

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 «Економіка»

Денної форми навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему	Розвиток зовнішньої торгівлі України: стан, тенденції та перспективи
здобувачки	Тищенко Вікторія Олександрівна
Наукова керівниця:	к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу Олефіренко Вікторія Володимирівна

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед
екзаменаційною комісією з атестації здобувачів
вищої освіти (ЕК)**

Завідувачка кафедри: д.е.н., професорка Циганкова Т.М.

(підпис)

Київ 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет Міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 «Економіка»

ПОГОДЖЕНО

Керівниця проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми
«Міжнародна економіка»

_____ Столярчук Я.М.

(підпис)

« _____ » _____ 20 ____ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри міжнародної торгівлі
і маркетингу

_____ Циганкова Т.М.

(підпис)

« _____ » _____ 20 ____ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Здобувачці вищої освіти _____ Тищенко Вікторії Олександрівні

денної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему: « Розвиток зовнішньої торгівлі України: стан, тенденції та перспективи»

Тему затверджено наказом ректора Університету від « 14.02.2023 р.» №293-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах:

офіційних сайтів міжнародних організацій та наукових публікаці

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Теоритичні основи зовнішньої торгівлі країни
Розділ 2	Тенденції зовнішньої торгівлі України
Об'єкт дослідження:	Розвиток торговельно-економічних відносин в світі.
Предмет дослідження:	Сучасний стан зовнішньої торгівлі України та перспективи її розвитку.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Вивчення теоретичних основ зовнішньої торгівлі країни та проведення аналізу стану та тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України, а також виявлення подальших її перспектив..

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:
У розділі 1

- розкрити сутність зовнішньої торгівлі країни;
- визначити показники розвитку зовнішньої торгівлі країни;
- дослідити регулювання зовнішньої торгівлі країни;

У розділі 2

- провести аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України;
- розглянути перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України;
- запропонувати напрями покращення зовнішньої торгівлі України.

Завдання підготувала

Наукова керівниця

(підпис)

Олефіренко В.В.

(прізвище)

« »

20 р.

Завдання одержала здобувачка

(підпис)

Тищенко В.О

(ініціали, прізвище)

« »

20 р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 52 сторінки, 4 таблиці, 17 рисунків, список використаних джерел з 37 найменувань.

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)

Об'єктом дослідження є розвиток торговельно-економічних відносин в світі.

Предметом дослідження є сучасний стан зовнішньої торгівлі України та перспективи її розвитку.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає у вивченні теоретичних основ зовнішньої торгівлі країни та проведенні аналізу стану та тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України, а також виявлення подальших її перспектив..

Завданнями роботи є:

- розкрити сутність зовнішньої торгівлі країни;
- визначити показники розвитку зовнішньої торгівлі країни;
- дослідити регулювання зовнішньої торгівлі країни;
- провести аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України;
- розглянути перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України;
- запропонувати напрями покращення зовнішньої торгівлі України.

Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці заходів щодо покращення зовнішньої торгівлі України, а також здійснення за допомогою економіко-математичного моделювання прогнозу на наступні декілька років. Розроблені рекомендації у даній кваліфікаційній роботі можуть бути використані на рівні держави для покращення зовнішньої торгівлі України, що сприятиме зміцненню національної економіки.

Період виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи – лютий - червень 2023 р.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2023 р.

Рік захисту роботи 2023 р.

Ключові слова: зовнішня торгівля, зовнішня політика, експорт, імпорт, зовнішньоторговельний оборот, зовнішньоторговельне сальдо.

В і д г у к

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача(ки) факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка»

Форма навчання денна

Тищенко В.О.

На тему «Розвиток зовнішньої торгівлі України: стан, тенденції та перспективи»

1. Актуальність теми: Кваліфікаційна бакалаврська робота є змістовним і комплексним науковим дослідженням, яке присвячено актуальній темі. Наразі повномасштабне вторгнення росії в Україну створює досить несприятливі умови для розвитку зовнішньої торгівлі країни. Внаслідок активних бойових дій, окупації частини території України зруйновано або суттєво пошкоджено виробничий потенціал експортноорієнтованих галузей економіки більшості регіонів і порушено логістику постачання товарів на експорт. Тому сучасний стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України є досить актуальною темою наразі.
2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи: Студентка розкрила сутність зовнішньої торгівлі країни, визначила показники розвитку зовнішньої торгівлі та дослідила систему регулювання зовнішньої торгівлі країни.
3. Наявність самостійних розробок автора: У роботі проаналізовано сучасний стан та перспективи зовнішньої торгівлі України та запропоновано напрями покращення зовнішньої торгівлі.
4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій. Результати дослідження мають теоретичну значущість, що полягає в розкритті сутності зовнішньої торгівлі, дослідженні сучасного стану та перспектив зовнішньої торгівлі України.
5. Наявність недоліків: в роботі є незначні недоліки редакційного характеру, що суттєво не впливають на якість дослідження.
6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: робота допущена до захисту перед ЕК та заслуговує позитивної оцінки.

Науковий керівник

к.е.н., доцент кафедри
міжнародної торгівлі і
маркетингу

Олефіренко В.В.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ.....	5
1.1. Сутність зовнішньої торгівлі країни.....	5
1.2. Показники розвитку зовнішньої торгівлі країни.....	12
1.3. Регулювання зовнішньої торгівлі країни.....	19
РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	26
2.1. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України.....	26
2.2. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України.....	35
2.3. Напрями покращення зовнішньої торгівлі України.....	43
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Наша держава протягом останніх років проживає одні з найбільш складних подій у своїй історії. Революція Гідності, анексія Криму та окупація частини Донбасу, пандемія Covid-19, а нині повномасштабна війна створює досить несприятливі умови для розвитку національної економіки. Саме війна створила значні перешкоди для економічного розвитку України, призвела до девальвації національної валюти, тимчасової втрати окремих територій, масової міграції населення, порушила вибудовані логістичні шляхи, зруйнувала розбудовану інфраструктуру та загалом призвела до рецесії національної економіки. В умовах війни складно забезпечити розвиток національної економіки, але це є надзвичайно важливим завданням для подальшої успішної боротьби України за свою незалежність.

Основні перспективи у забезпеченні розвитку національної економіки вбачаються у розвитку зовнішньої торгівлі України, що дозволяє забезпечити приплив валюти в економіку країни. До того ж війна зумовила геополітичні зміни та переорієнтацію зовнішньої торгівлі. Саме тому досить актуальним на сьогодні є завдання проведення аналізу стану, тенденцій та перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України.

Питання дослідження стану розвитку зовнішньої торгівлі України вивчалось різними вченими та економістами. У процесі розкриття даної теми будуть використані роботи таких вчених як: Белінської Я.В., Бойка Д.І., Гребельника О.П., Євтушенка В.А., Задоя А.О., Козака Ю.Г., Павлова О.І., Юр'євої П.Б. та інших відомих вчених. В умовах воєнного стану обрана тема для дослідження набуває особливої актуальної та потребує подальшого розкриття.

Мета дослідження полягає у вивченні теоретичних основ зовнішньої торгівлі країни та проведенні аналізу стану та тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України, а також виявлення подальших її перспектив.

Для розкриття даної теми у роботі будуть виконані наступні взаємопов'язані завдання:

- розкрити сутність зовнішньої торгівлі країни;
- визначити показники розвитку зовнішньої торгівлі країни;
- дослідити регулювання зовнішньої торгівлі країни;
- провести аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України;
- розглянути перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України;
- запропонувати напрями покращення зовнішньої торгівлі України.

Об'єктом дослідження є розвиток торговельно-економічних відносин в світі.

Предметом дослідження є сучасний стан зовнішньої торгівлі України та перспективи її розвитку.

Основу для проведення дослідження склала законодавча база України, яка регулює зовнішньоекономічну діяльність, офіційні дані Державної служби статистики України за останні роки, яка висвітлює динаміку показників зовнішньої торгівлі, результати наукових досліджень відомих вітчизняних та іноземних науковців, інформація представлена у вільному доступі у всесвітній глобальній мережі Інтернет тощо.

У процесі досягнення поставленої мети та виконання завдань використано ряд методів, серед яких центральне місце відводиться таким як: узагальненню, описовому, класифікації, систематизації, методи статистики, прийомам економіко-математичного моделювання, прогнозуванню, порівняльного аналізу, індукції та дедукції, графічним та табличним й іншим.

