку
Економічні умови в іноземних державах	Цей фактор показує, чим вища конкурентоспроможність продукції, що випускається підприємством, тим вищий його експортний потенціал
Політико-правові	
Відносини між країною-експортером та країною-імпортером	Вказує на необхідність наявності численних зв'язків з діючими та потенційними країнами-імпортерами.
Грошово-кредитна політика	Відбиває забезпечення ефективного функціонування системи державного страхування, активне сприяння просуванню російських товарів, послуг та капіталу за кордоном, підтримка участі російського бізнесу у перспективних міжнародних проектах
Політичні умови в іноземних державах	Визначає пряму залежність між політичними відносинами країн-учасниць експорту та ефективністю експортної діяльності підприємства
Соціокультурні	
Культурні відмінності	Вказує вплив зменшення чи збільшення вартості міжнародної валюти на сукупний попит та сукупну пропозицію
Соціальні відмінності	Відображає залежність між політичним станом в іноземних державах та попитом на продукцію країн-експортерів
Купівельна спроможність у країнах-імпортерах	Показують вплив культури різних країн на ефективність експортної діяльності
Традиції ведення бізнесу	Показує залежність між рівнями соціального розвитку країн та експортним потенціалом

Примітка. Складено автором за даними Власюк Т.О. Оптимізація імпоротної політики як чинник зовнішньоторговельної безпеки. / Т.О. Власюк // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 43.

На експортну стратегію підприємства впливають чинники мікросередовища та макросередовища як у країні експортера, так і імпортера.

Внутрішні фактори пов'язані з діяльністю фірми, її зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією, об'єктивними та психологічними характеристиками менеджменту (див. Табл. 1.3).

Внутрішні фактори впливу на експортну діяльність підприємств

Фактори	Вплив
Розмір підприємства	Впливає на вибір каналів товароруку та обсяги експорту підприємства
Досвід діяльності на зовнішніх ринках	Показує вплив досвіду в експортній діяльності на стратегію виходу на новий зовнішній ринок, забезпечує найповніше залучення фірми у діяльність у ньому
Вид товару	Відображає потребу іноземних покупців у певних товарах
Науково-технологічний потенціал	Показує потребу в матеріально-технічних та організаційно-управлінських ресурсах та можливостях підприємств для досягнення поставленої мети
Наявність ресурсної бази	Відображає взаємозалежність між ресурсами підприємства, його продуктивністю та, отже, розвитком експорту
Розвиток інформаційно-комунікативних засобів	Показують залежність рівня розвитку інформаційно-комунікаційних технологій формування загальної стратегії входження у світову торгівлю
Наявність сучасних систем збуту	Наявність сайт організації може дозволити потенційному клієнту вивчити всі переваги товару чи послуги та замовити їх у зручний для нього час
Кваліфікація кадрів	Визначає вплив професіоналізму працівників на експортну політику компанії

Примітка. Складено автором за даними Алімова О.О. Експортний потенціал України: проблеми та перспективи реалізації. / О.О. Алімова // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили. – 2009. – Т. 64, – № 51. – С. 55.

Мікроекономічні чинники характеризують безпосередньо економічну ефективність експорту підприємства, структуру розвитку його економіки, виробничі можливості випуску конкурентної продукції, торговельні зв'язки підприємства, вони, як правило, зумовлюють внутрішнє середовище експортного потенціалу підприємства [49].

Значний стримуючий вплив на розвитку експортного потенціалу підприємств надає комплекс негативних чинників.

Негативні зовнішні чинники формуються під впливом зовнішнього середовища, відповідно, негативні внутрішні чинники визначаються внутрішнім середовищем. Найважливішими серед названих чинників є низька конкурентоспроможність продукції підприємств; складний фінансовий стан, відсутність належним чином функціонуючих систем сертифікації та контролю якості експортних товарів на тлі підвищення вимог до споживчих характеристик та безпеки продукції, що експортується, недостатній досвід роботи кадрового потенціалу у сфері експортної діяльності.

Для характеристики факторів, що впливають на експортну діяльність підприємства, також можна використовувати їх поділ на контрольовані та не контрольовані підприємством, що є доцільним для практичних цілей управління. Слід зазначити, що контрольований чинник який завжди дорівнює внутрішньому чиннику, а неконтрольований чинник який завжди дорівнює зовнішньому чиннику [16, с. 26].

Контрольованими вважаються ті чинники, які підприємство може змінити у потрібному напрямі. Неконтрольовані підприємством чинники можна поділити на контрольовані та неконтрольовані державою. До контрольованих державою факторів належать ті, які держава може змінити для збільшення ефективності експорту підприємств. До першої групи належать, наприклад, тарифні та нетарифні бар'єри на ринку, на які можна впливати під час міжнародних переговорів. До другої групи належать швидкість технічного прогресу у галузі, кліматичні умови, на які держава вплинути не в змозі. Звичайно, неможливо для кожного фактора однозначно визначити його приналежність до контрольованих або неконтрольованих, наприклад, поодинокі підприємство неспроможна безпосередньо впливати на наявність нетарифних бар'єрів над ринком. Навіть на невеликому підприємстві є фактори, які не можуть контролюватись керівництвом повною мірою: наприклад, психологічні характеристики та ціннісні орієнтації співробітників [51, с. 46].

Останніми роками Україна стала повноправним учасником світових зовнішньоекономічних зв'язків. Тому сьогодні справді важливим питанням розвитку економіки країни стає підвищення ефективності експорту підприємств.

Стан економіки України та жорстока конкуренція, з якою стикаються українські товаровиробники зі сторони іноземних фірм на світовому та національному ринках викликають необхідність державного регулювання експортної діяльності.

Отже, витіснення українських виробників з національного і світового ринків, зниження українського експорту продукції обробних галузей, особливо наукомісткої продукції, низька якість імпортованих товарів, вивезення капіталів з України, свідчать про важливість і невідкладність заходів щодо посилення державного регулювання.

Всі методи регламентації зовнішньої торгівлі з використанням нетарифних обмежень спрямовані на захист вітчизняного ринку від неякісної продукції, а також вітчизняного виробника та споживача.

1.3. Характеристика експортної діяльності України в контексті міжнародної торгівлі

Стан та розвиток національної економіки України визначається її специфікою як малої відкритої економіки, глибоко інтегрованої у світогосподарські зв'язки. Вплив зовнішнього сектора на макроекономічну динаміку країни здійснюється за допомогою двох основних каналів: зовнішньої торгівлі та транскордонних інвестиційних потоків. Однак канал міжнародної торгівлі є домінуючим, на його частку припадає основний обсяг зовнішнього платіжного обороту країни. У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначено правові засади зовнішньоекономічної діяльності України також цей Закон регулює відносини між учасниками зовнішньоекономічних відносин [3].

Специфічні характеристики національної економіки визначають її високу залежність від зовнішніх ринків та зовнішньої торгівлі, а отже, необхідність моніторингу їх поточної динаміки з метою виявлення сучасних тенденцій розвитку та факторів їх формування. Результати даних досліджень, у свою чергу, є підставою для

вироблення заходів зовнішньоекономічних (зовнішньоторговельних, валютних сфер іноземних інвестицій), а також структурної, грошово-кредитної, бюджетно-податкової політики, як у коротко-, так і у середньо- та довгостроковому періодах. [24, с. 28].

Повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво вплинуло на економічну ситуацію всередині країни, а також на експорт української продукції за кордон. У січні та лютому 2022 року український експорт демонстрував дуже позитивну динаміку зростання на 34% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (див. Рис. 1.2). Проте вже в березні відбувся різкий спад експорту, скорочення якого становило 50%. У серпні 2022 року обсяг українського експорту склав 29 мільярдів доларів США, що на третину менше ніж у аналогічний період минулого року (-31%).

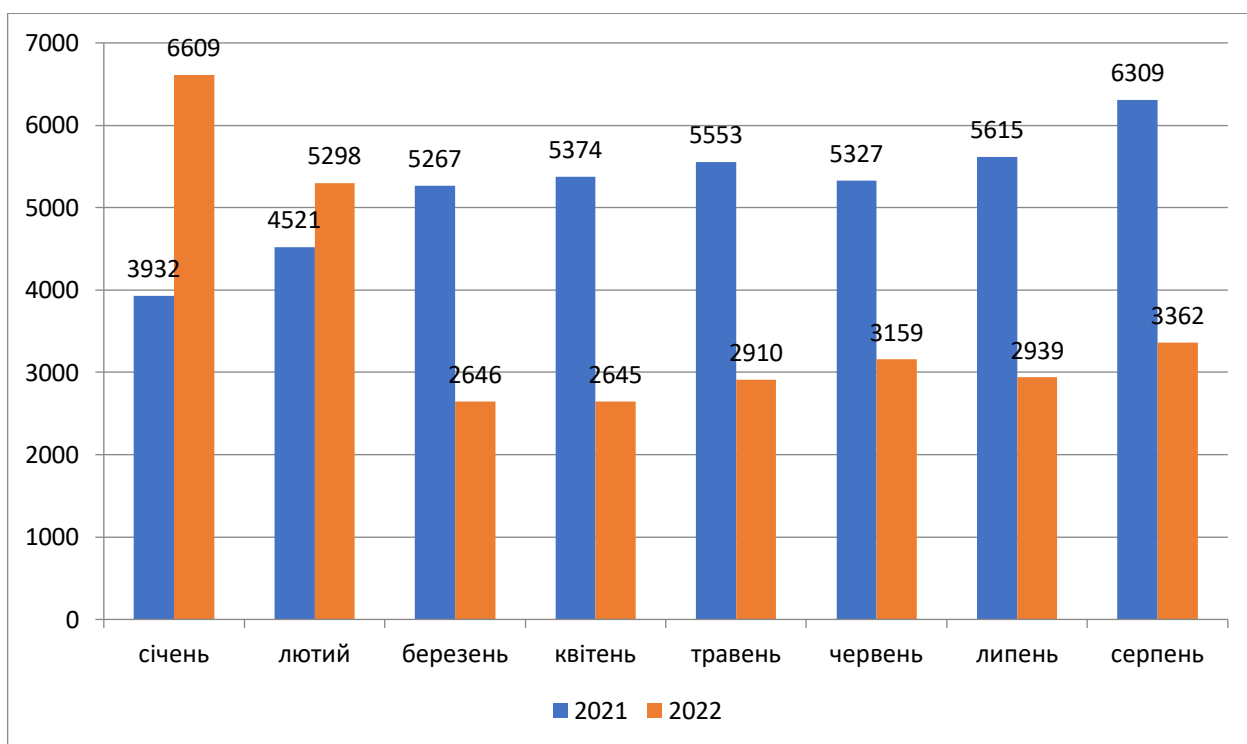


Рис. 1.2. Загальний експорт України, млн. дол. США

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Найбільшим експортним напрямком для українського бізнесу є країни ЄС (див. Рис. 1.3) – частка цього регіону становить 62% (або 17 838,7 млн. дол. США).

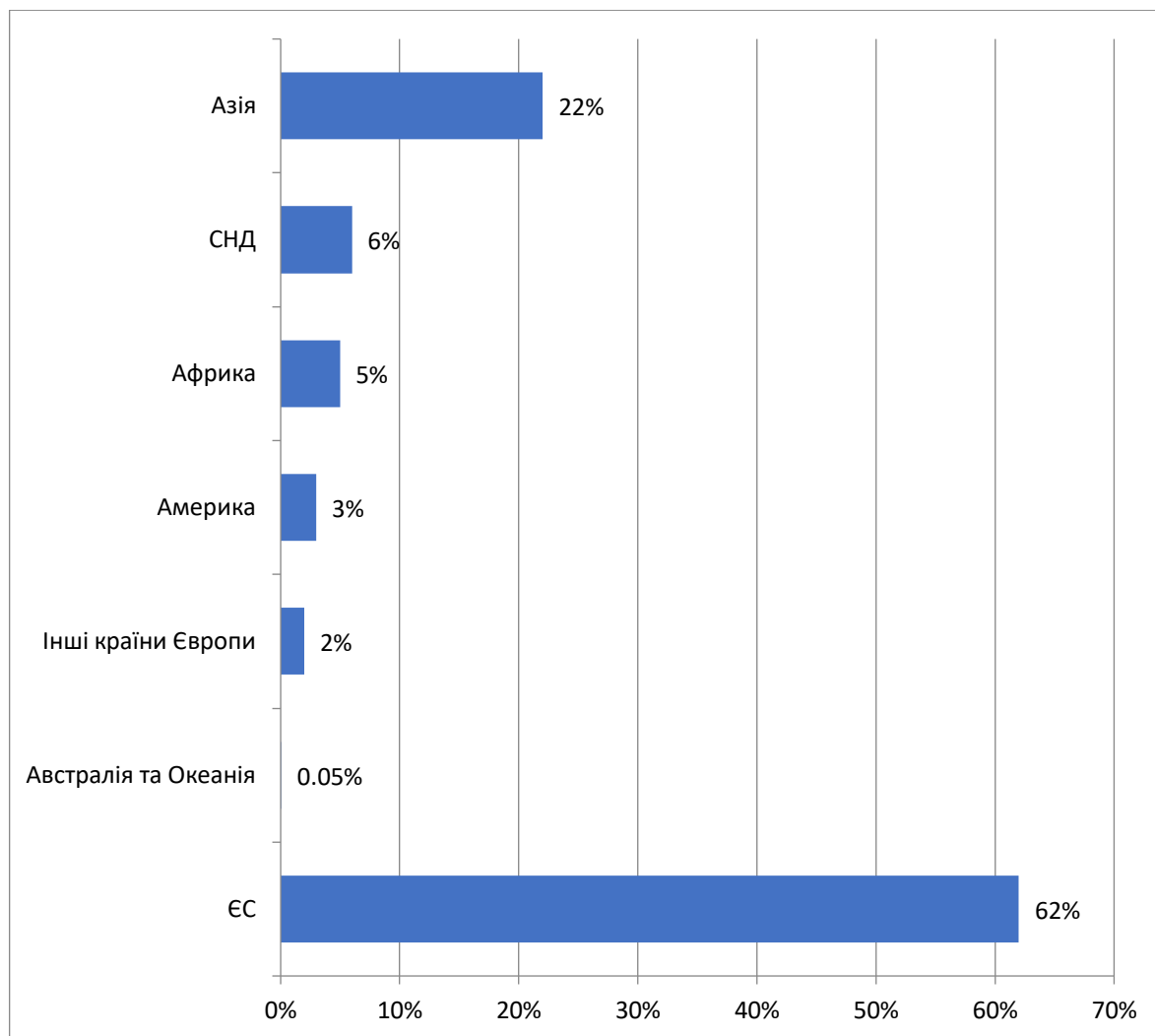


Рис. 1.3. Експорт України за регіонами світу за 2022 р., (%).

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Упродовж 2021-2022 рр. ЄС був найбільшим партнером України, проте його частка становила 41%. Натомість частка Азії – 32%, СНД – 13%, Африки – 9%, Америки – 4%. Тобто відбулося скорочення часток всіх інших регіонів світу на користь країн ЄС.

Серед країн ЄС найбільше Україна експортувала до Польщі (4,5 млрд дол. США), Румунії (2,2 млрд дол. США), Угорщини (1,5 млрд дол. США), Німеччини (1,4 млрд дол. США) та Нідерландів (1,1 млрд дол. США).

Другим за обсягом українського експорту регіоном світу є Азія – її частка за 2022 рік становить 22%. Ключовими країнами – експортними партнерами України

серед азійських країн – є Туреччина (1,9 млрд дол. США), Китай (1,7 млрд дол. США) та Індія (0,5 млрд дол. США).

Частка країн СНД у загальному експорті України за 2022 рік становить лише 6%. Основним напрямком українського експорту в регіоні стала Молдова (619 млн дол. США). Також серед лідерів є росія, проте такий результат був досягнутий за перші місяці року, а після повномасштабного вторгнення український експорт до країни-агресора припинився.

На країни Африки припадає лише 5% українського експорту, а найбільшими експортними партнерами України в Африці є Єгипет (607 млн дол. США), Алжир (205 млн дол. США) та Лівія (169 млн дол. США).

Найбільшими експортними напрямками в регіоні Америки для України є США (578 млн дол. США) та Канада (79 млн дол. США). Цікаво, що порівняно з Канадою, Україна має значні обсяги експорту до Домініканської Республіки, куди у 2021 році було експортовано товарів на суму 65 млн дол. Серед країн Центральної та Південної Америки найбільші обсяги експорту здійснюються до Коста-Ріки (37 млн дол. США), Колумбії (26 млн дол. США) та Мексики (30 млн дол. США).

Список країн-лідерів за обсягами українського експорту за 8 місяців до 2022 року змінився. У 2021 році на першому місці був Китай (зараз він на 4 місці), а на 4 місці – росія. Також до топ-15 країн за обсягами українського експорту не увійшла Індія, натомість з'явилися Болгарія, Словаччина, Молдова, Австрія та Литва. Загалом топ-15 країн за обсягами українського експорту змінився на користь ЄС за рахунок країн Азії та СНД (див. Рис. 1.4).

Попри загальне скорочення експорту, український експорт до ЄС за 8 місяців 2022 року зріс на 8%. Найбільше зросли поставки до сусідніх країн, зокрема Польщі (+51%), Румунії (+119%), Угорщини (46%), Словаччини (46%). Натомість експорт до країн Західної Європи скоротився, зокрема до Німеччини (-17%), Нідерландів (-20%), Італії (-51%).

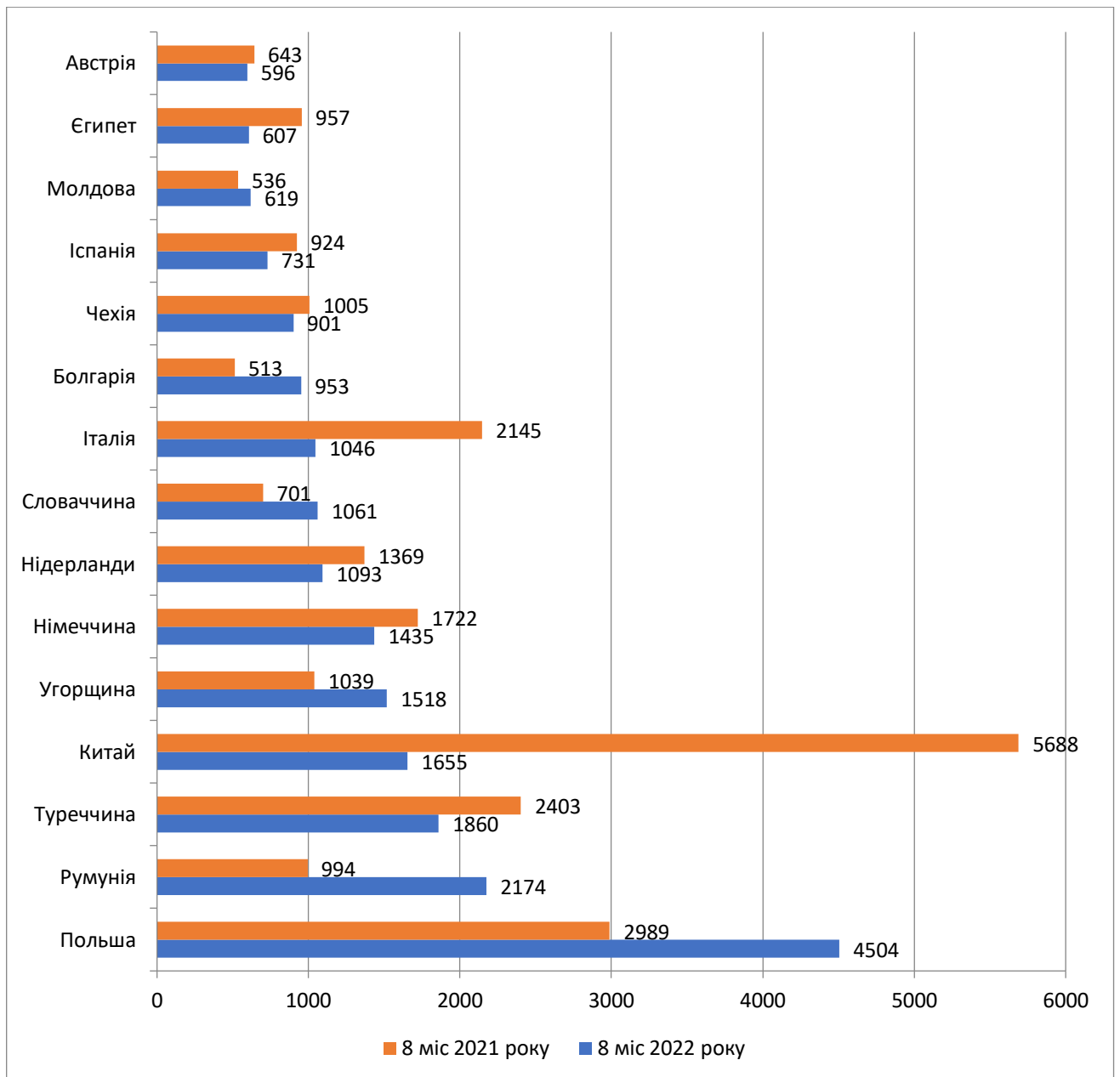


Рис. 1.4. ТОП-15 країн-лідерів за обсягом українського ринку за 2022 року, млн. дол. США.

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Експорт України до Азії впав більше ніж на половину (-56%), зокрема до Китаю український бізнес експортував на 71% менше, ніж торік. Серед країн СНД Україна збільшила експорту лише до однієї країни – Молдови ($+16\%$), щодо інших країн відбулося падіння. Скорочення експортних поставок до країн Африки становить 46% , до країн Америки – 68% .

Найбільшими категоріями українського експорту за 2022 рік (див. Рис. 1.5) стали зернові культури (5,2 млрд дол. США), чорні метали та олії (по 3,7 млрд доларів США).



Рис. 1.5. ТОП-15 категорій українського експорту за 2021-2022 рр., млн. дол. США.

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Три найбільші категорії українського експорту (зернові культури, чорні метали та олії) разом складають 43% від загального обсягу експорту (у порівнянні з аналогічним періодом минулого року – 46%). Проте, експорт чорних металів показує найгірший результат. Обсяги експорту в цій категорії знизилися на 58% протягом 2022 року, і ситуація продовжує погіршуватися в останні місяці. Серед основних причин цього можна виділити розташування найбільших металургійних підприємств на Сході України, що знаходиться в зоні активних бойових дій, а також ускладнену логістику (див. Рис. 1.6).

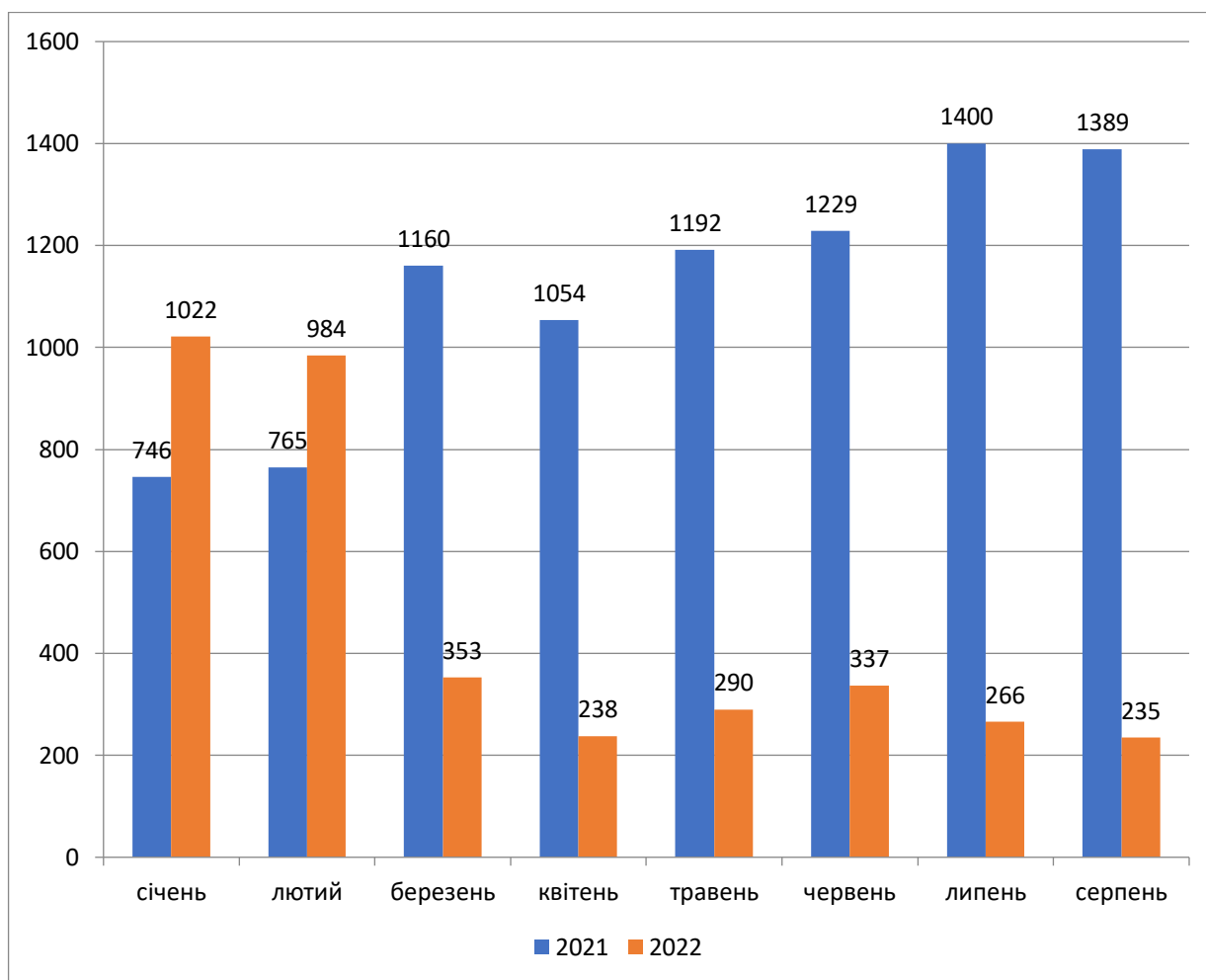


Рис. 1.6. Експорт України чорних металів, млн. дол. США

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

З актуальним станом зовнішньої торгівлі АПК в розрізі транспорту можна ознайомитися на діаграмі щодо експорту агрокультур, яку розробило Міністерство аграрної політики та продовольства України, Офіс з розвитку підприємництва та експорту й Міністерство інфраструктури України (див. Рис. 1.7 та Рис. 1.8).

Загалом гірші показники скорочення експорту в грошовому вимірі мають «важкі індустрії» – металургія і хімічна галузь (скорочення на 54% і 51% відповідно). Натомість скорочення експорту агропромислової та харчової продукції за 2022 рік становить 11%, а продукції машинобудування – 18%.

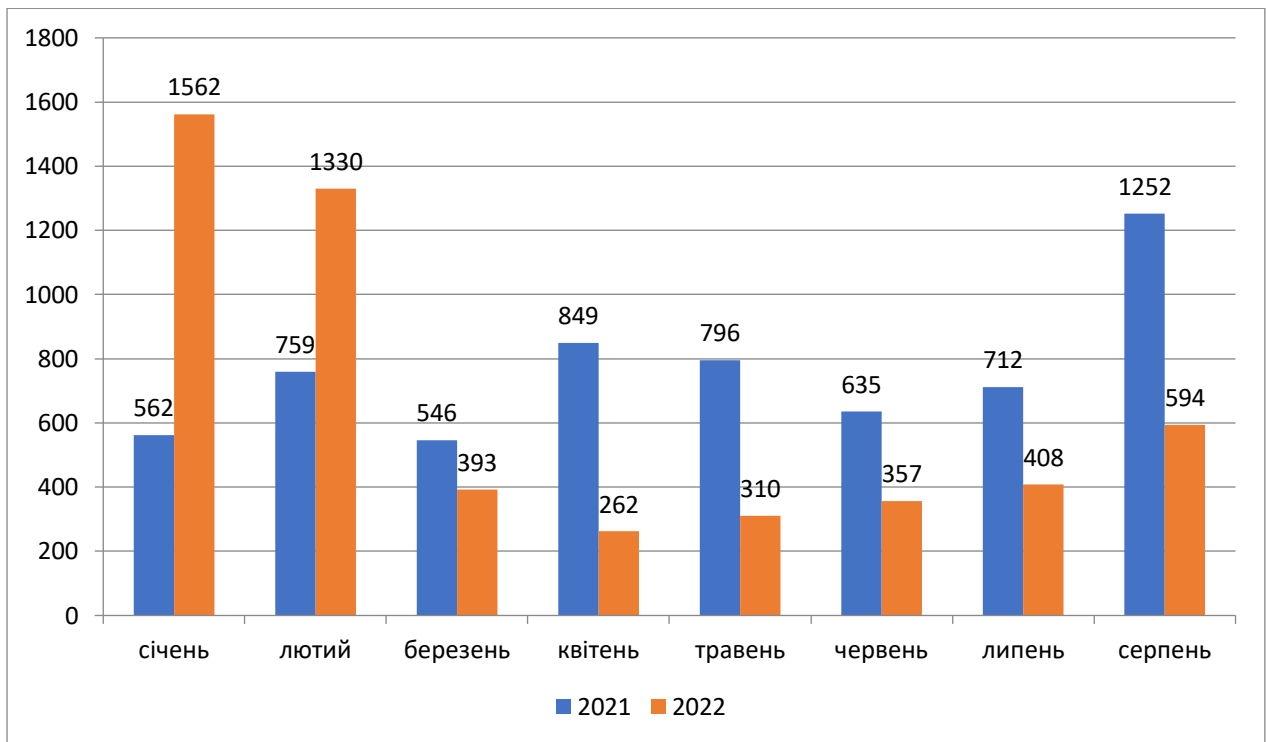


Рис. 1.7. Експорт України зернових культур, млн. дол. США

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua..>

Отже, окремі категорії продукції показали позитивну динаміку зростання експорту за 2022 рік – серед категорій із найбільшим обсягом експорту переважають аграрна та агропромислова продукція.

Зовнішньоекономічні послуги вважаються товарами, які не підлягають митному контролю і не потребують митного декларування. Послуги можуть не мати матеріально-речової форми, щодо якої визнаються права власності. Надання та виробництво послуг не можна розглядати як окремі процеси, оскільки вони нерозривно пов'язані між собою. Головною особливістю зовнішньої торгівлі послугами є те, що вона передбачає операцію купівлі-продажу, яка передбачає взаємодію між українськими суб'єктами господарювання та іноземними суб'єктами господарювання (резидентами та нерезидентами). Ці відносини можуть відбуватися як на території України, так і за її межами. [31, с. 48].

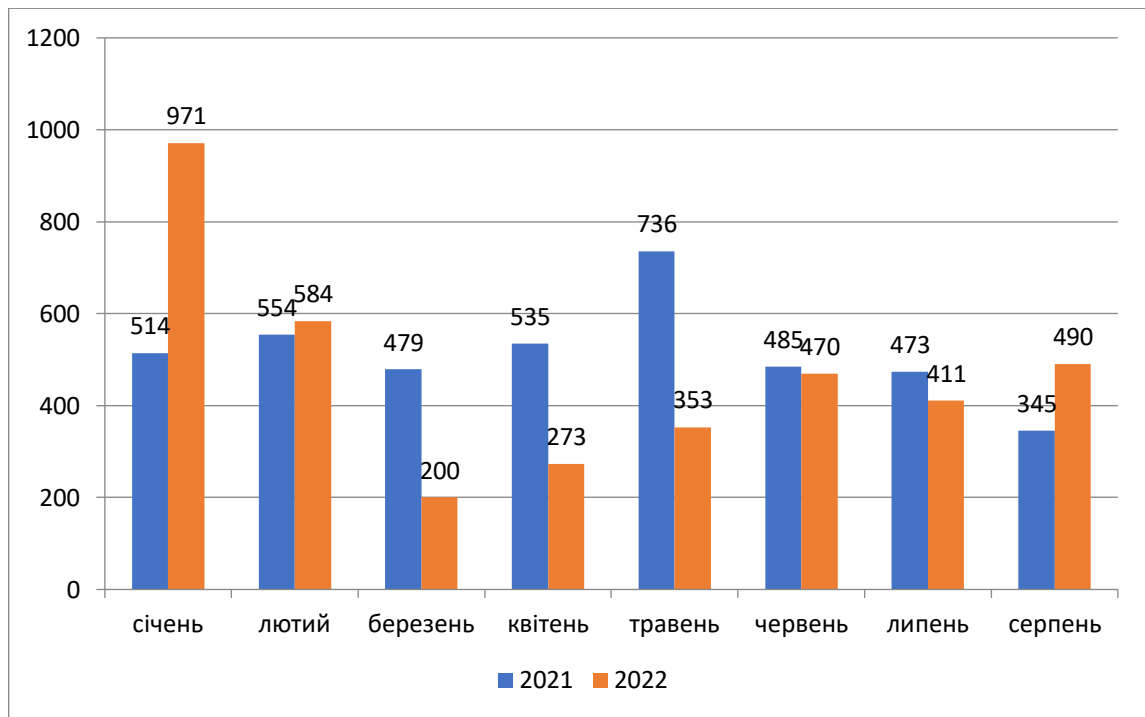


Рис. 1.8. Експорт України олій і жирів, млн. дол. США

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Моментом здійснення експорту (імпорту) послуг та відповідно їх облік є дата їх фактичного надання або отримання на основі принципу нарахування.