Отримані результати у процесі дослідження носять теоретичне та практичне значення. Це пояснюється тим, що у науковій роботі викладені власні наукові розробки авторки. Результати проведеного дослідження можуть бути використані на вищому рівні для підвищення ефективності зовнішньої торгівлі України.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, 2 розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 56 сторінок, що включає 4 таблиці та 13 рисунків. Список використаних джерел містить 36 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ

1.1. Сутність зовнішньої торгівлі країни

Вважається, що історія розвитку зовнішньої торгівлі сягає ще рабовласницького періоду на рубежі 15-16 століття. Саме у той час вперше країни стали взаємодіяти між собою, обмінюватися окремими товарами, зазвичай це стосувалося дефіцитних ресурсів, яких в одних країнах був надлишок, а в інших нестача. Таким чином зовнішня торгівля дозволяла забезпечити у країнах баланс між ресурсами та товарами. Це дозволяло країнам отримати необхідні ресурси чи товари, які були у них відсутні або які не мали змогу виробити. Саме у 16 столітті почали активно розвиватися торгівельні відносини між країнами, укладалися двосторонні та багатосторонні договори про торгівлю товарами. З того часу зовнішня торгівля розвивається, набуває нових обрисів, трансформується й посилюється у сучасній міжнародній економічній системі. Нині зовнішня торгівля є звичним явищем, важливою складовою міжнародного господарства, без якої не можна уявити сучасний світ [13].

Необхідно відмітити, що питання вивчення сутності зовнішньої торгівлі знаходилося і продовжує бути у полі зору вчених різних поколінь. Це обумовлено винятковим значенням зовнішньої торгівлі у сфері світогосподарських відносин. Опрацювання наукової літератури дозволило виявити існування великої кількості наукових підходів на сутність поняття «зовнішня торгівля». Кожен науковець, який досліджує дане питання надає власну авторську інтерпретацію цьому винятково важливому терміну. Як результат у науковому дискурсі не має єдиного загальноприйнятого визначення поняття «зовнішня торгівля», кожне з запропонованих його трактувань має право на використання. У табл. 1.1 систематизовані найбільш поширені наукові підходи щодо визначення сутності поняття «зовнішня торгівля».

Таблиця 1.1 – Найбільш поширені наукові підходи щодо визначення сутності поняття «зовнішня торгівля»

Автор	Зовнішня торгівля – це ...	Джерело
Д.І. Бойко	«обмін товарами і послугами між країнами, який призводить до того, що ціни або попит і пропозиція залежать від подій, що відбуваються у світі»	[2]
Л. І. Григорова-Беренда, М. В. Шуба	«частина міжнародної торгівлі, яка являє собою специфічну форму обміну товарами і послугами між продавцями та покупцями різних країн»	[6]
В.А. Євтушенко, М.М. Кудінова, М.Д. Косенко	«винятковий вид громадських відносин, що утворюються між країнами у процесі та задля обміну товарами»	[8]
А.О. Задоя	«взаємовідносини різних країн з певною метою вивезення (експорту) або ж ввезення (імпорту) товарів або послуг»	[9]
Ю.Г. Козак	«формування відносин між суб'єктами двох або більше країн з приводу розробки спільних стратегій, пріоритетних напрямків і програм розвитку, виявлення ризиків з метою реалізації соціально-економічних інтересів всіх учасників співробітництва, оформлених відповідними угодами, що не суперечать міжнародному праву»	[11]
Г.В. Моргун	«весь обсяг торгових, виробничо-економічних, фінансових та інших зв'язків і відносин в області пересування товарів, послуг і робочої сили за межами національних кордонів»	[16]
Ван Пен	«процес купівлі і продажу, що здійснюється між країнами, продавцями і посередниками в різних країнах»	[20]
Н.І. Федоронько	«відносини, які виходять за межі держав і виникають між ними та регламентуються нормами міжнародного права»	[24]
П.Б. Юр'єва	«засобом, завдяки якому держави розвивають спеціалізацію, підвищують ефективність своїх ресурсів та таким чином збільшують загальний обсяг виробництва»	[26]

Джерело: складено автором на основі [2, 6, 8-9, 11, 16, 20, 24, 26]

Наведена велика кількість наукових підходів підтверджують тезу щодо існування різних підходів інтерпретації поняття «зовнішня торгівля». Хоча при цьому усі запропоновані визначення є досить подібними за своїм змістом, а різняться формулюванням. Виходячи з результатів проведеного аналізу вважаємо за доцільне запропонувати власне визначення цього поняття. На нашу думку, під зовнішньою торгівлею слід розуміти одну з форм міжнародних відносин між резидентами різних держав, яка полягає в обміні товарами чи послугами, що

передбачає їх переміщення через митний кордон країни. При цьому зовнішня торгівля може здійснюватися як на рівні країн, так і окремих підприємств, суб'єктів.

З кожним роком зовнішня торгівля лише набуває нових обертів та збільшує свою вагу в міжнародній економіці. Колектив українських вчених К.О. Кузнєцова, В.В. Чорній та О.С. Ченуша прийшли до висновку, що стрімкий розвиток зовнішньої торгівлі обумовлений впливом таких чинників як [13]:

- поява міжнародного ринку;
- нерівномірність розміщення ресурсів та сировини у різних країнах світу;
- поява дисбалансу в попиті та пропозиції окремих товарів на внутрішньому ринку;
- обмежена місткість внутрішнього ринку кожної країни;
- розвиток капіталізму та бажання підприємців максимізувати прибутки та отримувати додаткові конкурентні переваги;
- зростання взаємозалежності країн.

Це основні чинники, які стали драйверами для розвитку зовнішньої економіки. Як показує сучасний стан з кожним роком їх вплив лише посилюється, а відповідно це стимулює розвиток зовнішньої торгівлі.

Слід зазначити, що у питанні ролі та значення зовнішньої торгівлі для економічного зростання думки провідних вчених, економістів, політиків різняться. На основі проведеного аналізу значного масиву інформації виділено два підходи до даного питання. Згідно першого підходу зовнішня торгівля призвела до негативних змін у фінансовій сфері країн, які розвиваються. Це пояснюється тим, що вигоди від зовнішньої торгівлі у першу чергу отримали уже до цього розвинені країни світу. Зовнішня торгівля їм дозволила посилити уже й так розвинену економічну систему через експорт продукції до менше розвинених та відповідно отримання виручки. Відповідно прихильники даного підходу притримуються думки, що зовнішня торгівля призводить до перерозподілу доходів, за яким доходи менш розвинених країн переходять до більш економічно розвинених країн. Це

прискорює економічний розвиток розвинених країн та водночас уповільнює економічний розвиток країн, що розвиваються [19].

За іншим підходом, який палко притримує американський економіст Джагдиш Бхагваті [27], зовнішня торгівля розглядається з позиції виключно позитивного ефекту, який вона приносить для усіх країн світу. Це пояснюється тим, що країни, які слідували політиці лібералізації, отримали позитивні економічні наслідки та стимулювали за рахунок цього розвиток національного господарства. Зокрема, за рахунок розвитку зовнішньої торгівлі країни мали змогу залучити інноваційні технології, продуктові новинки на внутрішній ринок. Крім того, зовнішня торгівля сприяє зміцненню конкурентоспроможності місцевих компаній.

Підсумовуючи зазначене можемо констатувати, що у науковій літературі існують різні точки зору щодо переваг та можливостей зовнішньої торгівлі. Єдиної правильної відповіді не існує, усі твердження є дискусійними та мають право як на прийняття, так і критику. Як би не було, але без зовнішньої торгівлі не було б усіх тих благ, які зараз мають люди з різних країн світу, а також держави не досягли наявних показників економічного розвитку. Тому безумовно зовнішня торгівля є важливою для усіх країн світу. Кожна країна є унікальною та має унікальні ресурси, географію, володіє певним потенціалом для розвитку певних галузей національного господарства. Тому обмін ними, а також використання конкурентних переваг однією з країн на міжнародному ринку є виправданим. Різниця полягає лише у тому, як кожна окрема країна використовує свої конкурентні переваги.

Ми дотримуємося думки, що вплив зовнішньої торгівлі на економіку слід розглядати лише з позитивної сторони. Є певні недоліки для окремих країн, але вони незначні й повністю компенсуються перевагами та можливостями, які надає їм зовнішня торгівля. Головне правильно використовувати потенціал закладений у кожній країні, створювати умови для отримання переваг від зовнішньої торгівлі. Остання надає переваги як для країни, підприємств, так і для населення. Проведений аналіз дозволяє на рис. 1.1 відобразити значення зовнішньої торгівлі.