Найчастіше дата реєстрації таких операцій співпадає з часом виробництва послуг. Вартість експорту послуг – вартість окремого виду послуги, наданої українським суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності іноземному суб'єкту господарювання як на території України, так і за її межами згідно з договорами (контрактами) або в усній формі договору [9, с. 18].

Отже, 24,8% експорту українських послуг в ЄС складають комп'ютерні послуги, 21,8% – послуги з переробки товарів за кордоном, решта експорту представлена такими послугами: професійні та консалтингові, послуги повітряного транспорту, послуги автомобільного транспорту та інформаційні послуги.

Аналіз зовнішньої торгівлі послугами України з ЄС дозволяє зробити наступні висновки. По-перше, на відміну від торгівлі товарами, сальдо зовнішньої торгівлі послугами є позитивним, що свідчить про перевагу експорту. По-друге, Німеччина є найбільшим торговельним партнером України, який присутній як в експорті, так і в імпорті послуг. По-третє, ІТ-послуги є основною статтею українського експорту до

ЄС, тоді як професійні та консалтингові послуги є основною статтею імпорту. Таким чином, зовнішня торгівля послугами є перспективним сектором для розвитку міжнародних економічних відносин України.

Висновки до розділу 1

Проаналізовано різні теоретичні підходи до визначення експорту як важливої складової міжнародної торгівлі. Виявилось, що експорт має широке значення і включає не лише фізичні товари, але й послуги, капітал та інтелектуальну власність. Це підкреслює важливість експорту як засобу залучення іноземних інвестицій та розвитку економіки країни.

Прокласифіковано методи регулювання та факторів, що впливають на експортну діяльність. Аналіз показав, що існують різні способи регулювання експорту, такі як тарифні бар'єри, квоти, а також монетарна політика та правові аспекти. Крім того, існують фактори, які впливають на експортну діяльність, такі як обмінний курс, політична стабільність та доступ до нових ринків і технологій. Регулювання цих факторів і практик може сприяти розвитку експортої діяльності.

Розглянуто експортні показники України в контексті міжнародної торгівлі. Виявляється, що Україна має значний експортний потенціал, особливо в таких секторах, як сільське господарство, машинобудування, інформаційні технології та послуги. Однак Україна стикається з низкою проблем, таких як низька конкурентоспроможність, нестабільна політична ситуація, торговельні бар'єри на деяких ринках, відсутність розвиненої інфраструктури і військові дії на території нашої держави.

РОЗДІЛ 2

МІЖНАРОДНІ ТОРГІВЕЛЬНІ РИНКИ ТА ЇХ ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз сучасних тенденцій міжнародної торгівлі в умовах глобалізації

Міжнародні економічні відносини досить динамічна система, у якій зміни відбуваються під впливом різних факторів, що відбиваються на тенденціях розвитку, як світової економіки, так і економіки окремих країн, які відіграють провідну роль на світовій арені. Особливо такі зміни виявляються в умовах світових криз різного характеру.

Глобалізація сучасної економіки, інформаційна та промислова революції призвели до активного впровадження цифровізації у всі сфери світової економіки, що дозволяє говорити про формування нової – цифрової економіки. Розвиток цифрових, інформаційних та телекомунікаційних технологій є сьогодні «невід’ємним атрибутом» економічного зростання та забезпечує країнам, регіонам та економічним суб’єктам конкурентоспроможності в умовах трансформації глобальної економіки [39].

Четверта промислова революція, на відміну від трьох попередніх, призвела до якісних перетворень у всіх аспектах соціально-економічних відносин. Завдяки цифровізації економічних та виробничих процесів, впровадженню технологій штучного інтелекту, великих даних, Інтернету речей та Інтернету цінностей (Блокчейн), передової робототехніки, забезпечуються автоматизація та взаємопов’язаність, що змінюють саму парадигму організації та ефективності виробництва [33, с. 15].

За останні кілька років цифрові технології проникли у всі сфери економічної діяльності, змінивши як економічні процеси, а й економічні інтереси всіх учасників міжнародної торгівлі. У цьому особливу актуальність набуває дослідження основних

тенденцій розвитку міжнародної торгівлі в умовах цифрової трансформації економічних та політичних відносин.

Аналіз міжнародних тенденцій цифрової трансформації дозволяє припустити, що на даний момент немає ідеального варіанта національної стратегії, який може бути використаний як еталонний іншими країнами, у тому числі Україною. Навіть високий рівень глобалізації економіки не дозволяє уніфікувати ці програми. Проте використання досвіду розвинених країн, зокрема країн ЄС, може прискорити процеси цифровізації національних економік (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Динаміка обсягів міжнародної торгівлі, млрд. дол. США

Регіон	Рік								
	1980	1990	2000	2005	2010	2017	2019	2021	2022
Експорт									
Світ загалом	2051,1	3496,7	6453,3	10503,5	15303,1	18497,7	18955,8	19004,7	20007,5
Країни, що розвиваються	607,3	844,1	2058,5	3809,0	6439,4	8225,3	8435,2	8486,6	8501,5
Країни з перехідною економікою	86,5	119,4	148,6	354,9	608,1	823,7	808,9	764,7	726,2
Розвинені країни	1357,3	2535,2	4244,2	6341,7	8264,6	9459,8	9722,8	9764,5	9772,3
Імпорт									
Світ загалом	2081,0	3619,3	6664,6	10787,6	15430,5	18641,7	18949,6	18997,4	19003,2
Країни, що розвиваються	503,4	789,6	1928,0	3434,3	6030,1	7693,9	7999,3	7983,7	7990,2
Країни з перехідною економікою	84,6	150,1	92,8	241,2	452,5	615,6	626,1	562,9	580,6
Розвинені країни	1515,0	2679,5	4654,7	7123,2	8956,9	10433,3	10434,2	10560,8	10648,2

Примітка. Складено автором за даними Державної служби статистики України.

Як видно з даних табл. 2.1, вартісний обсяг міжнародної торгівлі збільшився у дев'ять разів. При цьому країни, що розвиваються, поступово збільшували вартісні

обсяги участі – у 13 разів за експортом, у 15 разів за імпортом. Їх частка зросла з 29,6% з експорту та 24% з імпорту до 44,7 та 42% відповідно. У списку ведучих експортерів з'явилися і міцно утримують позиції країни, що розвиваються, зокрема перше місце вже кілька років посідає КНР.

Щодо товарної структури торгівлі, то спочатку в міжнародній торговій класифікації окремі компоненти та частини не виділялися в окремі товарні групи. У 1960 р. було ідентифіковано близько 800 продуктів, з яких лише 10 становили частини, що підлягають збиранню. У 1975 році класифікацію було переглянуто – розширився список виробів – частин та компонентів. У 2007 р. частка напівфабрикатів, частин та компонентів становила близько 50% [7, с. 46].

Таким чином, можна спостерігати динаміку зміни вартісних обсягів міжнародної торгівлі, зміни її у товарній та географічній структурах. Проте, представляє інтерес розглянути яка трансформація відбувається у міжнародній торгівлі – під впливом чинників глобалізації [8, с. 36].

У науковій літературі про глобалізацію вперше згадував Т. Левітт у його статті «Глобалізація ринків» він описав феномен злиття ринків окремих продуктів, вироблених міжнародними корпораціями [21, с. 28]. Також термін «глобалізація» використав Р. Робертсон, він у своїй статті вжив слово «globality», а пізніше пояснив цей феномен як «globalization». У 1990 р. консультант Гарвардської школи бізнесу Кенічі Омае опублікував книгу «Світ без кордонів», в якій говорив про те, що всі основні процеси підпорядковані глобальному ринковому простору, а ролі основних суб'єктів виступають «глобальні фірми».

Сьогодні поняття глобалізації вживається досить часто: в соціології, культурології, історії, географії, в економічних науках [13, с. 16].

Термін «глобалізація» має на увазі зростаючу економічну взаємозалежність країн усього світу внаслідок зростання обсягу та різноманітності міжнародних угод із товарами, послугами та світовими потоками капіталу, а також завдяки все більш швидкій та широкій дифузії технологій.

Слід зазначити, що як зарубіжні, так і вітчизняні автори здійснюють підходи до проявів глобалізації й характеризують її за наступними чинниками, як розвиток

єдиної системи комунікацій, лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків, активізація діяльності ТНК, зростання обсягів та інтенсивності транснаціональних перетоків капіталу та ін.

На сучасному етапі розвиток міжнародної торгівлі необхідно розглядати в нових умовах, умовах глобалізації, що змінює сутність – це не просто поняття «купівля-продаж», а якісна взаємодія всіх елементів – мікро та макрорівня – від постачальників та споживачів до міжнародних організацій [48, с. 39].

Звісно ж, що найважливішим чинником, який впливає на міжнародну торгівлю в умовах глобалізації, є науково-технічна революція (НТР). Тенденції розвитку міжнародної торгівлі під впливом зазначеного чинника.

Науково-технічна революція як об'єктивний фактор глобалізації, проявляється в тому, що ідеї, інформація та знання стають предметом купівлі-продажу, приймаючи різну форму в процесі створення, розповсюдження та переміщення. Вони опинилися у центрі глобальної економіки. Більшість вартості товарів залежить від обсягу інновацій, досліджень та випробувань. Міжнародні торгові потоки наукомісткої продукції неухильно зростають з 1997 р. Проте, торгівля подібною продукцією розподіляється нерівномірно. Деякі країни експортують більше високо-, середньотехнологічної продукції обробної промисловості, ніж інші. Виробники знань отримують плату у вигляді роялті, ліцензійних платежів [50].

З іншого боку, вплив НТР на якісну складову міжнародної торгівлі проявляється через її похідні. Все більша увага приділяється використанню технологій Інтернет, які «відводять» міжнародну торгівлю на віртуальний рівень, що проявляється, перш за все, у використанні глобальних електронних мереж для передачі та обміну даними при проведенні ділових операцій. Інтернет сприяв розширенню діапазону комерційних відносин [39].

У міжнародній інтернет-торгівлі з'явилися та використовуються мобільні додатки – як товар і як засіб для продажу товарів. Найбільш затребуваними напрямками торгівлі стали у 2008 р. з появою програми App Store, в якій здійснюється продаж мобільних додатків. Після чого спостерігалось вибухове зростання продажів, у 2013 р. обсяг ринку мобільних додатків становив 25 млрд дол. США.

Однак і самі програми дозволяють споживачу здійснювати покупки, незалежно від розташування, соціального статусу. Кількість користувачів мобільного Інтернету зросло на 6 млн. осіб з 37% у 2015 р. до 42,1% у 2016 р., що дозволяє говорити про затребуваність, значний попит на здійснення покупок в Інтернет-магазині. У Китаї кількість інтернет-покупців досягає 220 млн осіб, обсяг ринку Китаю 186 млрд дол. США, у США – 186,2 млрд. дол. США 45% власників планшетів, 23% власників смартфонів роблять свої покупки через інтернет. 43% мешканців Європи роблять покупки онлайн [42, с. 56].

Розташовуючись у різних кінцях світу, споживачі можуть вільно розглядати покупку, оцінювати її якість як візуально, і віртуально, наприклад, через відгуки інших споживачів. Впровадження технології «see now, buy now» дозволяє покупцеві через додаток Instagram вивчити характеристики товару, що купується, послуги і придбати її.

Сайт Instagram відвідують 600 млн користувачів. Збільшуються обсяги продажу послуг через інтернет-додатки: оренда житла, пошук авіаквитків, пошук гіда. І відповідні Інтернет-додатки Airbnb, Aviasales та низку інших за годину показують зростання прибутку.

Розвиток тенденцій у міжнародній торгівлі, спрямованих на її «віртуалізацію» було неможливо викликати без зміни у міжнародних розрахунках. Так, з'явилися нові технології платежів за розрахунки в інтернет-магазинах. З'являються торгові валюти для розрахунку за міжнародні покупки.

Так, компанія Amazon випустила власну валюту, яка використовується в додатках Amazon App Store. На віртуальні гроші можна купити програми та робити покупки всередині них. Номінал валюти Amazon Coins – 1 цент США.

Система «біткойнів» стає популярною, як платіжний засіб у глобальному масштабі. Переваги біткойна є те, що він має високий рівень анонімності в порівнянні з більшістю доступних платежів і привабливий для багатьох користувачів. Також перевага біткойна – час та вартість угоди. Оплата за його використання набагато нижче, ніж у випадку з грошовим та банківським переказом через банки або посередників: провізія за майже миттєву реалізацію операції становить не більше 1%

від суми угоди. Операційні витрати особливо важливі у міжнародній торгівлі: використовуючи одиниці біткойна, контрагенти можуть виключити оплату за конверсію та спреди банків при обміні валют [45].

Сучасний Інтернет змінює відносини між споживачем, виробником та продавцем, виводить їх на більш якісний рівень. Якщо раніше найважливішими критеріями «реалізованості» [24, с. 85] товару були ціна та якість, то зараз все більшого значення набуває задоволеність індивідуалізованих потреб, тобто міжнародний товар має бути адаптований, налаштований, поставлений таким чином, щоб максимально відповідати запитам світових споживачів.

Глобальний обсяг операцій електронної торгівлі між підприємствами та споживачами (B2C) у 2013 році оцінювався у 1,2 трлн. доларів. Хоча він все ще значно менше B2B. Швидко зростає електронна торгівля в сегменті B2C в країнах, що розвиваються, зокрема в Азії та Африці. Китай уже став найбільшим глобальним ринком електронної торгівлі B2C – як за кількістю мережевих покупців, так і за розміру доходу.

Примітно, що і роздрібні ритейлери, розуміючи зміни, що відбуваються, перебудовують свою роботу на новий лад шляхом взаємодії з онлайн торгівлею.

Офлайнві магазини для підвищення якості обслуговування змінюють свій сервіс відповідно до рівня сервісу найбільших інтернет-ритейлерів (Amazon, E-bay). Так для найкращого обслуговування клієнтів у магазинах впроваджуються інноваційні технології. Наприклад, поява розумних магазинів, де встановлені «розумні дзеркала», які використовують технології RFID для кращого, якісного обслуговування клієнтів (на поверхню дзеркал) для зручності клієнта, виводиться інформація про доступний розмір, колір предмета одягу) [25, с. 64].

Так, уже сьогодні нехарактерні для Інтернет-торгівлі товари займають свою нішу. Наприклад, використання електронної торгівлі алкогольною продукцією. Якщо спочатку роздрібні торгові мережі насторожено ставилися до цієї ідеї, то ідея замовлення продукції через Інтернет та її доставки збільшує оберти роздрібу. Так компанія Thirstie, Amazon та низка інших запустили термінову доставку зазначеної продукції у світі [28, с. 56].

Найбільший роздрібний ритейлер Walmart має свій інтернет-магазин, при цьому має мережу роздрібних магазинів у всьому світі.

Для утримання глобальних позицій на світових ринках бізнес слідує за новими тенденціями, формуючи попит, що максимально відповідає очікуванням споживачів. Великі корпорації, застосовуючи стратегію цифрової трансформації, пов'язують воєдино традиційні технології із проривними. Так, компанія Loreal спільно з платформою Fouders Factory запустила акселератор стартапів. За рахунок цієї взаємодії компанія Loreal дізнається про нові тенденції на ринку, першими отримують доступ до проривного продукту.

З приходом конкурентів, які пропонують товари з новими функціональними властивості та нові послуги для споживачів, електронна торгівля переформатовує ринок.

Наприклад, традиційні фізично існуючі магазини необхідно адаптувати до зростання прозорості цін та конкуренції, надаючи нові канали збуту Інтернетом, інвестуючи в нове обладнання та послуги, залучаючи фахівців нових професій та переглядаючи свої ділові стратегії. Перехід до продажів в мережі – непросте завдання, і навіть провідні світові компанії роздрібної торгівлі зіткнулися з труднощами при її вирішенні [41, с. 26].

Зміни у глобальних ланцюжках вартості. На сучасному етапі розвитку міжнародної торгівлі важливим є концепція залучення багатьох компаній у світові ланцюжки доданої вартості (ЛДВ). Суть концепції у цьому, що у виробництві продукту беруть участь кілька країн, знижуючи собівартість продукції, підвищуючи її якість за рахунок спеціалізації при виробництві окремих компонентів. За даними ЮНКТАД, 80% доданої вартості в світі створюються всередині виробничих та торгових ланцюжків, контрольованих корпораціями, які дроблять процес створення товару на стадії та фрагментують їх просторове розміщення. Країни можуть імпортувати компоненти для виробництва або експортувати частини національної продукції для подальшого використання у виробництві інших країн [20, с. 85].

Однак, при впливі НТР у цьому напрямку можливі глобальні зміни. Застосовуючи інтернет-технології вже не потрібно виносити виробництва за межі

країн у фізичному сенсі, а використовувати технологічні послуги для отримання відомостей про необхідну кількість виробництва свого товару. Так одна із зарубіжних компаній – Levi, запустила технологію, завдяки якій вона безперервно отримує інформацію про те, які моделі та розміри реалізують її найбільші продавці. Далі відбувається електронне замовлення на доставку потрібних тканин постачальнику, який також замовляє волокно інших заводів. Таким чином, використання інтернет технологій дозволяє компаніям знизити витрати, мінімізувати обсяги запасів та оперативно зреагувати на кінцевий попит [17, с. 56].

Інший момент пов'язаний зі створенням доданої вартості на різних стадіях ЛДВ. Якщо на етапах НДДКР, виробництва можлива взаємодія країн через традиційну міжнародну торгівлю, то на стадіях дистрибуції, маркетингу, роздрібних продажів важливу роль набувають інтернет взаємодія як на рівні B2B, так і на рівні B2C.

Виходячи з вищесказаного можна прогнозувати зміни в торговій політиці, переходу до нової концепції інтернет free trade та політики free intertrade – інтерлібералізації, яка полягатиме в необхідності систематизації, регулюванні, розробленні нових правил, що сприяє переорієнтації традиційної міжнародної торгівлі на технологічну міжнародну інтернет торгівлю.

Формування даної політики буде обумовлено розвитком міжнародної віртуальної інтернет-торгівлі, на шляху якої виникає безліч бар'єрів, які потребують подолання. На сучасному етапі такі бар'єри пов'язані з підвищенням ставок податку при купівлі, що перевищує певну суму, обмеження у строках доставки – тривале знаходження в дорозі товарів, високі суми доставки товарів по світу, кібершахрайство, пов'язане зі зламами електронних гаманців, несумлінністю продаж товарів та послуг інтернет-магазинами та ін.

Торгівля по Інтернету призвела до збільшення числа та розширення сфери певних видів злочинів та шахрайства. Крім того, уряди можуть бути стурбовані ерозією податкової бази та трансфертним ціноутворенням [26, с. 26].

Економічні перешкоди включають нерозвиненість інфраструктури та використання ІКТ, ненадійність та високу вартість енергопостачання, обмеженість

користування кредитними картками, недостатність купівельної спроможності та слаборозвиненість фінансових систем. До соціально-політичних перешкод належить нерозвиненість нормативно-правової бази (яка впливає на ступінь довіри людей та підприємств до мережевих операцій), перевага особистого контакту в силу культурних факторів, а також традиції переважного використання у суспільстві готівки. Нарешті, до когнітивних перешкод відносяться низький рівень ІКТ-грамотності, обізнаності та знань, пов'язаних з електронною торгівлею, серед споживачів та підприємств.

Завдяки змінам «екосистеми електронної торгівлі» – системи акторів, інститутів та інфраструктури, що утворює середовище, необхідне для ефективної електронної торгівлі – деякі з цих перешкод сьогодні легше подолати [7, с. 85].

Для міжнародних організацій, зокрема СОТ; великих інтернет-ртейлерів та ін. це може означати створення нових угод, кодексу віртуальної етики міжнародної торгівлі.

Наведені вище приклади свідчать про перехід міжнародної торгівлі на новий рівень, де традиційна форма змінюється новою – віртуальною міжнародною торгівлею під впливом факторів глобалізації. Можна стверджувати, що фактично сьогодні йдеться про формування нової технологічної інтернет міжнародної торгівлі.

Таким чином, сформована інтернет-економіка характеризується наявністю певних ознак: власна технологічна основа, відмінна від технічного базису інших економічних систем; стійкі зворотні зв'язки; «критична маса» проникнення Інтернету в економіку; власна інфраструктура; наявність системотворчих інститутів [13, с. 19].

Отже, міжнародна торгівля з'явилася та розвивалася під впливом таких чинників як МРТ, інтернаціоналізація, діяльність ТНК та інших. У сучасних глобалізаційних умовах міжнародна торгівля трансформується у нову якість: інформація та знання стають об'єктом купівлі-продажу, з'являються нові технології продажів, важливо говорити про появі не просто нові товари, а про товари, які не маю фізичних показників (у традиційному розумінні слова «товар»), наприклад, мобільні додатки.

2.2. Аналіз експорту товарів та експортних ринків у структурі міжнародної торгівлі України

Враховуючи високий ступінь впливу екзогенних факторів на економіку України в сучасних умовах, зовнішньоекономічна діяльність зазнає негативних змін, що актуалізує необхідність дослідження її стану.

Таблиця 2.2

Зовнішньоторговельний баланс України протягом 2010-2022 рр., млн.дол.США

Рік	Експорт, млн. дол. США	Імпорт, млн. дол. США	Сальдо, млн. дол. США
2010	41430	60740	-19310
2011	68392	84608	-16216
2012	68809	84658	-15849
2013	63312	76964	-13652
2014	53902	54429	-527
2015	38127	37516	611
2016	36362	39250	-2888
2017	43265	49697	-6432
2018	47335	57188	-9853
2019	50055	60800	-10745
2020	49192	54336	-5144
2021	68072	72843	-4771
2022	44149	55253	-11125

Примітка. Складено автором за даними Державної служби статистики України.

Експорт країни визначається обсягом товарів і послуг, які можуть бути вироблені в різних галузях виробництва, економіки та соціальної сфери і які можуть бути продані на світовому ринку з максимально можливим для країни прибутком. Україна має значний експортний потенціал, особливо в гірничодобувній, переробній, сільськогосподарській та енергетичній галузях. Однак розвиток цього потенціалу відбувається повільно, а використання експортного потенціалу не є ефективним [21, с. 46].

На основі даних Державної служби статистики України проаналізовано зовнішньоторговельний баланс України за 2010-2022 рр.(див. Табл. 2.2).

Дані, наведені в таблиці, свідчать про наступне: протягом 2010-2022 рр. спостерігається зменшення від'ємного сальдо, в 2015 році зовнішньоторговельне сальдо за модулем демонструє позитивний показник і сягає 611 млн.дол. США. З 2016 року знову імпорт в Україну значно зростає і сальдо сягає – 2888 млн.дол. США. До 2019 року воно зростає, а в 2020-2022 рр. воно значно зменшується і в 2022 році складає -11125 млн. дол. США.

Характерною рисою останніх років є деіндустріалізація експорту та укрупнення його сільськогосподарського виробництва. Вітчизняна економіка продовжує показує себе як ключовий аграрний гравець на міжнародних ринках. У 2014–2022 роках продукти харчування та сільськогосподарська сировина остаточно стали основою українського експорту.

Проаналізуємо структуру експорту за групами товарів та видами послуг станом на 2022 рік. Відсотковий розподіл груп експортованих товарів наведено на рис. 2.1.

До п'ятірки лідерів експорту товарів з України до ЄС за обсягом входять: продукція АПК та харчової промисловості (53%), продукція металургійного комплексу (13,6%), мінеральні продукти (9,8%), продукція машинобудування (9,6%) та ін. [41, с. 16].

Отже, з рис. 2.1 видно, що український експорт складається переважно з груп товарів, що базуються на сировині з обмеженим ступенем переробки. Така структура експорту є типовою для країн, що розвиваються.

Українському уряду, можливо, доведеться переглянути свою промислову політику та надати підтримку переробним галузям, щоб заохотити виробників створювати продукцію з високою доданою вартістю. Це допоможе забезпечити достатні валютні надходження до бюджету країни.



Рис. 2.1. Товарна структура експорту України в 2022 р., (%)

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

На рис. 2.2 наведено 10 основних країн-експортерів товарів з України. У перерахунку на експорт у тис. дол. найбільшими є США, Польща, Німеччина, Нідерланди та Італія.

Одним із викликів у зовнішній торгівлі України з Європейським Союзом є збереження значного від'ємного сальдо торговельного балансу, що тисне на платіжний та вартісний баланс національної валюти.

У 2022 році торгівля товарами та послугами різко впала через пандемію коронавірусу та пов'язані з нею обмеження.

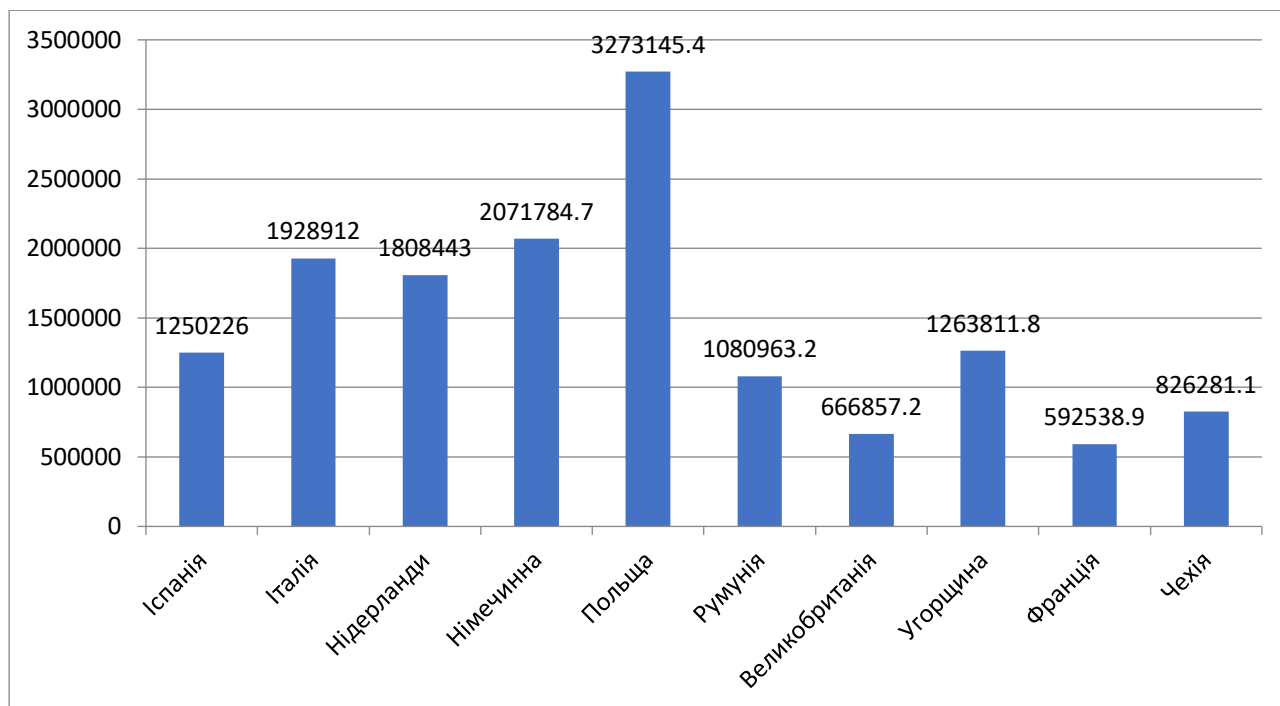


Рис. 2.2. Основні країни-експортери товарів за 2022 рік тис. дол. США.

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Пандемія коронавірусу призвела до скорочення торгівлі товарами на 8% та скорочення торгівлі комерційними послугами на 21% у річному обчисленні у 2022 році. Так, світовий експорт промислових товарів скоротився на 5,2% у 2022 році, тоді як загальний обсяг експорту товарів скоротився загалом на 7,7%.

Експорт товарів із найменш розвинених країн у 2022 році знизився на 12%, тоді як експорт комерційних послуг скоротився на 35%. Експорт товарів особливо постраждав від 30% падіння цін на паливо, оскільки на паливо та продукцію гірничодобувної промисловості припадає близько половини товарного експорту найменш розвинених країн. У сфері послуг дані країни, як і багато інших, постраждали від обмежень на поїздки, оскільки доходи від туризму є для цих країн найбільшим джерелом надходжень від експорту послуг.

Завдяки Угоді про вільну торгівлю Європейський Союз є провідним торговим партнером України. Наразі спостерігається дефіцит торгівлі українськими товарами з європейськими країнами через високу частку імпорту товарів з високою доданою вартістю. Розширення вітчизняними експортерами нових ринків стримується тривалим і капіталомістким процесом приведення української продукції до

європейських стандартів. Одним із перспективних варіантів вирішення ситуації може бути посилення орієнтації на експорт не лише сировини, а й продукції з високою доданою вартістю, виробленою харчовою та переробною промисловістю. Для збільшення експорту української продукції до ЄС необхідно покращити адміністрування торгівлі між Україною та ЄС шляхом зменшення витрат вітчизняних експортерів на постачання товарів, збільшення квот, захисту інтересів українських експортерів в інституціях ЄС та скорочення некритичного імпорту [22, с. 46].

У результаті підписання Угоди про вільну торгівлю обсяг двосторонньої торгівлі товарами збільшився, що свідчить про інтенсифікацію торгівлі. Визначено країни, які є найбільшими партнерами України за обсягами експорту та імпорту. Найбільшим зовнішньоторговельним партнером, за даними за 2021 рік, виявилася Італія, яка увійшла до числа найбільших як за обсягами експорту, так і за обсягами імпорту. Крім того, аналіз товарної структури українського експорту показав, що основну частину експорту України складають сировинні товари. Така структура зовнішньої торгівлі свідчить про певну слабкість окремих галузей української економіки, що вимагає більш активних заходів з боку уряду щодо захисту та підтримки вітчизняних підприємств.

У зв'язку з фінансуванням капіталу, що демонтує суверенітет, особливо актуальними стають заходи валютного протекціонізму (контролю). Валютний контроль сьогодні, крім традиційної функції регулювання світової торгівлі, виконує функцію захисту національного фінансового ринку. Поряд із формами валютного регулювання, що вже увійшли до практики регулювання імпорними депозитами (заставою, що вноситься імпортерами), квотами на ввезення та вивіз валюти, неринковим встановленням обмінного курсу національної валюти і т.д., широке застосування набувають заходи обмеження інвестицій у галузі, що визначають національну безпеку, контролю за відкриттям та закриттям валютних рахунків, регулювання руху цінних паперів, регулювання угод запозичення девальвації національної валюти та зростання міжнародних резервів.

Таким чином, протекціонізм, як і будь-яке інше економічне явище, динамічний і через це має здатність, по-перше, до відтворення, по-друге, поряд з лібералізмом, становить невід'ємний компонент розвитку національних економічних систем.

Глибина та ефективність протекціоністської політики завжди обумовлені конкретним контекстом і так само, як політика, лібералізм не може мати універсальний характер.