Рисунок 1.1 – Значення зовнішньої торгівлі

Джерело: складено автором на основі [13]

Зовнішня торгівля є ключем до піднесення міжнародної економіки. У глобальній економіці попит і пропозиція, а отже, і ціни, впливають і зазнають впливу глобальних подій. Зовнішня торгівля дозволяє країнам розширювати свої ринки та отримувати доступ до товарів і послуг, які інакше могли б бути недоступними всередині країни. В результаті зовнішньої торгівлі ринок стає більш конкурентним. Це зрештою призводить до більш конкурентоспроможних цін і приносить споживачеві більш дешевий продукт. Підприємства, щоб бути конкурентоспроможними удосконалюються під впливом зовнішньої торгівлі, покращують свої бізнес-процеси [11].

Зовнішня торгівля дозволяє заможним країнам ефективніше використовувати свої ресурси – наприклад, робочу силу, технології чи капітал. Різні країни наділені різними активами та природними ресурсами: землею, працею, капіталом, технологіями тощо. Це дозволяє деяким країнам виробляти той самий товар більш ефективно; іншими словами, швидше та з меншими витратами. Тому вони можуть продати його дешевше, ніж інші країни. Якщо країна не може ефективно виробляти товар, вона може отримати його шляхом торгівлі з іншою країною, яка може. Це називається як спеціалізація в міжнародній торгівлі [16].

На підтвердження суттєвого значення зовнішньої торгівлі можемо навести приклад сьогодення. Через війну в Україні негативний вплив відчули країни, яких вона не торкнулася жодним чином. Зокрема, війна унеможливила стабільний експорт сільськогосподарської продукції, на які Україна традиційно багата, що призвело до продовольчої кризи в окремих регіонах, а також суттєво підвищення цін на продукти харчування та енергоносії в усіх країнах Європи. Це підтверджує те, що сучасний світ та економіки різних країн є взаємозалежними. Кризові явища у економіці однієї країни негативно впливають на стан економіки інших держав світу. Прогнозується, що взаємозалежність між економіками країн лише зростатиме.

Зазначимо, що на розвиток зовнішньої торгівлі має вплив значна кількість чинників. Найбільший вплив з-поміж усіх наразі має розвиток ІТ-сфери. Вебсайти, доступ до мережі Інтернет, спеціалізоване програмне забезпечення відкрило нові можливості для розвитку зовнішньої торгівлі. Сьогодні споживач з будь-якого куточка світу за допомогою мережі Інтернет замовити товар з іншої країни, комунікувати з менеджерами зарубіжної компанії й багато чого іншого. Сучасними тенденціями зовнішньої торгівлі є подальша лібералізація, входження у єдиний світовий простір країн світу, які підтримують єдине міжнародне право. Країни об'єднуються, створюють нові об'єднання з метою отримання переваг для зовнішньої торгівлі. Зокрема, Україна уже давно задекларувала цілі щодо входження до ЄС, що дасть значні переваги для розвитку країни та відкриє нові можливості для експорту та імпорту товарів й послуг [13].

Через глобалізацію світові економіки стали більш переплетеними, і міжнародна торгівля є основною частиною економік більшості країн. Це надає споживачам різноманітні варіанти і збільшує конкуренцію, тому підприємства повинні виробляти економічно ефективні та високоякісні товари, приносячи користь цим споживачам. Країни також отримують вигоду від міжнародної торгівлі, зосереджуючись на виробництві товарів, у яких вони мають порівняльну перевагу. Хоча деякі країни обмежують міжнародну торгівлю за допомогою тарифів і квот, щоб захистити національний бізнес, зовнішня торгівля показала користь для економіки в цілому [20].

Таким чином, зовнішня торгівля є історично першою формою економічних зв'язків між країнами, яка полягає в обміні продуктами та послугами. Вона почала зароджуватися ще у період рабовласницького ладу й продовжує активно розвиватися й нині, потенціал для її подальшого зростання потужний. Цьому насамперед сприяють глобалізаційні процеси, зростання залежності між країнами, а також активний розвиток ІТ сфери, що спрощує взаємодію між резидентами, які знаходяться у різних державах. Зовнішня торгівля сприяє більш ефективності використанню наявних ресурсів, а також надає можливість країнам отримати дефіцитні товари, якими вона не володіє. Нині зовнішня торгівля є стратегічним напрямком розвитку кожної економічно розвинутої держави світу. Зовнішня торгівля дозволяє: зміцнити міжнародну конкурентоспроможність, стати генератором для розвитку національної економіки, створити позитивний імідж країни-експортера, отримати доступ до дефіцитних ресурсів, задовольнити потреби місцевого населення, використати наявні конкурентні переваги, посилити політичні та економічні зв'язки між країнами тощо.

Від стану зовнішньої торгівлі суттєво залежить стан національної економіки країни та її позиції на міжнародній арені. Стан зовнішньої торгівлі країни визначається шляхом оцінки різних показників, що характеризують дану діяльність. У наступному підрозділі кваліфікаційної роботи розглянуто показники розвитку зовнішньої торгівлі країни.

1.2. Показники розвитку зовнішньої торгівлі країни

Зовнішня торгівля розвивається в усьому світі. Складно назвати хоча б одну країну світу, яка б не була задіяна у процесах зовнішньої торгівлі. Однак розвиток зовнішньої торгівлі у кожній країні не однаковий. Як показує теорія та практика, існує залежність між розвитком зовнішньої торгівлі країни та розвитком національної економіки. У міжнародній практиці використовується ряд показників, які дозволяють визначити розвиток зовнішньої торгівлі країни. Це дозволяє визначити позиції країни у різних міжнародних рейтингах, а також виявити тенденції зовнішньої торгівлі.

Слід зазначити, що в цілому в науковій думці існує велика кількість показників, які служать індикаторами розвитку зовнішньої торгівлі країни. Між науковцями не досягнуто єдиного консенсусу щодо показників розвитку зовнішньої торгівлі країни. Різні науковці виділяють власні системи показників розвитку зовнішньої торгівлі. Сходяться науковці лише в одному питанні – зовнішню торгівлю країни визначає не один показник, а декілька у комплексі, які характеризують різні сторони зовнішньої торгівлі. Також при проведенні аналізу зовнішньої торгівлі країни важливо його здійснювати у динаміці охоплюючи період у 3-5 років. Саме такий підхід дозволяє отримати максимальний обсяг релевантної інформації щодо формулювання остаточних висновків про стан розвитку зовнішньої торгівлі країни [8].

Як зазначалося вище, у науковій літературі існують різні підходи щодо показників розвитку зовнішньої торгівлі країни. Зокрема, А.О. Задоя [9] у своїй науковій праці виділяє чотири групи показників: обсяг, динаміка, структура та ефективність. Однак даний підхід є досить обмеженим та неповним, як результат тільки їх використання не дозволить провести всезагальний аналіз стану розвитку зовнішньої торгівлі країни. Більш досконалу класифікацію системи показників розвитку зовнішньої торгівлі країни запропонувала П.Б. Юр'єва [26]. Остання на основі узагальнення наукових праць вітчизняних та закордонних вчених виділила систему показників, яка складається з 5 груп, наведених на рис. 1.2.