2.3. Визначення потенціалу експортної діяльності України на міжнародних торговельних ринках

Сучасний етап розвитку експортної діяльності України характеризується певною позитивною динамікою вітчизняного експорту. Проте розвиток експортного потенціалу держави відбувається переважно під впливом традиційної моделі цінової конкуренції. Ряд значних структурних проблем, що існують у рамках процесу становлення сучасних факторів конкурентоспроможності українського експорту, ускладнює повноцінне залучення національних конкурентних переваг. До основних негативних тенденцій слід віднести [8, с. 16]:

1. Довгострокову тенденцію до скорочення на світовому ринку попиту та цін на товари традиційного українського експорту;
2. Посилення міжнародної конкуренції на тлі зростання державної підтримки експорту та активного застосування заходів захисного характеру на користь національних виробників у провідних країнах світу;
3. Стрімке підвищення вимогливості споживачів до якості, сервісного супроводу, технологічного рівня продукції;
4. Збереження тенденції дискримінації українських товарів на зовнішніх ринках, у тому числі негласні домовленості про витіснення чи обмеження доступу України на перспективні ринки;

5. Недостатні обсяги інвестиційних вкладень у технологічне та організаційне оновлення українських підприємств, що не сприяє зростанню їхньої конкурентоспроможності та виходу на нові світові ринки;

6. Відсутність цілеспрямованої, продуманої та послідовної політики державної підтримки розвитку експорту, і навіть наявність непрямих дестабілізуючих чинників експорту – несприятливий підприємницький клімат у країні, неповернення ПДВ тощо;

7. Нерозвиненість структури організаційно-правової, інформаційної, фінансової підтримки та супроводу експорту;

8. Непривабливість іміджу України на світовому ринку, що сформувався у зв'язку з численними публікаціями у зарубіжних засобах масової інформації щодо корумпованості, «тінізації», технологічної відсталості української економіки.

З метою визначення конкурентних переваг української економіки та перспектив успішності її інтеграції в міжнародне співтовариство представляють результати оцінок міжнародних організацій з ряду критеріїв, що дозволяє досить чітко встановити основний масив факторів, що уповільнюють розвиток експортного потенціалу України:

- згідно з міжнародним рейтингом Світового економічного форуму відповідно до індексу конкурентоспроможності станом на 2022 р. Україна займала 84 позицію серед 102 країн світу [46, с. 56];

- за індексом інноваційної економіки або економіки, яка базується на знаннях, розрахованому Інститутом Світового банку для ста країн світу, станом на 2022 р. Україна поступалася не лише розвиненим, а й багатьом країнам, що розвиваються [46];

- згідно з рейтингом корумпованості, який розраховується Центром антикорупційних досліджень «Трансперенсі Інтернешнл», у 2022 р. Україна займала 122 позицію серед 146 держав [43].

До пріоритетних складових зовнішньоекономічної політики країни слід віднести орієнтир на розвиток експорту. Провідна роль експорту в контексті здійснення зовнішньоекономічної діяльності держави визначається реалізацією

конкурентоспроможної продукції та послуг; можливістю отримання країною іноземної валюти, необхідної для модернізації та структурної перебудови економіки на базі нових технологій і видів техніки, і навіть оплати імпорту продукції, для якої держава не має достатніх ресурсів та сприятливих умов; досягненням позитивного сальдо платіжного балансу [8, с. 16].

Конкурентні переваги визначаються наявністю груп взаємозалежних галузей, які забезпечують виробництво та реалізацію конкурентоспроможної продукції, а також існуванням допоміжних структур з метою забезпечення якісного функціонування спеціалізованих виробничих сфер, що займають певну нішу на світовому ринку. Сучасний розвиток світового господарства характеризується домінуванням інтелектуальної сфери, що сприяє закріпленню та подальшому розвитку інтелектуального сектору національної економіки, функціонування якого забезпечить високу конкурентоспроможність національного інтелектуального капіталу [18, с. 18].

В умовах неефективного використання експортного потенціалу держави, що склалися, стає очевидною необхідність оптимального збалансування різних рівнів реалізації конкурентних переваг української економіки.

I рівень: стабілізація та нарощування виробництва у певних напрямках, відповідних галузеві стратегічні цілі, а також традиційні товарні зв'язки, зі зміщенням акценту на підвищення ступеня переробки експортної продукції. У межах цього рівня особливу важливість набуває збереження експортного потенціалу металургійного комплексу, і навіть деяких хімічних виробництв, з урахуванням їхньої поетапної переорієнтації на нові технологічні процеси. Певною мірою цей рівень є «товарно-кон'юнктурним», проте базисним завданням у рамках реалізації його заходів є закріплення на традиційних ринках, а також експортна експансія нових ринкових сегментів у вигляді активного впливу на кон'юнктуру та розвитку існуючих конкурентних переваг. До факторів, що сприяють розвитку експортного потенціалу на зазначеному рівні, відноситься вертикальна інтеграція українських підприємств та/або створення горизонтальних експортоорієнтованих стратегічних альянсів, що водночас не повинно суперечити принципам сумлінної конкуренції.

II рівень: реалізація певних тимчасових переваг, які виражаються щодо невисокої вартості робочої сили, наявності розвинених виробничих фондів та технологічних знань, а також матеріальних ресурсів. Цей рівень реалізації конкурентних переваг переважає у країнах, що розвиваються. Ключовим елементом рівня є орієнтація на залучення іноземного капіталу та підключення до глобальних технологічних зв'язків [25, с. 18].

В умовах реалій української економіки заходи цього рівня можуть бути реалізовані згідно з такими напрямками: створення виробництв за участю іноземного капіталу для випуску конкретних марок товарів, які завершують свій життєвий цикл на ринках розвинених країн; формування складних виробництв з привізних компонентів; розміщення в Україні замовлень на виконання НДДКР у сферах, які мають відповідний науково-технічний потенціал.

Внаслідок хронічної нестачі інвестиційних ресурсів акцент повинен зміщуватися у напрямі підвищення ефективності інвестиційних вкладень у вигляді створення на рівні держави умов для максимально можливої прибутковості пріоритетних галузей, підвищення ефективності діяльності фондового ринку та системи комерційних банків, здійснення вкладень капіталу в залежності від пріоритетності, конкурентоспроможності сфери, а також ступеня терміновості, окупності, значущості для національного розвитку та ін. [23, с. 41].

III рівень: реалізація конкурентних переваг, втілених у високих технологіях – як існуючих, і перспективних. Однак реалізація даних конкурентних переваг неможлива без створення відповідних умов як на внутрішньому, а й зовнішньому рівні. Формування цих умов пов'язано, з одного боку, з підтримкою наукових розробок рахунок державних субсидій, а з іншого – з підтримкою їх високої конкурентоспроможності на міжнародному ринку через систему міждержавних угод, домовленостей, стратегічних спілок, допустимий рівень протекціонізму тощо.

Вказані три рівні не можуть розглядатися в ізоляції один від одного. Ефективне використання експортного потенціалу України передбачає реалізацію низки заходів одночасно за всіма трьома напрямками. Проте стратегічним пріоритетом є

використання конкурентних переваг вищого ладу, втілених в унікальні технологічні та наукові розробки.

Таким чином, нарощування експортного потенціалу поряд із вирішенням внутрішньогосподарських проблем може бути досягнуто за рахунок низки наступних заходів: формування та реалізації державної програми підтримки технічного та наукомісткого експорту; створення системи пільгового кредитування експорту на конкурсній основі; організації державної підтримки у просуванні зразків нової продукції на зовнішні ринки; організації ефективної взаємодії державних органів виконавчої влади з експортерами; цілеспрямованого формування експортоорієнтованих галузей промисловості, здатних забезпечити експорт готової продукції.

Висновки до розділу 2

На основі аналізу міжнародних торговельних ринків та їх потенціалу для українського експорту можна зробити наступні висновки:

Аналіз сучасних тенденцій міжнародної торгівлі в умовах глобалізації показує, що світові ринки стають більшими та доступнішими, зростає кількість торговельних партнерів та експортних можливостей. Глобалізація збільшує попит на українські товари та послуги, відкриває нові ринки та посилює конкурентоспроможність.

Завдяки Угоді про вільну торгівлю Європейський Союз є провідним торговим партнером України. Наразі спостерігається дефіцит торгівлі українськими товарами з європейськими країнами через високу частку імпорту товарів з високою доданою вартістю. Розширення вітчизняними експортерами нових ринків стримується тривалим і капіталомістким процесом приведення української продукції до європейських стандартів. Одним із перспективних варіантів вирішення ситуації може бути посилення орієнтації на експорт не лише сировини, а й продукції з високою доданою вартістю, виробленою харчовою та переробною промисловістю. Для збільшення експорту української продукції до ЄС необхідно покращити адміністрування торгівлі між Україною та ЄС шляхом зменшення витрат вітчизняних

експортерів на постачання товарів, збільшення квот, захисту інтересів українських експортерів в інституціях ЄС та скорочення некритичного імпорту.

Аналіз структури міжнародної торгівлі України показує, що країна має потенціал у кількох експортних секторах. Традиційні галузі, такі як сільське господарство, хімічна промисловість та машинобудування, залишаються важливими складовими українського експорту. Але існує також потенціал для розвитку нових галузей, таких як інформаційні технології, енергоефективні рішення та високотехнологічна продукція.

Оцінка експортного потенціалу України на міжнародних торговельних ринках підтверджує, що країна має значний потенціал для зростання експорту. Наявність високоякісних товарів та послуг, природних ресурсів, кваліфікованих фахівців та вигідне географічне розташування роблять український експорт привабливим на міжнародних ринках.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

3.1. Шляхи підвищення ефективності експортної діяльності України

Динаміка зовнішньої та внутрішньої торгівлі будь-якої країни залежить від багатьох факторів. На торгові відносини впливають стан національної економіки, рівень споживчої інфляції, волатильність курсу національної валюти, а також політика держави, пріоритетними завданнями якої є забезпечення захисту внутрішнього виробництва та економічної безпеки.

Особливу роль у забезпеченні ефективного функціонування економіки відіграє зовнішня торгівля. Зовнішньоторговельні відносини можуть сприяти прискореному розвитку економіки та підвищенню рівня життя населення, або, навпаки, стримувати розвиток цілих галузей.

В даний час торговельні відносини України з багатьма країнами далекого та ближнього зарубіжжя кардинально змінюються, що вимагає коригування державної політики у сфері зовнішньоторговельних відносин. При цьому основні напрямки регулювання зовнішньої торгівлі мають відповідати загальним цілям економічного розвитку [4, с. 16].

У Законі України «Про експортно-імпорتنе регулювання» визначено механізми експортного та імпортного регулювання та встановлено обов'язки та права суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [1].

Основні проблеми у розвитку міжнародної торгівлі та експорту України:

1. Перевищення імпорту над експортом, тобто негативне сальдо торговельного балансу держави, що насамперед обумовлено критичною залежністю національного виробництва від імпорту. За станом на 01.01.2023р. частка проміжних товарів у вартості імпорту перевищує 60%. Таким чином, у країні склалася система «імпортозалежного зростання», при якій збільшення імпорту (більшою мірою, ніж

збільшення експорту) є необхідною умовою і прискорення зростання ВВП, і збільшення експорту;

2. Низький рівень диференціації номенклатури товарів на експорт (мінеральні продукти – 24,6% від загальної суми експорту, 18,4% – продукція хімічної галузі, 18,1% – машини та обладнання);

3. Недостатній прогрес у покращенні якісних параметрів внутрішнього експортного потенціалу економіки України, тобто при виробництві експортних товарів часто використовуються застарілі технології та недостатньо продуктивне обладнання. У свою чергу причинами повільного впровадження виробничих інновацій та, як наслідок, низької конкурентоспроможності українського експорту, вважається, перш за все, низька мотивація інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, а також недостатнє фінансування модернізації експортоорієнтованих підприємств [7, с. 46];

4. Низький рівень експорту послуг у загальному обсягу експорту, в порівнянні з розвиненими країнами;

5. Низький рівень експорту високотехнологічної та наукомісткої продукції з високим ПДВ, порівняно з розвиненими країнами;

6. Відсутність активних та ефективних маркетингових підходів при виході більшості українських підприємств на зарубіжні ринки;

7. Недооцінка всіх переваг та недоліків вступу України до митного союзу ЄС (МСЄС).

Так, в умовах МСЄС відбулися суттєві зміни у системі нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі нашої країни. Наслідки цих змін є дуже неоднозначними. З одного боку, відбувається взаємне усунення тарифних та нетарифних обмежень у торгівлі, формується широкий загальний ринок, що розширює можливості для торгівлі товарами та обміну ресурсами.

З іншого боку, Україна втрачає право на самостійний вибір інструментів зовнішньоторговельної політики для захисту інтересів національних виробників та одностороннього стимулювання власного експорту. Крім того, створення Митного

союзу стимулювало і розвиток ще однієї проблемної тенденції останнього часу в українській економіці – прискорився відтік приватного бізнесу з України.

Враховуючи, що більшість підприємств приватного сектору орієнтовані на експорт, це може стати додатковим фактором погіршення балансу зовнішньої торгівлі. [17, с. 16]

Крім названих факторів, що впливають на розвиток зовнішньої торгівлі України, обов'язково варто зазначити, що внутрішніми проблемами, які безпосередньо впливають на зовнішню торгівлю нашої країни є уповільнені темпи структурного реформування економіки та організації зовнішньої торгівлі. Дані проблеми включають структурну незбалансованість економіки (переважання матеріало- та енергоємних виробництв, недостатній розвиток сфери послуг та високотехнологічного сектору); низька ефективність та недостатні обсяги залучення прямих іноземних інвестицій у економіку тощо.

В даний час економіка України значною мірою залежить від умов та результатів зовнішньої торгівлі.

Сьогодні для України стратегічно важливим є визначення свого міжнародного торгівельного потенціалу, її місця в міжнародному поділі праці та забезпечення безперешкодного входження у економічні зв'язки з країнами світу. Зовнішньоторговельний потенціал – це комплексний показник, який відображає матеріальні та інтелектуальні можливості країни брати участь у торговельному співробітництві з іншими країнами.

Уряд України приділяє особливу увагу розвитку та зміцненню зовнішньоторговельних відносин, зосереджуючи зусилля на пошуку нових експортних можливостей, залученні іноземних інвестицій та просуванні українських товарів і послуг на світові ринки. Це допоможе зміцнити позиції України в міжнародному економічному середовищі та сприятиме створенню стабільних умов для розвитку країни. Надалі для формування зовнішньоторговельної політики України слід виходити з того, що екстенсивні фактори зростання вітчизняного експорту суттєво обмежені. Тому у стратегічному плані доцільно орієнтувати виробників експорту, передусім, наукомісткої та високотехнологічної продукції. У

цьому аспекті імперативом економічного розвитку має стати державна підтримка експорту шляхом активної та зацікавленої участі владних структур на місцях у реалізації експортоорієнтованих проектів та просування вітчизняної продукції на зовнішні ринки [30, с. 25].

Обов'язково варто зазначити, що одним із напрямків розвитку зовнішньоторговельної діяльності є активна участь України у світових торгово-економічних установах та організаціях.

Таким чином, для України з її високим ступенем відкритості економіки розвиток зовнішньої торгівлі багато в чому залежатиме від вирішення головної проблеми: експорт має стати вигідним експортерам.

Виконання цієї умови залежить не тільки від самих експортерів, а й від продуманої, цілеспрямованої політики держави щодо підтримки та стимулювання експортної діяльності.

В даний час одним із затребуваних видів продукції на світовому ринку є продукція переробних галузей промисловості.

Зазначимо, що в Україні розвитку сільського господарства надається першочергове значення, проте експортний потенціал продукції даної галузі невеликий. Україні необхідно терміново диверсифікувати свій експорт продукції галузей АПК.

Щоб вийти на нові ринки, де є великий попит на продукцію високої якості, АПК буде потрібно суттєво підвищити ефективність виробництва та переробки продукції, логістику зовнішньої торгівлі [39, с. 46].

Одним із ключових напрямів підтримки експорту, особливо продукції з високою доданою вартістю, є використання інструментів податкового регулювання. У процесі вдосконалення існуючої в Україні податкової системи з метою посилення її підтримуючого впливу на вітчизняного товаровиробника необхідно ретельно вивчити можливі форми податкової підтримки експортерів та внести відповідні зміни до чинних нормативно-правових актів.

Сьогодні склалася нова реальність, яка характеризується завершенням глобального сировинного циклу, зміною темпів і структури глобального

економічного зростання та широким впровадженням технологічних інновацій. Технології суттєво змінюють не лише умови життя людей, але й структуру витрат та ланцюги поставок.