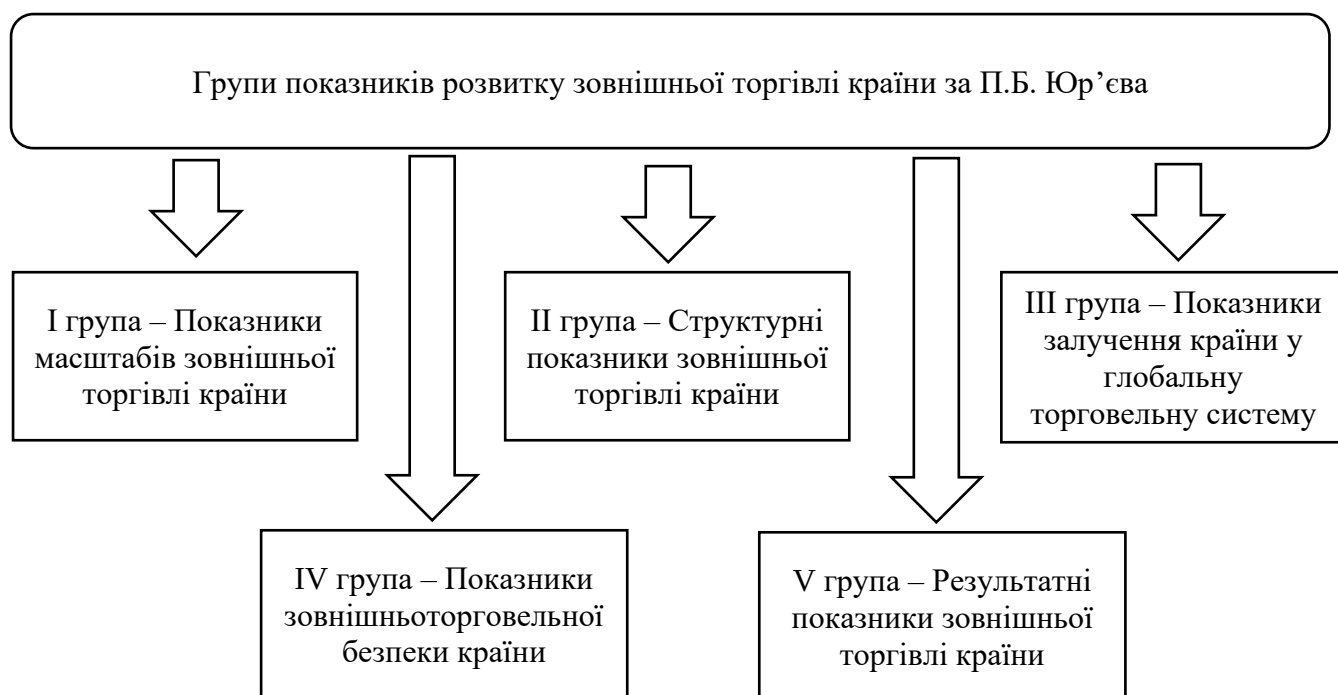


Рисунок 1.2 – Групи показників розвитку зовнішньої торгівлі країни за П.Б. Юр'єва

Джерело: складено автором на основі [26]

Показники масштабів зовнішньої торгівлі країни є найбільш простими та доволі часто їх називають ще показниками обсягу. Вони надають кількісну оцінку зовнішньої торгівлі країни та дозволяють оцінити її обсяги у динаміці як в цілому, так і за окремим товаропотоками у вартісних та фізичних величинах. Показники, які входять до даної групи є основними та використовуються для розрахунку інших груп показників. Тому їх розрахунок є важливим та обов'язковим при оцінці розвитку зовнішньої торгівлі країни.

До показників масштабів зовнішньої торгівлі країни відносяться наступні: обсяг експорту, обсяг імпорту, зовнішньоторговельний оборот, їх темпи росту, обсяг реекспорту, транзитних операцій, обсяг генеральної торгівлі та інші. Інформаційну базу для проведення такої оцінки служить офіційна статистика країни. Таку оцінку можна проводити у межах року, кварталу, місяця, будь-якого проміжку часу. В Україні такі дані відображаються Державною службою статистики України [7]. Однак в цілому вона не є досконалою, оскільки не

відображає офіційних даних щодо обсягів реекспортних та реімпортних операцій, без яких неможливо розрахувати ряд подальших розрахунків. Також такий аналіз можна проводити у розрізі окремих регіонів, що дозволяє визначити області з більш високим зовнішньоторговельним потенціалом [26].

Основними показниками у першій групі є обсяг експорту, імпорту та зовнішньоторговельний баланс. Зазначимо, що зовнішня торгівля може передбачати експорт або імпорт. Продукт, який продається на світовому ринку, називається експортом, а продукт, який купується на світовому ринку, є імпортом. Імпорт та експорт обліковуються в розділі поточного рахунку платіжного балансу країни. У міжнародній практиці вважається, що позитивним є переважаання обсягів експорту над імпортом. Зовнішньоторговельний баланс показує загальний обсяг експорто-імпортних операцій за певний проміжок часу. О.П. Гребельник у своєму дослідженні наводить таку формулу для розрахунку зовнішньоторговельного балансу [5]:

$$ЗТО = E + I \quad (1.1)$$

де ЗТО – зовнішньоторговельний баланс;

E – обсяг експорту;

I – обсяг імпорту.

Також важливим при оцінці розвитку зовнішньої торгівлі країни є сальдо зовнішньої торгівлі, яке розраховується за формулою [5]:

$$\Delta ЗТ = E - I \quad (1.2)$$

де $\Delta ЗТ$ – сальдо зовнішньої торгівлі;

E – обсяг експорту;

I – обсяг імпорту.

Після розрахунку цих показників можливо зробити перші висновки щодо стану розвитку зовнішньої торгівлі країни. Якщо сальдо зовнішньої торгівлі має

від'ємне значення, то це свідчить про переважання імпорту над експортом. Це вважається негативним для розвитку зовнішньої торгівлі країни та свідчить про недостатнє використання експортного потенціалу. У країнах з високо розвинутою економікою суттєво переважають обсяги експорту над імпортом, тоді як країни з менш розвинутою економікою здебільшого імпортують з міжнародного ринку, а ніж експортують на нього свою продукцію та послуги.

Друга група включає структурні показники зовнішньої торгівлі країни. З самої їх назви стає зрозумілим, що вони дозволяють провести оцінку структури зовнішньої торгівлі. Таку оцінку слід проводити як у межах експорту, так і у межах імпорту, які виражаються у кількісних та відносних вимірах. Кількісні показники характеризують кількість країн-партнерів у зовнішній торгівлі, кількість товарних груп у розрізі експортних та імпортних операцій тощо. Відносні показники характеризують питому вагу країн, товарних позицій у загальних обсягах зовнішньої торгівлі. За допомогою цих показників можна дізнатися таку інформацію [9]:

- товари та послуги, які найбільше експортуються з країни;
- товари та послуги, які найбільше імпортуються до країни;
- провести ранжування країн за експортом продукції та послуг;
- провести ранжування країн за імпортом продукції та послуг.

При використанні другої групи показників обов'язковим є проведення оцінки розвитку зовнішньої торгівлі як у абсолютних величинах, так і відносних. Найважливіше, що така оцінка дозволяє визначити вагу окремих товарів та послуг у структурі експорту та імпорту. Також можливим є визначення структурної товарної та географічної спеціалізації країни.

У межах даної групи показників використовується індекс Херфендаля-Хиршмана, який характеризує концентрацію товарної або географічної структури експорту країни. Розраховується даний індекс за формулою [26]:

$$HHI = \sum \left(\frac{ex_{ij}}{EX_j} \right)^2 \quad (1.3)$$

де ННІ – індекс Херфендаля-Хиршмана;

ex_{ij} – обсяг експорту товари/товарної групи або країни/регіону;

EX_j – загальний обсяг експорту країни/регіону.

Третьою групою показників є показники залучення країни у глобальну торговельну систему. О.П. Гребельник [5] ще таку групу показників називає як показники інтенсивності міжнародних економічних відносин. Дана група показників характеризує умови зовнішньої торгівлі у країні, позиція країни у різноманітних міжнародних рейтингах, відкритість економіки тощо. Умови зовнішньої торгівлі визначаються та залежать від прийнятих законодавчих нормативних актів, які регулюють зовнішню торгівлю. Вищі органи управління мають можливість суттєво впливати на зовнішню торгівлю країни шляхом прийняття різноманітних нормативно-правових актів, які регулюють дану сферу. Важливим є урахування позицій країни у різноманітних міжнародних рейтингах, які характеризують стан зовнішньої торгівлі. Зокрема, це може бути рейтинг країн за обсягами експорту, частки експорту у світовому експорті тощо.

Четверта група показників є показниками зовнішньоторговельної безпеки країни. Дана група показників вказує на значення зовнішньої торгівлі для економіки країни, а також залежність розвитку національної економіки від розвитку зовнішньої торгівлі. Найважливішим показником даної групи є питома вага доходів отриманих від зовнішньої торгівлі у ВВП країни, а також експортна й імпортна квоти. Останні дві розраховуються за формулами [5]:

$$K_e = E / \text{ВВП} \times 100\% \quad (1.4)$$

$$K_i = I / \text{ВВП} \times 100\% \quad (1.5)$$

де K_e – експортна квота;

K_i – імпортна квота;

ВВП – валовий внутрішній продукт.

Остання група показників відображає результативність та ефективність зовнішньої торгівлі країни. Дана група показників є найбільш чисельною та включає такі індикатори, як: обсяги експорту на душу населення, рівень дохідності товарного експорту, ефективність зовнішньої торгівлі, зовнішньоторговельне сальдо тощо. Існують випадки, за яких один і той самий показник розвитку зовнішньої торгівлі може одночасно бути віднесеним до різних груп показників. Це обумовлено тим, що один показник, може характеризувати різні сторони зовнішньої торгівлі.