Український уряд має активно реагувати на ці тенденції, розробляючи та впроваджуючи заходи з підтримки технологічних інновацій у виробництві та вдосконалення логістичних процесів. Крім того, слід зосередитися на створенні сприятливого податкового середовища, яке заохочуватиме експортерів до імпорту продукції з високою доданою вартістю та пов'язаних з нею інноваційних рішень [6, с. 46].

Сучасні умови трансформують характер міжнародних торговельних відносин, зокрема, посилюється тенденція до протекціонізму та конкуренції між великими країнами у створенні регіональних торговельних блоків. Це вимагає систематичного коригування та адаптації середньострокових національних політик до нових умов.

Національна експортна стратегія України на 2023-2028 роки має на меті формування єдиної та узгодженої політики, яка створить умови для подвоєння обсягів експорту непрофільних ресурсів до 2025 року та потроєння їх до 2028 року. Програма визначає перспективний експортний портфель та пріоритетні ринки, містить низку конкретних заходів з просування українського експорту та систему вимірюваних цілей для моніторингу ефективності її реалізації.

Програма спрямована на зміцнення позицій України на світових ринках шляхом розширення асортименту експортних товарів, підвищення їх якості та конкурентоспроможності, а також створення ефективної системи підтримки експортерів. Це сприятиме забезпеченню стабільного зростання економіки країни та зміцненню її позицій у глобальному торговельному середовищі [18, с. 74].

Реалізація програми сприятиме збільшенню несировинного експорту країни, розширенню ринків збуту та диверсифікації експортного портфеля. Ці цілі будуть досягнуті шляхом експорту нової продукції, збільшення виробництва товарів з високою доданою вартістю та стимулювання інвестицій в експортно-орієнтовані галузі та трансферу нових технологій.

Очікується, що реалізація програми зміцнить позиції українських виробників як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Вона також сприятиме зниженню операційних витрат, зокрема на митне оформлення та логістику. Програма також має на меті підвищити впізнаваність української торгової марки та сприяти просуванню зонтичних і корпоративних брендів.

Аналіз структури українського експорту показує, що країна успішно використовує свої конкурентні переваги в експорті товарів. Водночас, сприятлива ринкова кон'юнктура для традиційного експортного портфелю допомогла Україні досягти високих темпів економічного зростання, підвищити соціально-економічний потенціал та вирішити поточні економічні проблеми [26, с. 41].

Експорт сировинних товарів має природні порівняльні переваги, які полегшують доступ до світових ринків. До них належать короткі ланцюги доданої вартості, низька чутливість до часу транспортування, залежність від місцевих природних ресурсів [44].

У випадку експорту сировинних товарів існують структурні тенденції, які свідчать про концентрацію експорту в певних секторах навколо кількох домінуючих товарів. За останнє десятиліття обсяг експорту продукції, відмінної від сировини, скоротився, а експорт дедалі більше концентрувався навколо кількох основних товарів. Така структура експорту також характеризується низьким рівнем виживання нових видів несировинного експорту, що означає, що новим товарам важко вийти на зовнішні ринки і знайти життєздатну позицію серед конкурентів.

Для розширення несировинного експорту та покращення його структури необхідні системні заходи, такі як стимулювання інновацій, підтримка розвитку нових галузей, покращення умов ведення бізнесу та підтримка експортної логістики. Програма «Національна експортна стратегія України» спрямована на виконання цих завдань і включає заходи, спрямовані на розширення несировинного експорту та диверсифікацію експортного кошика [38].

Наразі у ключових експортних позиціях, окрім сировини, Україна зосереджується на менш складних товарах, які мають обмежений потенціал для

диверсифікації та зазвичай конкурують на нижчому рівні за якістю на своїх основних ринках збуту.

Тенденції, що спостерігаються в експорті промислової продукції, підкреслюють важливість вирішення накопичених проблем, зокрема зниження транзакційних витрат для експортерів шляхом:

- комплексного використання заходів та інструментів підтримки, зокрема для підтримки малих та середніх підприємств;
- створення масового ефекту від використання інструментів підтримки експорту через їх системність та взаємопов'язаність;
- удосконалення взаємодії підприємців між собою та з державою на основі принципів «єдиного вікна»;
- реалізація комплексу заходів, спрямованих на зниження бар'єрів у зовнішній торгівлі;
- скорочення часу, необхідного для транспортування переробленої продукції;
- підвищення ефективності логістичних послуг;
- скорочення часу та вартості митного оформлення;
- хеджування валютних ризиків [18, с. 52].

Важливими елементами для створення сталого експорту несировинної продукції є диверсифікація експортного кошика та розширення асортименту продукції з урахуванням реального попиту. Для цього необхідно стимулювати розвиток виробництва з високим рівнем переробки.

Успіх експорту залежить від низки факторів на різних рівнях економіки (макро-, мезо- та мікро) та від різних зацікавлених сторін, включаючи експортерів (існуючих, потенційних та тих, хто бажає розвивати експорт), державні органи, які формують політику та умови ведення бізнесу та торгівлі, приватні та громадські організації, діяльність яких прямо чи опосередковано впливає на експорт, та суспільство в цілому.

Традиційна концепція просування експорту включає в себе діяльність за межами країни, таку як укладання торговельних угод, відкриття представництв за кордоном, організація заходів за кордоном тощо. Це означає, що експортна промоція

зосереджується на діях, спрямованих назовні. Звичайно, ці заходи є важливими та необхідними, але самі по собі вони не є достатніми [20, с. 46].

Багато країн для зростання експорту приділяють все більше уваги питанням внутрішньої спрямованості (зусилля внутрішнього вектору із розвитку експортного потенціалу), які мають на увазі створення умов для просування експорту, а також побудову необхідної підтримувальної інфраструктури і компетенції усередині країни [7, с. 85].

Конкурентоспроможність країни та, зрештою, експорт суттєво залежать від питань так званого пограничного вектору, спрямованих на зниження вартості експортно-імпортних операцій. Ці питання по суті визначають середовище, в якому працює експортна галузь, і мають значний вплив на вартість експортних операцій. До них належать питання інфраструктури (транспорт та зв'язок) та адміністративно-правового регулювання експортної діяльності.

У зв'язку з цим стратегічні ініціативи в рамках національної експортної стратегії мають бути спрямовані на підвищення точності та цілеспрямованості державної політики та послуг, спрямованих на розвиток експортного потенціалу, посилення міжнародних торговельних можливостей українських підприємств та спеціалізації шляхом створення платформ для залучення іноземних інвестицій, технологій та ноу-хау у виробничий сектор.

До зовнішніх чинників, які можуть сприяти збільшенню обсягів і структури експортного потенціалу, належать: транзитний потенціал для транспортування товарів і послуг; промисловий розвиток європейських економік; зміни в структурі товарних потоків з Китаю до ЄС; збільшення частки продукції, що потребує швидкої доставки; зростання добробуту населення ЄС та його споживання [5, с. 19].

Ключові виклики і бар'єри, що перешкоджають розвитку експортного потенціалу, наведені на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Ключові виклики і бар'єри, що перешкоджають розвитку експортного потенціалу України.

Джерело: Ремінський М.М. Динаміка та розвиток зовнішньоторгівельних відносин Україна – ЄС, в процесі євроінтеграції України. / М. М. Ремінський, К. В. Петренко // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2020. – № 14. – С. 49.

Існуючі адміністративні бар'єри та обмеження розвитку експорту зумовлені неефективною системою підтримки та контролю за діяльністю експортерів, а також відсутністю необхідної міжвідомчої взаємодії та координації для сприяння експорту товарів та послуг. Інституції та інфраструктура підтримки експорту поки що не функціонують як єдине ціле, оскільки мають різну відомчу приналежність. Існуючі інструменти підтримки експорту не мають масового впливу на експортерів через недостатню узгодженість та взаємопов'язаність, а також низьку частку фінансування

заходів з підтримки експорту по відношенню до ВВП та нескоординованість, фрагментарність підтримки експорту в рамках різних державних програм. Відсутність форматів взаємодії між підприємцями та державою уповільнює обмін інформацією та знижує ефективність вжитих заходів.

Системі сприяння експорту на регіональному та національному рівнях бракує механізмів «єдиного вікна», що значно ускладнює комплексне використання заходів та інструментів підтримки експортерів, особливо малих та середніх підприємств.

З метою підвищення ефективності заходів зі сприяння експорту українських товарів та послуг необхідно створити національну систему підтримки експортерів на основі кращих міжнародних практик у цій сфері та забезпечити конкурентні умови для українських підприємств на зовнішніх ринках.

У цьому контексті необхідно створити інституційну основу для підтримки експортерів, включаючи ініціативи щодо покращення координації у сфері просування експорту, у тому числі шляхом створення «єдиного вікна» для експортерів [6, с. 16].

Відповідно до цього принципу можна розробити та прийняти стандарт надання послуг експортерам, який би включав умови надання та перелік послуг, а також стандартизовані пакети документів, необхідних для отримання підтримки. Відповідно до світової практики впровадження «єдиного вікна», державні органи та інститути розвитку мають потенціал для підвищення якості та скорочення часу надання послуг.

У контексті фінансової підтримки експортерів в Україні основною проблемою є недостатній обсяг державних ресурсів, що виділяються на цю сферу. Одним з основних недоліків заходів фінансової підтримки є висока вартість кредитних ресурсів. Вітчизняні експортери перебувають у не вигідному становищі в конкурентній боротьбі за зовнішні ринки, оскільки вони не можуть запропонувати іноземним покупцям такі ж привабливі умови кредитування, як їхні іноземні конкуренти. Іншими суттєвими недоліками системи фінансової підтримки експорту є складність корпоративних процедур, відсутність у менеджерів системи підтримки стимулів для досягнення кінцевого результату (процес здійснюється лише заради

процесу), слабе позиціонування українських товарів та послуг, а також недостатня впізнаваність українських брендів на світовому ринку [12, с. 46].

У 2021 році, згідно з рейтингом Всесвітнього банку «Doing Business» за показником «Міжнародна торгівля», для проходження прикордонного і митного контролю українського експортеру необхідно витратити 133 години і 574 дол. США. У країнах ОЕСР на цю процедуру необхідно 12 годин і 150 дол. США, відповідно. Тимчасові й вартісні витрати на оформлення документів експортера в Україні складають 128 годин і 320 дол. США, тоді як в країнах ОЕСР – 3 години і 36 доларів США, відповідно [29].

За станом на 2022 рік Україна зайняла 77 місце у рейтингу по індексу ефективності логістики (LPI, 2,75 балу з 5 можливих), який оцінюється Всесвітнім Банком кожні два роки і розглядає легкість здійснення поставок товарів і стан торгової логістики на національному і міжнародному рівні.

Реалізація глобальних економічних інтересів України на міжнародних ринках вимагає постійного вдосконалення системи стандартизації і сертифікації, а також її відповідності міжнародним нормам. Низька конкурентоспроможність українських виробників через невідповідність деяких українських товарів міжнародним стандартам якості є стримуючим чинником зростання вітчизняного експорту і можливості виходу на ринки пріоритетних країн [18, с. 41].

У межах проведеного аналізу до фундаментальних чинників і обмежень, що перешкоджають розвитку українського несировинного експорту, можна віднести:

- низько- та середньо-технологічний агропромисловий устрій економіки. Загальний експорт товарів України представлений в основному сировинними товарами і обробленими товарами низького переділу;

- висока енергоємність економіки; розрахунковий коефіцієнт енергоємності економіки, який розраховується як ВВП в дол. США, зроблений з 1 Мдж спожитої енергії, для України зіставимо з рівнем країн Африки. Таким чином, в Україні надмірно високий рівень енергоємності економіки;

- низька продуктивність праці. В Україні в середньому на одну людину-годину в 2021 році вироблено ВВП по ППС на суму 28 дол. США, що в 2-2,5 рази менше, ніж в розвинених країнах;

- значний знос і моральне застарівання основних фондів. Середній показник коефіцієнта зносу основних фондів по усіх видах діяльності в Україні склав 37,1%, при цьому, в таких галузях показники зносу вищі за середнє значення: наукова і технічна діяльність (57,9%), гірничодобувна промисловість (54,3%), інформація і зв'язок (47,4%), будівництво (40,3%), оброблювальна промисловість (38,6%).

У контексті розвитку експорту несировинних товарів пропонується запровадити концепцію «експортного кошика» на основі потреб перспективних ринків та порівняльних переваг України. Для цього необхідно:

1. Визначити товари, що імпортуються з перспективних ринків;
2. Проаналізувати середньорічні темпи падіння імпорту цих товарів, що відображає їх стабільність та ринковий попит;
3. Оцінювати виробничі потужності українських виробників, які можуть збільшити виробництво без значних інвестицій;
4. Проаналізувати конкурентоспроможність та спеціалізацію країни в конкретному секторі;

Визначити товари, які Україна наразі не експортує, але має все необхідне для цього [9, с. 18].

Таким чином, в перспективний «експортний кошик» було включено 116 товарів з 7 галузей. Необхідно відмітити, що цей «експортний кошик» щорічно актуалізуватиметься відповідно до вказаних вище критеріїв. При цьому, заходи підтримки виявлятимуться для експортерів несировинних товарів, у тому числі не включених в перспективний «експортний кошик» [30, с. 85].

Таким чином, з метою підвищення ефективності використання експортного потенціалу України рекомендується здійснити наступні заходи. (див. Табл. 3.1).

Заходи щодо підвищення ефективності використання експортного потенціалу
України

Завдання	Заходи
Завдання 1 Посилення інституціональних основ підтримки експортерів	Розширення функцій Міністерства економіки України з питань торгової політики і участі в міжнародних економічних організаціях в частині вироблення пропозицій із просування експорту товарів і послуг; Внесення змін до законодавства України з питань просування експорту, у тому числі в частині визначення положень і норм, що регулюють міжгалузеву координацію і взаємодію державних організацій та МО, а також закріплення правового статусу Єдиного оператора із просування експорту, що надає послуги експортерам за принципом «єдиного вікна»; Опрацювання питання із створення і розвитку сервісів для експортерів за принципом «єдиного вікна» на базі Інтернет-ресурсу Export.gov.ua
Завдання 2 Надання фінансових і нефінансових заходів підтримки для експортерів	Розробка комплексу пропозицій щодо фінансового розвитку Єдиного оператора із просування експорту; Проведення моніторингу і оцінка ефективності фінансової підтримки, що надається експортерам Опрацювання питання по здешевленню вартості кредитів і страхування до рівня довідкової комерційної процентної ставки; Опрацювання питання по навчання і консультуванню експортерів з питань просування експорту.
Завдання 3 Усунення бар'єрів, що перешкоджають розвитку експорту	Введення у промислову експлуатацію «єдиного вікна» за експортно-імпортними операціями. Вироблення пропозицій щодо створення умов для розвитку митної інфраструктури. Розробка пропозицій по створенню умов для розвитку супутньої інфраструктури. Формування річного плану участі українських експортерів у виставках, ярмарках, міжнародних заходах, у тому числі бізнесмісіях. Проведення двосторонніх переговорів з ветеринарних і карантинних (фітосанітарних) вимог для зняття обмежень і отримання доступу на ринки третіх країн.
Завдання 4 Поліпшення умов розвитку експорту послуг	Проходження міжнародної акредитації ЗВО в цілях підвищення якості освіти; Розробка пропозицій з формування українського бренду надання медичних послуг. Підготовка пропозицій із просування і поліпшення позиціонування українських медичних послуг за кордоном
Завдання 5 Модернізація експортно-кредитного агенства	Страховання експорту всіх товарів, послуг українського походження; Страховання експорту товарів згідно з УКТ ЗЕД з урахуванням обмежень, встановлених статтею 8 Закону України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту»; Страховання зовнішньоекономічних договорів/експортних кредитів/банківську гарантію на суму до 150 млн грн.; Надання гарантій за договорами, які забезпечують розвиток експорту. Воно також братиме участь у виконанні програм часткової компенсації відсоткової ставки за експортним кредитом і надаватиме консультації експортерам

Примітка. Складено автором за даними Ремінський М.М. Динаміка та розвиток зовнішньоторгівельних відносин Україна – ЄС, в процесі євроінтеграції України. / М. М. Ремінський, К. В. Петренко // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2020. – № 14. – С. 48.