Найбільш дискусійним у науковому колі є показник розрахунку ефективності зовнішньої торгівлі. Оскільки в економіці прийнято ефективність розраховувати як співвідношення отриманого корисного результату та понесених витрат. Тоді, як економічний ефект розраховується як різниця між отриманими економічними вигодами та понесеними на ці витратами. При оцінці розвитку зовнішньої торгівлі П.Б. Юр'єва [26] вважає, що «про ефективність зовнішньої торгівлі країни можна стверджувати лише тоді, коли витрати на виробництво експортованої продукції у межах країни будуть вищими за витрати на експортні товари. Тільки за таких умов можна вважати, що зовнішній обмін є вигідним для обох країн. За іншим підходом ефективність зовнішньої торгівлі визначається як співвідношення витрат на виробництво експортних товарів до виручки від продажу».

Дати адекватну оцінку розвитку зовнішньої торгівлі країни не можливо через один окремий показник. Необхідним є розрахунок комплексу показників, які характеризують різні сторони зовнішньої торгівлі країни. Також важливим є визначення темпів зростання показників у динаміці, зокрема таких як обсяг експорту та імпорту, зовнішньоторговельного балансу тощо. Популярною є практика використання економіко-математичного моделювання для оцінки розвитку зовнішньої торгівлі країни, а також здійснення прогнозування зміни окремих показників. Економіко-математичне моделювання дозволяє побудувати моделі на основі статистичних даних попередніх років й відповідно до них

спрогнозувати динаміку їх змін у майбутньому. Також вони дозволяють визначити вплив окремих факторів на стан зовнішньої торгівлі в країні [9].

Слід додати, що на рівні країни ефективність зовнішньої торгівлі розглядається у трьох сферах: бюджетній, виробничій та соціальній. У табл. 1.2 наведено вигоди від зовнішньої торгівлі країни.

Таблиця 1.2 – Вигоди від зовнішньої торгівлі країни

Сфера впливу	Вигоди від зовнішньої торгівлі	Витрати на зовнішню торгівлю
Бюджетна	Митні платежі від зовнішньої торгівлі, приріст податконадходжень (ПДВ, акцизний податок) від експортоорієнтованих підприємств	Витрати на утримання митних органів та частково витрати на утримання податкових органів у частині адміністрування ПДВ та акцизного податку із зовнішньоторговельних операцій
Виробнича	Приріст сукупного виробництва продукції після модернізації виробничих потужностей за рахунок імпорту високоефективних засобів праці	Сукупні витрати пов'язані з придбанням імпортного високотехнологічного обладнання
Соціальна	Приріст чисельності зайнятих в експортоорієнтованих сферах економічної діяльності	Середньоспискова чисельність зайнятих в експортоорієнтованих сферах економічної діяльності

Джерело: складено автором на основі [26]

Загалом оцінка ефективності зовнішньої торгівлі країни є досить складним процесом. Оскільки існує велика кількість показників, які характеризують стан розвитку зовнішньої торгівлі. До того ж існує велика кількість якісних вигід, які забезпечує зовнішня торгівля, які кількісно не представляється можливим виміряти. Зокрема, зовнішня торгівля сприяє зміцненню іміджу країни, посилення зв'язків з іншими країнами тощо. Тому для оцінки розвитку зовнішньої торгівлі країни слід використовувати усі можливо показники та виходячи з їх стану робити відповідні висновки.

Таким чином, розвиток зовнішньої торгівлі характеризується цілим набором показників, які характеризують різні її сторони. За найбільш узагальненим підходом усі показники розвитку зовнішньої торгівлі можна об'єднати у 5 груп: результатні показники зовнішньої торгівлі країни, показники

зовнішньоторговельної безпеки країни, показники залучення країни у глобальну торговельну систему, структурні показники зовнішньої торгівлі країни, а також показники масштабів зовнішньої торгівлі країни. Основними показниками є обсяг експорту, обсяг імпорту, зовнішньоторговельний оборот, зовнішньоторговельне сальдо та інші. Важливо проводити структурний аналіз зовнішньої торгівлі, що дозволяє визначити групи товарів/країн, які займають найбільшу питому вагу в загальних обсягах. Для формулювання адекватних висновків необхідно проводити оцінку показників розвитку зовнішньої торгівлі у динаміці. Такий підхід дозволить визначити їх зміну протягом певного проміжку часу, найчастіше це 3-5 років.

Суттєвий вплив на стан розвитку зовнішньої торгівлі країни має її регулювання з боку міжнародного права, а також внутрішніх регуляційних органів всередині кожної країни. Тому далі надано характеристику регулювання зовнішньої торгівлі країни.

1.3. Регулювання зовнішньої торгівлі країни

Зовнішня торгівля країни здійснюється з урахуванням чинного правового середовища, а також міжнародного права. Зовнішня торгівля будь-якої країни регулюється з боку уряду та піддається жорсткому контролю міжнародних відносин, а також здійснених зовнішніх торговельних операцій. Цей вплив та регулювання з боку державних органів влади є значно вищим, а ніж по відношенню до внутрішньої торгівлі. Уряд кожної країни створює власну систему регулювання зовнішньої торгівлі шляхом розробки відповідної нормативно-правової системи, яка регулює ці відносини, а також встановлює систему ліцензування експортно-імпортних операцій, квоти, мита, ембарго, оподаткування на зовнішню торгівлю. Кожна країна самостійно формує власну правову систему регулювання зовнішньої торгівлі. Однак з урахуванням того, що в сучасному середовищі країни є взаємозалежними, а процеси глобалізації та інтернаціоналізації економіки посилюються, то вони орієнтуються на міжнародне право. Останнє визначає певні принципи, загальні міжнародні права при здійсненні зовнішньої торгівлі [11].

Якщо взяти до уваги Україну, то в нашій країні за регулювання зовнішньої торгівлі відповідає Верховна рада України, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, Міністерство економіки України, державний митний комітет України та інші органи влади. В цілому в Україні досить розгалужена система управління зовнішньою торгівлею. Також в Україні створена відповідна законодавча база, яка включає велику кількість нормативно-правових актів, які регулюють зовнішню торгівлю.

В Україні головним нормативно-правовим актом у даній сфері є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [17]. Даний закон регулює усі види зовнішньоекономічної діяльності в Україні з урахуванням взятих країною зобов'язань у рамках міжнародних договорів та угод. У даному законі наводять основні терміни, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю, принципи її здійснення, різновиди, особливості оподаткування даного виду діяльності, визначено мету та засоби регулювання здійснення зовнішньої торгівлі тощо. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» є основним, який визначає державні засади здійснення зовнішньої торгівлі.

Крім того, в кожній країні введено різноманітні постанови, накази розпорядження уряду щодо валютного регулювання, стандартів безпеки та якості, патентів, транспортування, упакування, торговельних марок, квот та інших формальностей. До того ж у кожній країні законодавство у частині регулювання зовнішньої торгівлі може змінюватися шляхом внесення поправок через прийняття нових постанов та інших нормативно-правових актів. Зокрема, в Україні у день війни Національним банком України було видано екстрену постанову, яка регулює процеси зовнішньої торгівлі. Ця постанова за 10 місяців зазнала більше 30 змін та поправок. На разі вона забезпечила «перехід від фіксованого курсу валют до ринкового, проведення платежів за товари і послуги, які належать до критичного імпорту, зменшення граничних строків розрахунків за контрактами, заборона торгівлі з росією і білорусією» [25].

Підприємства та усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності повинні неухильно дотримуватися чинної нормативно-правової бази. Крім того, при

здійсненні зовнішньої торгівлі необхідним є урахуванням міжнародного права. Однак більшість країн світу при розробці та прийнятті власної правової системи ураховували принципи й положення міжнародного права.

В цілому можна виділити два рівні регулювання зовнішньої торгівлі: національний та глобальний. Національний здійснюється на рівні окремої країни, шляхом створення відповідної правової системи регулювання зовнішньої торгівлі. Вище розглянуто окремі її аспекти. Однак при здійсненні експортних чи імпортних операцій діяльність виходить за межі країни, тому необхідним є урахування міжнародного права. Міжнародне право включає глобальний рівень регулювання зовнішньої торгівлі [1].

Глобальний рівень включає широкий набір правил, принципів, положень, міжнародних договорів та угод, які розроблялися міжнародними організаціями для сприяння та регулювання світових торговельно-економічних відносин. Це ті норми та принципи, які виходять за межі юрисдикції країни. Коли відбувається співпраця країн чи підприємств на зовнішньому ринку, то пріоритет надається глобальному рівні регулювання зовнішньої торгівлі. При цьому не можна також виходити за допустимі межі чинного законодавства своєї країни. У процесі зовнішньої торгівлі регулювання є досить жорстким та не допускає нехтування законами чи іншими нормативно-правовими актами [19].

На Глобальному рівні центральне місце відводиться Світовій організації торгівлі, яка регулює торгово-політичні відносин між країнами-членами. Дана організація охоплює близько 170 країн. Дана організація створює єдину правову систему для регулювання зовнішньої торгівлі між країнами-членами Світової організації торгівлі. Вона створює загальну основу для здійснення зовнішньої торгівлі усіма країнами, які є її членами.

Крім Світової організації торгівлі, в систему міжнародних організацій, які регулюють зовнішню торгівлю входять такі організації, як Спілка міжнародних ярмарків, ЮНКТАД, Рада митного співробітництва, ЮНСІТРАЛ, Міжнародний торговельний центр, Бюро міжнародних виставок, Міжнародна торговельна палата, а також регіональні та галузеві організації [6].

Складність регулювання зовнішньої торгівлі полягає у тому, що у кожній країні створена власна законодавча та правова база. Коли здійснюється внутрішня торгівля, то все набагато простіше, підприємства керуються чинною нормативно-правовою системою. При здійсненні зовнішньої торгівлі все виходить далеко за рамки національного законодавства. Саме через те, щоб не виникало різноманітних суперечностей й створено загально світову правову систему з даного питання.

Державне регулювання зовнішньої торгівлі може бути одностороннім, двостороннім та багатостороннім. На рис. 1.3 наведено характеристику основним видам державного регулювання зовнішньої торгівлі.

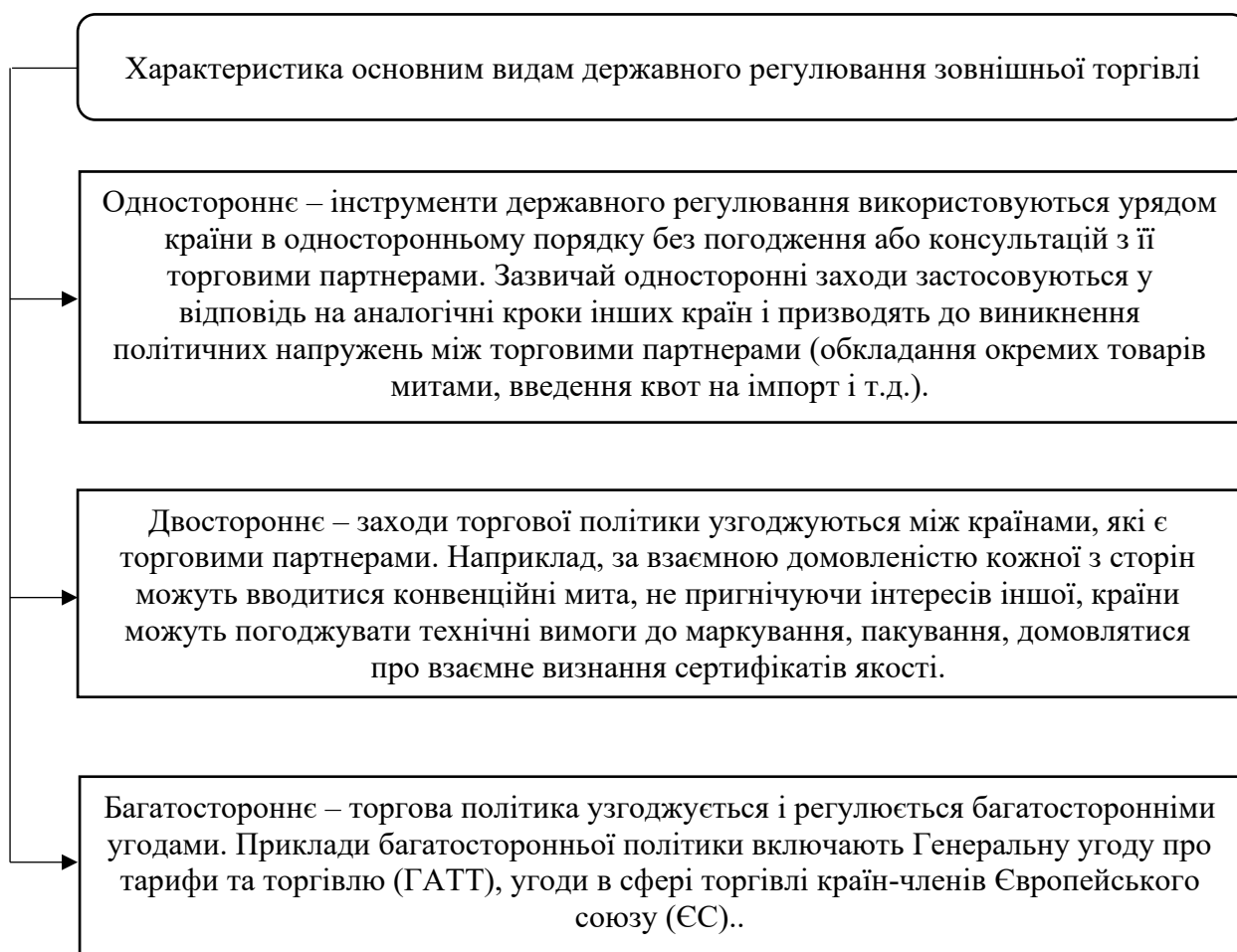


Рисунок 1.3 – Характеристика основних видів державного регулювання зовнішньої торгівлі

Джерело: складено автором на основі [13]

Загалом регулювання зовнішньої торгівлі є досить багатограним. Воно регулюється на державному рівні, у межах відносин двох країн, а також керуючись міжнародним правом. Країни працюють постійно над тим, щоб створити єдиний простір та справедливую уніфіковану правову систему, яка регулюватиме зовнішню торгівлю. Це значно спростить і пришвидшить експорт-імпортні процеси. Для цього створюються різні об'єднання країн, що створює єдині правила, спрощує механізми взаємодії при здійсненні зовнішньої торгівлі. Зокрема, Україна рухається у напрямку повноправного членства у ЄС. Однією з перших вимог, які висувалися організацією до України – це саме гармонізація вітчизняного законодавства відповідно до ЄС. Це здійснено з метою, щоб при взаємодії між країнами-членами не виникало жодних розбіжностей та керувалися виходячи з єдиних принципів та правил [2].

В цілому держава має різні види та важелі впливу на зовнішню торгівлю. До найважливіших видів державного регулювання зовнішньої торгівлі відноситься тарифне та нетарифне регулювання.

Головним регулятором зовнішньої торгівлі виступає митний тариф та збір, які відносяться до різновидів тарифного регулювання. Вони являють собою фіксований відсоток, який сплачується у вигляді податку при перетині товаром митного кордону. Він має суттєвий вплив на ціноутворення, оскільки підвищує розмір товару, який експортується або імпортується. Митні збори при здійсненні зовнішньої торгівлі виступають важливим інструментом наповнення державного бюджету. Митний збір буває не лише експортний та імпортний, але й транзитний. У останньому випадку митом обкладаються товари, які перевозяться транзитом через територію України. Для кожної категорії товарів встановлюються індивідуальні митні ставки [6].

Головними завданнями митного тарифу є наступні [16]:

- захист національних виробників від іноземної конкуренції;
- наповнення державного бюджету через сплату митного збору;
- сприяння доступу національних товарів на іноземні ринки;
- покращення стану платіжного балансу країни.

Як доповнення до тарифних методів регулювання зовнішньої торгівлі уряди країн активно використовують нетарифні методи. Вони на відміну від попередніх не підвищують вартість товару. Нетарифні методи регулювання поділяються на кількісні, приховані та фінансові. Кількісні включають у себе різні обмеження щодо кількості номенклатури товарів дозволених до вивозу чи ввезення у країну. Кількісні обмеження можуть визначатися урядом країни або на основі прийнятих міжнародних угод. Для кількісного обмеження використовується: квотування, ліцензування, а також «добровільне» обмеження.

Приховані методи нетарифних методів регулювання зовнішньої торгівлі включають у себе дотримання національних стандартів, отримання певних стандартів якості, специфічні вимоги до упакування та маркування, введення обмеження на встановлення ціни тощо [13].

Фінансові методи нетарифного регулювання впроваджуються з метою підвищення конкурентоспроможності національного виробника на міжнародному ринку. Для цього вводяться різноманітні субсидії, які надаються національним експортерам з метою їх фінансової підтримки. Прикладом такої підтримки може бути дотації для аграрних підприємств України. Це робить їх більш конкурентоспроможними на міжнародному ринку аграрної продукції. Окрім субсидування можуть державою надаватися безвідсоткові кредити експортерам.