За даними Всесвітньої організації по сприянню торгівлі (World Trade Promotion Organization) нині в країнах світу налічується 178 організацій, основною функцією яких є сприяння зовнішньоекономічної діяльності, передусім підтримці національного експорту. Ключову роль при проведенні експортної політики грають спеціалізовані державні, напівдержавні або приватні організації, що здійснюють широкий спектр послуг для учасників зовнішньоекономічної діяльності.

До найбільш ефективних інструментів підтримки експортерів відносяться:

1. Стимулювання розвитку стратегічно значимих галузей: Франція (авіаційна, космічна галузі, туризм, сільське господарство), Норвегія, Південна Корея (суднобудування), Канада (автомобілебудування, сільське господарство), Австралія (освіта, туризм). Механізми стимулювання включають пільгове або стимулююче оподаткування, розвиток спеціальних економічних зон і міри прямої фінансової підтримки (субсидування програм і/або галузей), забезпечення державного замовлення.

2. Компенсація дефіциту фінансування та підвищення доступності кредитів: такі країни, як Німеччина, США, Японія, Південна Корея, Канада, Австралія, Японія, Південна Корея, Канада та Норвегія підтримують експортерів, надаючи фінансування та гнучкі механізми кредитування та погашення.

3. Активна підтримка малого та середнього бізнесу: такі країни, як Китай, Норвегія, Канада, Франція та США надають підтримку експортерам у цьому секторі. Це включає надання інформаційно-аналітичної підтримки, створення сприятливих умов для експортерів, фінансування операційних витрат та використання сучасних інформаційних технологій.

4. Створення спеціальних експортно-кредитних агентств: використання цих агентств як інституційних механізмів підтримки зовнішньоторговельних операцій.

Таким чином, запропонований комплекс заходів має потенціал збільшити обсяги експорту товарів з більш високою часткою доданої вартості, що дозволить залучити додаткові валютні надходження до державного бюджету та зменшити залежність від сировинного експорту. Це створить можливості для України розвиватися як країні з експортом, що відповідає стандартам розвинутих країн світу.

Довгостроково це може сприяти формуванню стійкого експортного портфеля і покращенню економічного становища країни.

3.2. Механізми виходу українських товарів на нові та перспективні міжнародні торгівельні ринки

Потенційно інтернаціоналізація сфери послуг і швидкі технологічні зміни в ІТ-сфері надають підприємствам, що прагнуть вийти на міжнародний ринок, як нові можливості, так і виклики експортерам, пов'язані із розширенням спектру послуг та залученням іноземних інвестицій.

У загальному вигляді управління виходом підприємства на міжнародний ринок здійснюється у декілька етапів. Алгоритм їх проходження підприємством представлено на рис. 3.2.

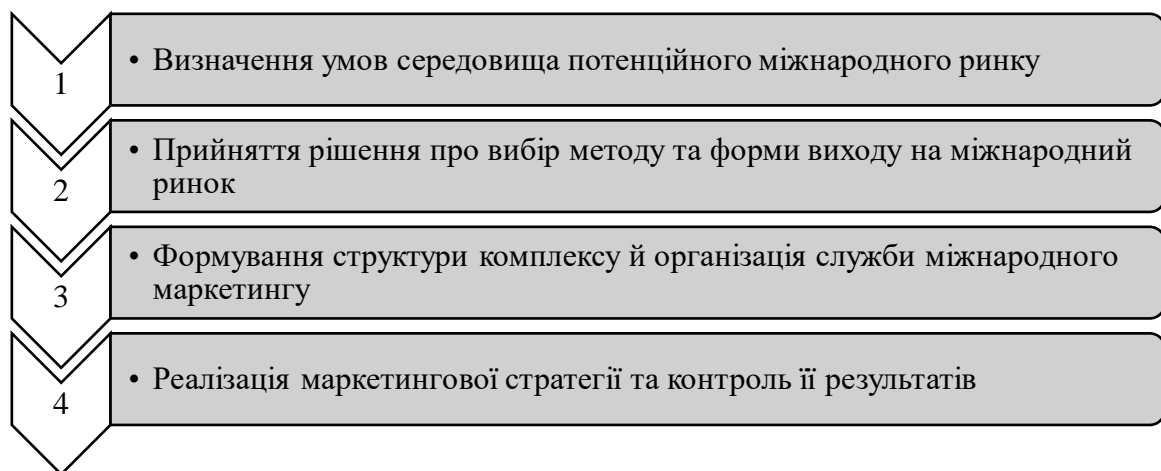


Рис. 3.2. Етапи виходу підприємств України на нові міжнародні ринки.

Примітка. Побудовано автором за даними Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: монографія. / Т. В. Скорнякова // К.: Науковий світ, 2006. – С. 10.

Аналіз механізмів виходу українських товарів на нові та перспективні міжнародні торгівельні ринки дає змогу виявити особливості цього процесу для підприємств [26, с. 85].

1. По-перше, необхідно вивчити середовище міжнародного маркетингу, тобто наявні торговельні обмеження, економічні, політичні та культурні характеристик певного ринку.

2. Наступним етапом є прийняття рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок і вибір перспективних ринків. Воно потребує визначення обсягу міжнародних продажів, кількості країн, в яких здійснюватиметься продаж, а також рівня ризику міжнародної діяльності. Прийняття рішення про доцільність виходу є певною процедурою, яка передбачає виконання послідовних кроків (див. Рис. 3.3).

3. Необхідним кроком є прийняття рішення про вибір методу та форми виходу на міжнародний ринок, після чого доречним є організація служби міжнародного маркетингу.

4. Останнім етапом виходу підприємства на міжнародний ринок є реалізація маркетингової стратегії та контроль її результатів.

При досягненні зрілості національного ринку українські товари, що виготовляються на підприємствах України можуть бути представлені на нових перспективних міжнародних торговельних ринках [29, с. 85].

Розробка стратегії (механізмів) виходу на зарубіжний (міжнародний) ринок починається з його попереднього вивчення. У країні, де планується розпочати здійснення діяльності, необхідно вивчити політичну обстановку, рівень державного регулювання ринку, економічні фактори, соціокультурні фактори, причому останні відіграють далеко не останню роль у прийнятті чи неприйнятті товару споживачами.

Потім приймається рішення щодо доцільності виходу на закордонний ринок. Воно ґрунтується на результатах дослідження та цілях фірми. Прийнявши рішення займатися збутом у тій чи іншій країні, фірма вирішує, яким чином вона здійснюватиме свою діяльність [21, с. 28].

Існують такі основні стратегії виходу на закордонний ринок з погляду організації виробництва:

1. стратегія експорту;
2. стратегія спільної підприємницької діяльності;
3. пряме інвестування.

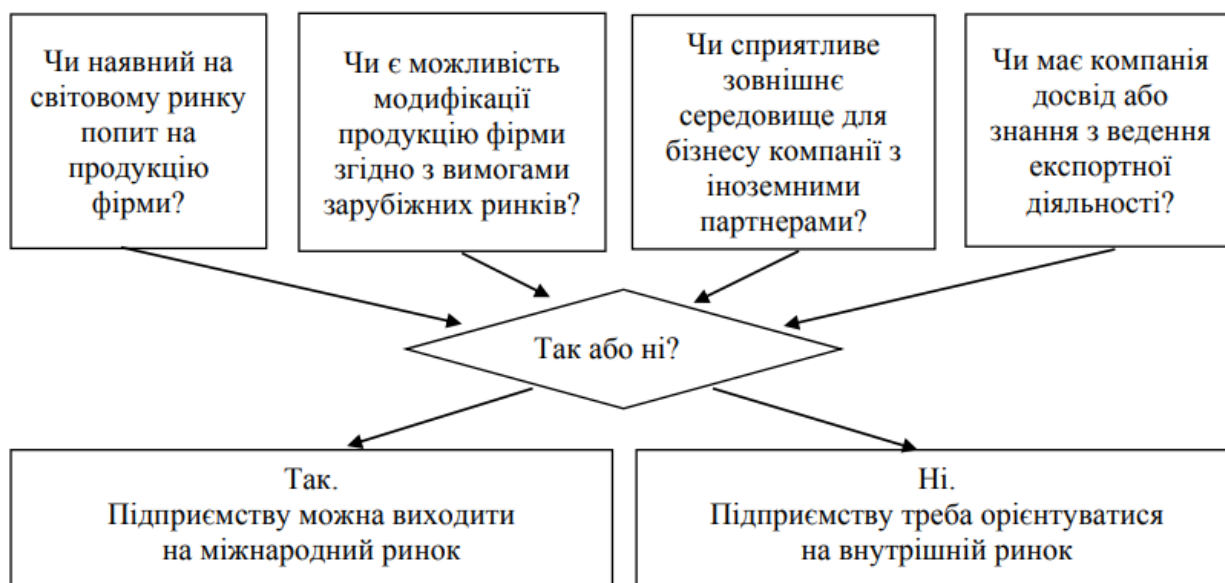


Рис. 3.3. Етапи прийняття рішення про вихід підприємства на міжнародний ринок.

Джерело: Палагнюк Ю.В. Механізми формування державної євроінтеграційної політики України. / Ю. В. Палагнюк // Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine. – 2013. – №4. – С. 143.

Експорт є найпростішим способом виходу на зовнішній ринок. Стратегія експорту – це найпростіша стратегія організації діяльності на зарубіжному ринку. При цьому експорт може здійснюватись нерегулярно, коли фірма іноді експортує надлишки виробництва зарубіжним фірмам-оптовикам, і регулярно, якщо компанія прагне розширити свої експортні операції у конкретному ринку. У будь-якому випадку, безпосереднє виробництво товарів здійснюється в країні виробника, але пропонувати на експорт можна як модифіковані, і немодифіковані моделі продукту. Стратегії експорту вимагають найменших витрат у порівнянні з іншими варіантами стратегії виходу на зарубіжний ринок. При цьому компанії зазвичай починають з непрямого експорту, оскільки він має дві основні переваги та його простіше організувати, ніж прямий експорт.

Окремо можна назвати ліцензування (франчайзинг), тобто продаж ліцензії на виробництво, права на використання своїх виробничих технологій, торгової марки. Це найрозвиненіша форма ліцензування [51, с. 52].

Підприємства спільного володіння можуть бути необхідні за економічних чи політичних причин. По суті це об'єднання можливостей зарубіжних та місцевих власників капіталу для інвестування його у виробництво, управління яким здійснюватиметься обома сторонами у співвідношенні, обумовленому договором. Можливо, іноземна компанія відчуває нестачу фінансових, матеріальних або управлінських ресурсів чи освіти. Або створення спільного підприємства – неодмінна умова проникнення ринку, поставлене урядом. У такому разі, створювати спільне виробництво для виходу на такі закриті ринки доводиться навіть корпораціям-гігантам.

Перевагою спільного підприємства можна вважати те, що місцевий учасник компанії знає набагато більше про свій ринок, менталітет населення, особливості ведення справ у цій країні та тонкощі ділового світу.

Але такі підприємства мають і певні недоліки. Партнери можуть розійтися в думках щодо спрямування інвестицій, маркетингу, використання прибутку. Наприклад, якщо брати американські компанії, де велику роль відводять маркетингу, місцеві учасники можуть покладатися лише на організацію збуту. Більш того, наявність спільних підприємств у різних країнах нерідко ускладнює здійснення транснаціональної компанією особливої виробничої та маркетингової політики у всьому світі.

Останньою формою виходу на міжнародний ринок є пряме інвестування. Це найбільш повна форма залучення у діяльність на зарубіжному ринку. Його суть в інвестуванні капіталу створення за кордоном власних складальних чи виробничих підприємств. По мірі накопичення фірмою досвіду експортної роботи та за досить великого обсяг зарубіжного ринку виробничі підприємства за кордоном забезпечать у довгостроковій перспективі найбільшу віддачу компанії [5, с. 28].

Одна з переваг даної стратегії у тому, що фірма може заощадити гроші за рахунок дешевшої робочої сили або дешевшої сировини за рахунок пільг, що надаються іноземними урядами зарубіжним вкладникам, за рахунок скорочення транспортних витрат тощо.

Інституційні рамки виступають одним із факторів, що формують внутрішній майданчик для співпраці із зарубіжними країнами, адаптованість якого до світових умов багато в чому визначає ефективність торговельно-економічних відносин [39].

Основна мета інституційної політики України – модернізація виробництва, що забезпечує створення та максимально результативне використання конкурентних переваг держави, підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності.

Короткострокова інституційна політика України спрямована на побудову розгорнутих ринкових відносин, і створення інституційної середовища, сприятливого підвищення рівня конкурентних переваг країни. Вона характеризується зниженням частки галузей і виробництв, продукція яких перестала бути затребуваною ринком, звільненням від свідомо збиткових підприємств, точковим характером реалізації інвестиційних проектів з підтримки життєво важливих, експортно-орієнтованих та імпортозамінних виробництв, накопичення ресурсів для глибоких та виробництв [9, с. 48].

Середньострокова інституційна політика України орієнтована на сприяння активній структурній перебудові економіки на основі системи переважно непрямого регулювання, що включає широкомасштабні заходи, спрямовані на радикальні перетворення відтворювальної, галузевої, технологічної та територіальної структур економіки держави відповідно до потреб внутрішнього та зовнішніх ринків.

Важливим механізмом розвитку інституційної структури торгової політики є структурна перебудова української економіки. З цією метою проводяться заходи на внутрішньому та зовнішніх ринках для структурного маневру у напрямі підвищення частки галузей, які виробляють продукцію з високою доданою вартістю та ступенем переробки; виправленню накопичених структурних деформацій шляхом реструктуризації збиткових підприємств та виробництв, які штучно підтримуються за рахунок бюджетних субсидій.

Стратегічними пріоритетами у торгівельній політиці є:

- чітка регіонально-країнова орієнтація та економічна вигода від зовнішньої торгівлі;

- вихід на нові міжнародні ринки та диверсифікація структури експорту на традиційних ринках;
- захист інтересів та забезпечення рівних умов функціонування на світовому ринку;
- збільшення у виробленій продукції доданої вартості шляхом зниження ресурсо-, енерго- та матеріаломісткості та раціонального імпортозаміщення;
- удосконалення правових умов, механізмів залучення та ефективного використання іноземних та внутрішніх інвестицій для підвищення конкурентоспроможності експортного потенціалу.

Збільшенню рівня торговельно-економічного співробітництва держави сприяє проведення активних ринкових перетворень. Ставиться завдання формування господарського механізму, що забезпечує перерозподіл ресурсів із застарілих та безперспективних виробництв у виробничо-технологічні системи сучасного та нового технологічних укладів, концентрацію ресурсів у точках їх зростання, підвищення ефективності та конкурентоспроможності економіки на основі розвитку ринкової інфраструктури та приватного бізнесу, реформування відносин власності, приватизації та створення конкурентного середовища, інших елементів ринку [23, с. 52].

В даний час механізм інтеграції компаній України в систему міжнародного поділу праці відбувається на рівні низько- та середньотехнологічних товарів та послуг.

Таким чином, в умовах глобалізації світової економіки важливе значення має укрупнення вітчизняного бізнесу, створення потужних великих національних та спільних підприємств, ТНК, МНК та альянсів, які мають великі фінансові ресурси, що випускають та диверсифікують випуск конкурентоспроможних на зовнішніх ринках товарів та послуг.

Висновки до розділу 3

На основі аналізу шляхів оптимізації експортної діяльності України та виходу української продукції на нові та перспективні міжнародні ринки можна зробити наступні висновки.

Підвищення ефективності експортної діяльності України є важливим завданням для розвитку економіки країни та зміцнення її позицій на світових ринках. Для досягнення цієї мети необхідно розглянути комплексні заходи, такі як:

Диверсифікація експортного портфелю: Україна повинна розширювати свою присутність на різних міжнародних ринках та залучати нових партнерів. Цього можна досягти шляхом розвитку торговельних відносин з регіонами, де є попит на українські товари та послуги, а також шляхом впровадження інноваційних технологій.

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції: українським компаніям слід активно впроваджувати сучасні стандарти якості та виробничі процеси, що відповідають міжнародним вимогам. Важливо інвестувати в дослідження і розробки, нові технології та інноваційні рішення для підвищення якості та конкурентоспроможності української продукції.