Нетарифне регулювання зовнішньої торгівлі стосується політики або заходів, які країни використовують для обмеження імпорту або експорту, крім традиційних тарифів (податків на імпорт або експорт). Ці нетарифні заходи часто впроваджуються для захисту вітчизняної промисловості, забезпечення безпечності харчових продуктів і захисту навколишнього середовища або з інших причин, пов'язаних з національною безпекою чи здоров'ям населення. Нетарифні заходи можна використовувати для захисту вітчизняної промисловості, але вони також можуть створювати бар'єри для торгівлі та обмежувати конкуренцію, що призведе до підвищення цін і зменшення вибору для споживачів. Тому важливо знайти баланс між захистом національної промисловості та просуванням вільної та справедливої торгівлі.

Для узагальнення на рис. 1.4 наведено інструменти регулювання зовнішньої торгівлі.

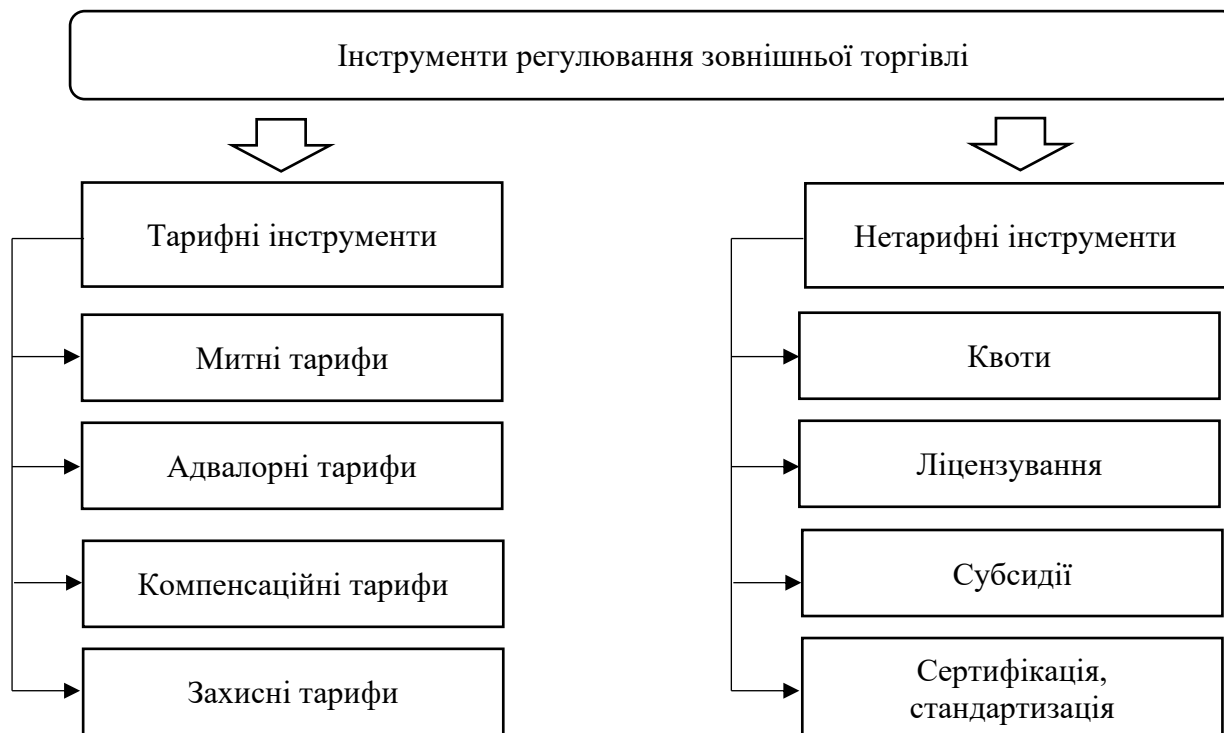


Рисунок 1.4 – Інструменти регулювання зовнішньої торгівлі

Джерело: складено автором на основі [13]

Таким чином, зовнішня торгівля піддається жорсткому державному регулюванню. Складнощі додає те, що при зовнішній торгівлі необхідне урахування не лише внутрішньої нормативно-правової бази, але й міжнародного права. Україна є членом Світової організації торгівлі, яка створює єдину правову систему для регулювання зовнішньої торгівлі між країнами. У міжнародній практиці поширеною є практика багатостороннього державного регулювання, яке здійснюється шляхом укладання угод між низкою країн. Такий підхід дозволяє створити єдине правове середовище між державами, що сприяє розвитку зовнішньої торгівлі. Для регулювання зовнішньої торгівлі найчастіше держава використовує тарифні та нетарифні методи.

РОЗДІЛ 2

ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

2.1. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України

Україна тісно інтегрована у світогосподарські процеси, розвиває міжнародні зв'язки та здійснює зовнішню торгівлю з іншими державами. Зовнішня торгівля визначена як пріоритетна для розвитку національної економіки України. Усе це вилилося у підписання різноманітних міжнародних договорів з більше як 90 міжнародних організацій та 186 країнами світу. При цьому даний процес щодо розвитку міжнародних відносин, укладання взаємовигідних договорів, створення сприятливого середовища для здійснення торговельних операцій активно продовжується [22].

Водночас протягом останніх років на зовнішню торгівлю України негативно впливає ряд факторів. Зокрема, у 2020 р. негативно на даний процес вплинула пандемія Covid-19, а з початком 2022 р. в Україні розпочалася повномасштабна війна, що породила велику кількість ризиків та створило суттєві перешкоди для розвитку зовнішньої торгівлі. Незважаючи на це наша країна, відповідні органи влади постійно знаходяться у пошуку шляхів виходу з наявної ситуації та розвитку зовнішньої торгівлі. Це пов'язано з тим, що обсяги зовнішньої торгівлі країни мають суттєвий вплив на стан економіки, надходження виручки, збільшення наповненості державного бюджету, а також сприяє зростанню іміджу країни на світовій арені [25].

Виходячи з цього, користуючись офіційними даними Державної служби статистики України за останні декілька років проведено аналіз стану зовнішньої торгівлі країни. Такий аналіз проведено у динаміці, що дозволить визначити тенденції зміни окремих показників. У табл. 2.1 наведено динаміку зовнішньої торгівлі України за 2018-2022 рр.

Таблиця 2.1 – Динаміка зовнішньої торгівлі України за 2018-2022 рр., млн. дол. США

Рік	Експорт		Імпорт		Коефіцієнт покриття експортом імпорту	Сальдо зовнішньої торгівлі, млн. дол. США
	млн. дол. США	% до попереднього року	млн. дол. США	% до попереднього року		
Товари і послуги						
2018	59014,8	115,45	63549,3	105,76	0,93	-4534,5
2019	65715,4	111,35	67827,2	106,73	0,97	-2111,8
2020	60712,9	92,39	60048,6	88,53	1,01	664,3
2021	81228,7	133,79	80436,4	133,95	1,01	792,3
2022	53314,7	65,64	58288,4	72,47	0,91	-4973,7
Товари						
2018	47334,9	109,4	57187,5	115,3	0,83	-9852,6
2019	50054,6	105,74	60800,1	106,31	0,82	-10745,5
2020	49191,8	98,27	54336,1	89,37	0,91	-5144,3
2021	68072,3	138,38	72843,1	134,06	0,93	-4770,8
2022	44148,7	64,85	55273,4	75,88	0,80	-11124,7
Послуги						
2018	11679,9	118,67	6361,8	103,4	1,84	5318,1
2019	15660,8	134,08	7027,1	110,46	2,23	8633,7
2020	11521,1	73,57	5712,5	81,29	2,02	5808,6
2021	13156,4	114,2	7593,3	132,9	1,73	5563,1
2022	9166	69,67	3015	39,7	3,04	6151

Джерело: складено автором на основі [7]

Результати проведеного аналізу вказують на активне зростання зовнішньої торгівлі України протягом 2018-2019 рр. та суттєве зниження у 2020 р. Це обумовлено негативним впливом пандемії Covid-19, впровадження суттєвих обмежувальних заходів як на національному, так і міжнародному рівні. Водночас як би не парадоксально це звучало, але саме пандемія Covid-19 сприяла формуванню позитивного сальдо зовнішньої торгівлі. Це обумовлено тим, що пандемія більш негативний вплив мала на ті продукти та послуги, які Україна імпортує. У 2021 р. сальдо зовнішньої торгівлі мала позитивне значення і склало 792,3 млн. дол. США.