Залучення іноземних інвестицій: Україні необхідно залучати більше іноземних інвестицій у сектори з експортним потенціалом. Це допоможе модернізувати виробництво, впровадити нові технології та підвищити якість продукції.

Також нами було запропоновані заходи модернізації експортно-кредитного агентства. Експортні кредитні агенції – це загальна назва структур, які займаються страхуванням ризиків експортерів. Кредитні агенції займаються скоріше страхуванням, ніж власне кредитуванням, також експортно-кредитні агентства існують не лише у формі спеціалізованих державних агенцій, а й у вигляді банків – державних чи приватних, найчастіше роль експортно-кредитного агентства взагалі виконують приватні страхові компанії.

ВИСНОВКИ

На основі поставленої мети та завдань:

1. Розглянуто теоретичні підходи до визначення поняття експорту як важливої складової міжнародної торгівлі.

Дослідження ролі експорту в економічному розвитку країни показує, що експортний потенціал визначається широким спектром показників, які є основою для його оцінки.

Таким чином, було зроблено наступні висновки щодо міжнародної торгівлі України з ЄС. З моменту підписання Угоди про зону вільної торгівлі обсяги товарообміну між сторонами зросли, що свідчить про підвищення торговельної активності. Визначено країни, які є найбільшими партнерами України у зовнішньоекономічних відносинах, як експортерами, так і імпортерами. Найбільшим зовнішньоторговельним партнером, за даними 2022 року, виявилася Польща, яка є одним з найбільших експортерів. Крім того, було проаналізовано товарну структуру зовнішньоекономічних відносин між Україною та ЄС та виявлено, що основну частку експорту становить сировина, тоді як основу імпорту складають середньо- та високотехнологічні товари. Така структура зовнішньої торгівлі свідчить про певні слабкі місця в окремих галузях української економіки, які потребують більш активних заходів з боку держави щодо захисту та підтримки вітчизняних підприємств.

2. Надано класифікацію методів регулювання та факторів впливу на експортну діяльність.

До зовнішніх чинників, які можуть призвести до збільшення обсягів та зміни структури експортного потенціалу, можна віднести наступні аспекти:

- Перспективи транзитного потенціалу для транспортування товарів та послуг;
- Прискорене промислового зростання європейських економік;
- Зміна структури товарних потоків з Китаю до Європейського Союзу, де зростає частка товарів, що потребують більш швидкої доставки;

- Зростання рівня життя та споживання в Європейському Союзі.

Серед основних викликів та бар'єрів на шляху розвитку експортного потенціалу можна виділити наступні:

- Проблема вдосконалення механізмів просування українського експорту та необхідність створення єдиної інституційної системи координації цих зусиль;
- Ефективність фінансових та нефінансових заходів підтримки експортерів, яка потребує подальшого вдосконалення;
- Незавершеність експортних процедур, що ускладнює та уповільнює процес здійснення експортних операцій;
- Слабкий розвиток транспортно-логістичних послуг та необхідність модернізації інфраструктури для покращення транспортного сполучення та логістичних розрахунків;
- Невідповідність продукції українських виробників міжнародним стандартам якості, що перешкоджає доступу до зовнішніх ринків та конкурентоспроможності продукції.

3. Охарактеризовано експортну діяльність України в контексті міжнародної торгівлі.

Для розширення експорту українських товарних груп необхідно адаптувати національне законодавство до вимог ЄС щодо сертифікації української продукції за європейськими стандартами. Це створює можливості для запровадження так званого «промислового безвізу» для українських підприємств. Однак це також вимагає коригування зовнішньоекономічної політики України з метою стимулювання експорту середньо- та високотехнологічної продукції.

4. Проаналізовано сучасні тенденції міжнародної торгівлі в умовах глобалізації.

Було виявлено, що на український експорт суттєво впливають різні внутрішні фактори, до них можна віднести наступні:

- Недосконалість українського законодавства у сфері управління розвитком експорту порівняно з міжнародними стандартами;
- Низька конкурентоспроможність української промислової продукції;

- Складний економічний стан багатьох галузей обробної та переробної промисловості, що ускладнює інвестування перспективних експортно-орієнтованих проектів за рахунок внутрішніх ресурсів;
- Штучне утримання курсу гривні в межах «валютного коридору», що обмежує можливості використання валютного курсу для підтримки експорту;
- Недостатній розвиток української системи сертифікації та контролю якості продукції, що експортується, з огляду на зростаючі вимоги до споживчих, екологічних та безпекових характеристик продукції, що реалізується на європейських ринках;
- Випереджаюче зростання цін на товари та послуги природних монополій порівняно зі зростанням цін на промислову та сільськогосподарську продукцію;
- Відсутність професійних знань та експортного досвіду у багатьох українських підприємців, а також недостатня координація їхньої діяльності на міжнародних ринках.

Нами надано рекомендації посилити політику протекціонізму і захисту українських експортерів, адже, протекціонізм, як і будь-яке інше економічне явище, динамічний і через це має здатність, по-перше, до відтворення, по-друге, поряд з лібералізмом, становить невід'ємний компонент розвитку національних економічних систем.

Глибина та ефективність протекціоністської політики завжди обумовлені конкретним контекстом і так само, як політика, лібералізм не може мати універсальний характер.

5. Проведено аналіз експорту товарів та експортних ринків у структурі міжнародної торгівлі України.

З моменту підписання Угоди про зону вільної торгівлі спостерігається зростання двосторонньої торгівлі товарами, що свідчить про інтенсифікацію торгівлі. Визначено країни, які стали найбільшими партнерами України за обсягами експорту та імпорту. За даними за 2022 рік найбільшим зовнішньоторговельним партнером виявилася Польща. Дослідження товарної структури експорту України показало, що значну частину експорту України складають сировинні товари. Така структура

зовнішньої торгівлі свідчить про певну слабкість окремих галузей української економіки, що вимагає більш активних заходів з боку держави щодо захисту та підтримки вітчизняних підприємств.

6. Визначено потенціал експортної діяльності України на міжнародних торговельних ринках.

Нарощування експортного потенціалу поряд із вирішенням внутрішньогосподарських проблем може бути досягнуто за рахунок наступних заходів: формування та реалізації державної програми підтримки технічного та наукомісткого експорту; створення системи пільгового кредитування експорту на конкурсній основі; організації державної підтримки у просуванні зразків нової продукції на зовнішні ринки; організації ефективної взаємодії державних органів виконавчої влади з експортерами; цілеспрямованого формування експортоорієнтованих галузей промисловості, здатних забезпечити експорт готової продукції.

7. Досліджено шляхи підвищення ефективності експортної діяльності України.

Запропонований комплекс заходів сприятиме збільшенню обсягів несировинного експорту та зменшенню частки експорту сировини, що дозволить залучити додаткові валютні надходження до державного бюджету. Крім того, у середньо- та довгостроковій перспективі Україна зможе розвивати експорт, який є характерним для розвинутих країн світу, з превалюванням товарів з високою доданою вартістю.

8. Запропоновано заходи щодо модернізації експортно-кредитного агентства:

- Страхування експорту всіх товарів, послуг українського походження;
- Страхування зовнішньоекономічних договорів/експортних кредитів/банківську гарантію на суму до 150 млн грн;
- Надання гарантій за договорами, які забезпечують розвиток експорту.

9. Визначено механізми виходу українських товарів на нові та перспективні міжнародні торговельні ринки.

Для покращення експорту України та ефективного використання її експортного потенціалу необхідно вжити низку заходів. Перш за все, необхідно посилити

інституційну підтримку експортерів та створити сприятливі умови для їхньої діяльності. Це може включати надання фінансової та нефінансової підтримки експортерам. Крім того, слід усунути перешкоди для розвитку експорту, такі як торговельні обмеження та надмірна бюрократія. Ще одним важливим кроком є покращення умов для розвитку експорту послуг.

Для досягнення цих цілей необхідно активно розвивати співпрацю з іншими країнами та шукати нові ринки для торгівлі різними видами продукції, включаючи промислову та сільськогосподарську продукцію. Крім того, необхідно створити систему визначення та досягнення економічних цілей, включаючи завершення створення єдиного ринку товарів і послуг, усунення нетарифних бар'єрів, координацію економічної політики та вирішення валютно-фінансових питань. Ці кроки сприятимуть розвитку експорту та забезпечать успіх на міжнародному ринку.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про експорт-імпортне регулювання» від 16.10.2018 р. № 2614–VIII.
2. Закон України «Про контроль експорту» від 16.04.1992 р. № 2257–XII.
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 13.02.1991 р. № 959–XII.
4. Алимова О.О. Експортний потенціал України: проблеми та перспективи реалізації. / О.О. Алимова // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили. – 2009. – Т. 64. – № 51. – С. 53-59.
5. Белова І. Теоретичні аспекти зовнішньоекономічної діяльності інституційних одиниць в Україні. / І. Белова, О. Завитій, Н. Семенишена // Економічний дискурс. – 2019. – № 2. – С. 65-75.
6. Власюк Т.О. Оптимізація імпортової політики як чинник зовнішньоторговельної безпеки. / Т.О. Власюк // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 39-51.
7. Галазюк Н.М. Державне регулювання ЗЕД вітчизняних підприємств: теоретичні аспекти. Економічні науки. // Н. М. Галазюк, Ю. О. Галазюк // Економічна теорія та економічна історія. – 2013. – № 10. – С. 48-54.
8. Голинський Ю.О. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності та його удосконалення. / Голинський Ю.О., Павелчак А.В. // Молодий вчений. – 2018. – №10(2). – С. 749-752.
9. Гордуновський О.М. Особливості зовнішньоекономічної політики України. / О. М. Гордуновський // Вісник Черкаського університету. – 2015. – № 4. – С. 22-29.
10. Кіндзерський Ю. В. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій. / Ю. В. Кіндзерський // Інститут економіки та прогнозування НАН України. – 2007. – С. 27-28.
11. Крамарев Г. В. Аналіз динаміки та структури зовнішньоторговельної діяльності України. / Г. В. Крамарев, В. О. Шликова, О. М. Леванда. // Бізнес Інформ. – 2019. – №1. – С. 79-91.

12.Краснодєд Т.Л. Аналіз експортно-імпортних операцій України на сучасному етапі. / Т. Л. Краснодєд // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – №22 (2). – С. 32-35.

13.Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. / А. І. Кредісов // – 2006. – С. 448-449.

14.Ксендзук В.В. Експортні операції до країн Європейського Союзу: стан та перспективні напрями розвитку. / В. В. Ксендзук // Економічний розвиток європейських країн в контексті інтеграційних процесів: уроки для України: тези всеукраїнський молодіжний економічний форум, м. Житомир. – 2016. – С. 208-209.

15.Ксендзук В.В. Механізми формування та реалізації державної зовнішньоторговельної політики України: монографія. /В. В. Ксендзук // Житомир: Житомирська політехніка. – 2020. – 352 с.

16.Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи. / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2018. – № 9. – С. 81-93.

17.Мазаракі А. А. Зовнішня торгівля України: ХХІ століття: монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова // Київ. – 2016. – С. 482-483.

18.Меламед М. Валовий внутрішній продукт України та його податковий потенціал. / М. Меламед // Вісник НБУ. – 2015. – С. 54-58.

19.Мостовий Г. І. Концепція вільної торгівлі між Україною та ЄС. / Г. І. Мостовий // Зовнішня торгівля, економіка, фінанси, право. – 2011. – №1. – С. 27-31.

20.Палагнюк Ю.В. Механізми формування державної євроінтеграційної політики України. / Ю. В. Палагнюк // Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine. – 2013. – №4. – С. 141-146.

21.Пасемко Г.П. Державне регулювання міжнародної торгівлі в умовах глобалізації. / Г. П. Пасемко, Л. Г. Бага, С. В. Довгаль // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. – 2018. – № 2. – С. 226-232.

22.Платонова І.О. Теоретичні засади механізмів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. / І. О. Платонова // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 13. – С. 125-129.

23.Ремінський М.М. Динаміка та розвиток зовнішньоторгівельних відносин Україна – ЄС, в процесі євроінтеграції України. / М. М. Ремінський, К. В. Петренко // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2020. – № 14. – С. 48-49

24.Рибакова Т.О. Методи фінансового регулювання зовнішньоекономічної діяльності: теоретичний аспект. / Т. О. Рибакова // Інтелект ХХІ. – 2018. – № 3. – С. 23-26.

25.Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: монографія. / Т. В. Скорнякова // К.: Наук. Світ. – 2006. – 176 с.

26.Соколовська О.М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. / О. М. Соколовська // Вісник економічної науки України. 2020. – №1. – С. 97-102.

27.Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: монографія. / Т. М. Циганкова // К.: КНЕУ. – 2004. – 400 с.

28.Чепурда Л.М. Оцінка сучасного стану і тенденцій розвитку ринку послуг України. / Л. М. Чепурда // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 270-274.

29.Черчик Л. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. / Л. Черчик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 2. – С. 21-24.

30.Швиданенко О. А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти: монографія. / О. А. Швиданенко // К.: КНЕУ. – 2007. – С. 77-78.

31.<https://www.me.gov.ua> – офіційний сайт Міністерства економіки України.

32.<https://mfa.gov.ua> – офіційний сайт Міністерства закордонних справ України.

33.<http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.

34.Гуда А.О. Створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС: особливості, результати, перспективи. 2020. [Електронний ресурс]– Режим доступу до ресурсу: <https://eprints.oa.edu.ua>.

35. Диха М.В. Інструментарій регулювання зовнішньої торгівлі. 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/9067/1/2>.

36. Експорт України до ЄС: вплив нетарифних заходів. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kse.ua/ua/kse-research/eksport-ukrayini-do-yes-vpliv-netarifnih-zahodiv/>

37. ЄС скасує всі торговельні обмеження для України. Хто від цього може виграти? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/05/2/686503/>

38. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

39. Моніторинг Експортної стратегії України. Оцінка впливу ЕСУ. Основні показники ефективності реалізації стратегії. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://exportstrategy.me.gov.ua/impact>.

40. Промисловий безвіз із ЄС – іміджеві переваги та реальні підводні камені. Євроінтеграційний портал. 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://euua.kmu.gov.ua/analitika/promyslovyu-bezviz-iz-yes-imidzhevipereravagy-ta-realnipidvodni-kameni>.

41. Ремінський М.М., Петренко К.В. Динаміка та розвиток зовнішньоторговельних відносин Україна – ЄС в процесі євроінтеграції України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/205845>.

42. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

43. Baier, S.L. «On the widely differing effects of free trade agreements: Lessons from twenty years of trade integration» / S. L. Baier, Y. V. Yotov, T. Zylkin // Journal of International Economics. – № 116. – P. 206-226.

44. Butko O. RAW MATERIALS VS. FINISHED GOODS: VALUE ADDED AND GOVERNMENT POLICY / O. Butko // Kyiv School of Economics. – 2021. – P. 17-18.

45.Ginez F. BITCOIN VERSUS TRADITIONAL PAYMENT SYSTEMS: IS ONE MORE EFFECTIVE THAN THE OTHER? / F. Ginez // WisdomTree. – 2019. – P. 5-6.

46.Hoekman B. A vision for Ukraine in the world economy: Defining a trade policy strategy that leverages global opportunities. / B. Hoekman, J. Jensen, D. Tarr // Journal of World Trade. – 2014. – №48(4). – P. 795-814.

47.Kepaptsoglou, K. The gravity model specification for modeling international trade flows and free trade agreement effects: a 10-year review of empirical studies. / K. Kepaptsoglou, M. G. Karlaftis, D. Tsamboulas // The open economics journal. – 2010. – № 3. – P. 32-33.

48.Klimenko M.M. Policies and international trade agreements on technical compatibility for industries with network externalities. / M. M. Klimenko // Journal of International Economics. – 2009. – № 77(2). – P. 151-166.

49.Njoroge I. Implementing a National Export Strategy / I. Njoroge // Lessons from the Commonwealth. – 2010. – №1. – P. 39-40.

50.Obi-Okogbuo J. SCIENCE, TECHNOLOGY, AND GLOBALIZATION: A RE-APPRAISAL IN THE PHILOSOPHY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY / J. Obi-Okogbuo // European Scientific Journal. – 2015. – №14. – P. 381-382.

51.Zhang T. Global economic challenges and opportunities. / T. Zhang // Business Economics. – 2018. – №1 – P. 3-9.