Слід зазначити, що сальдо зовнішньої торгівлі товарами протягом всього 2018-2021 рр. мала від'ємне значення. Тобто Україна більше імпортує товарів, а ніж експортує, що характеризується торговим дефіцитом. Якщо аналізувати сальдо

зовнішньої торгівлі послугами, то тут ситуація кардинально протилежна. Оскільки у даній частині зовнішньої торгівлі Україна має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Зокрема, у довоєнний 2021 р. сальдо зовнішньої торгівлі послугами склало 5563,1 млн. дол. США. У воєнний період 2022 р. сальдо склало 6151 млн. дол. США. Навіть в умовах війни Україна здійснює зовнішню торгівлю як послугами, так і товарами, хоча їх обсяги суттєво знизилися. Зокрема, в умовах війни загальний обсяг експорту скоротився на 35 %, а імпорт зменшився на 28 %. Зниження обсягів зовнішньої торгівлі в Україні обумовлений негативними наслідками війни, а саме:

- «ускладнена логістика;
- заблокований доступ до морських портів;
- загроза воєнних дій та зниження вантажів;
- припинення співпраці з росією та білорусією, які тривалий час були важливими стратегічними партнерами;
- повне знищення або тимчасове зупинення діяльності окремих вітчизняних підприємств, які забезпечували суттєвий обсяг експорту [15]».

На рис. 2.1 наведено динаміку зовнішньоторговельного балансу України.

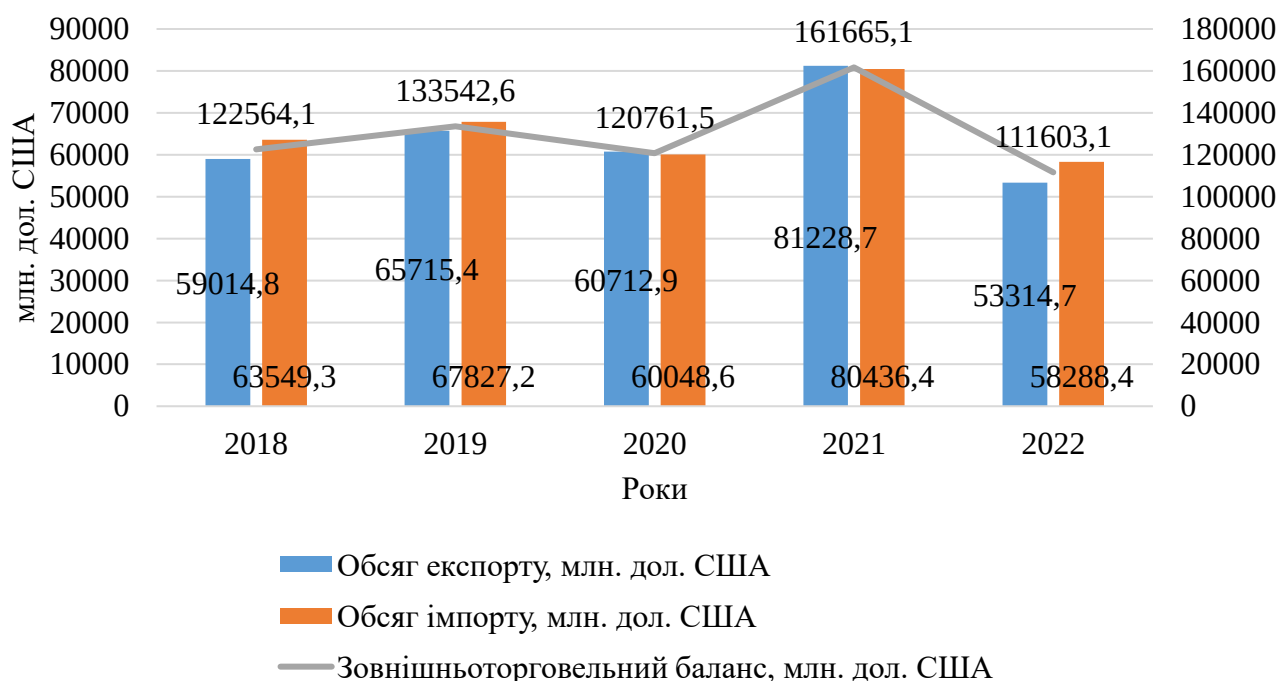


Рисунок 2.1 – Динаміка зовнішньоторговельного балансу України за 2018-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

Загальний коефіцієнт покриття експортом імпорту лише протягом 2020-2021 рр. складав 1,01, що свідчить про перевищення обсягу експорту над імпортом. Тоді, як протягом інших років даний коефіцієнт мав значення менше одиниці, що викликано суттєвим переважання імпорту над експортом. На рис. 2.2 наведено динаміку порівняння обсягів зовнішньої торгівлі товарами та послугами в Україні за 2018-2022 рр.

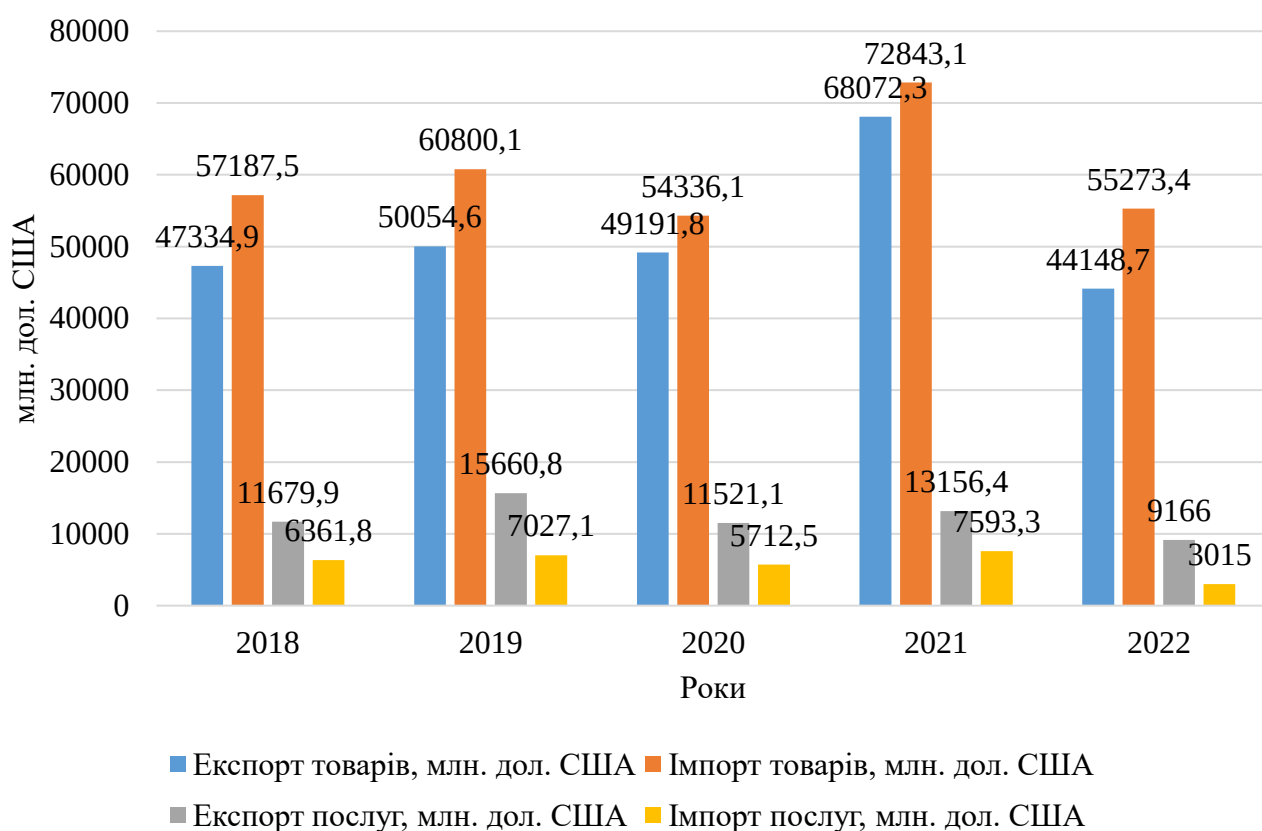


Рисунок 2.2 – Динаміка порівняння обсягів зовнішньої торгівлі товарами та послугами в Україні за 2018-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

Наведені дані сигналізують про те, що обсяги як експорту, так й імпорту товарів суттєво перевищують розміри експорту та імпорту послуг. При цьому послуг Україна більше експортує, а ніж імпортує, тоді як у питанні товарів переважає їх імпорт порівняно з експортом.

Доцільним є проведення аналізу структури зовнішньої торгівлі товарами та послугами України. Це дозволить визначити, які саме товари та послуги Україна здебільшого експортує, а які імпортує. На рис. 2.3 наведено структуру експорту товарами України за 2021-2022 рр. Це дозволить провести аналіз змін у структурі експорту в довоєнний та воєнний період.

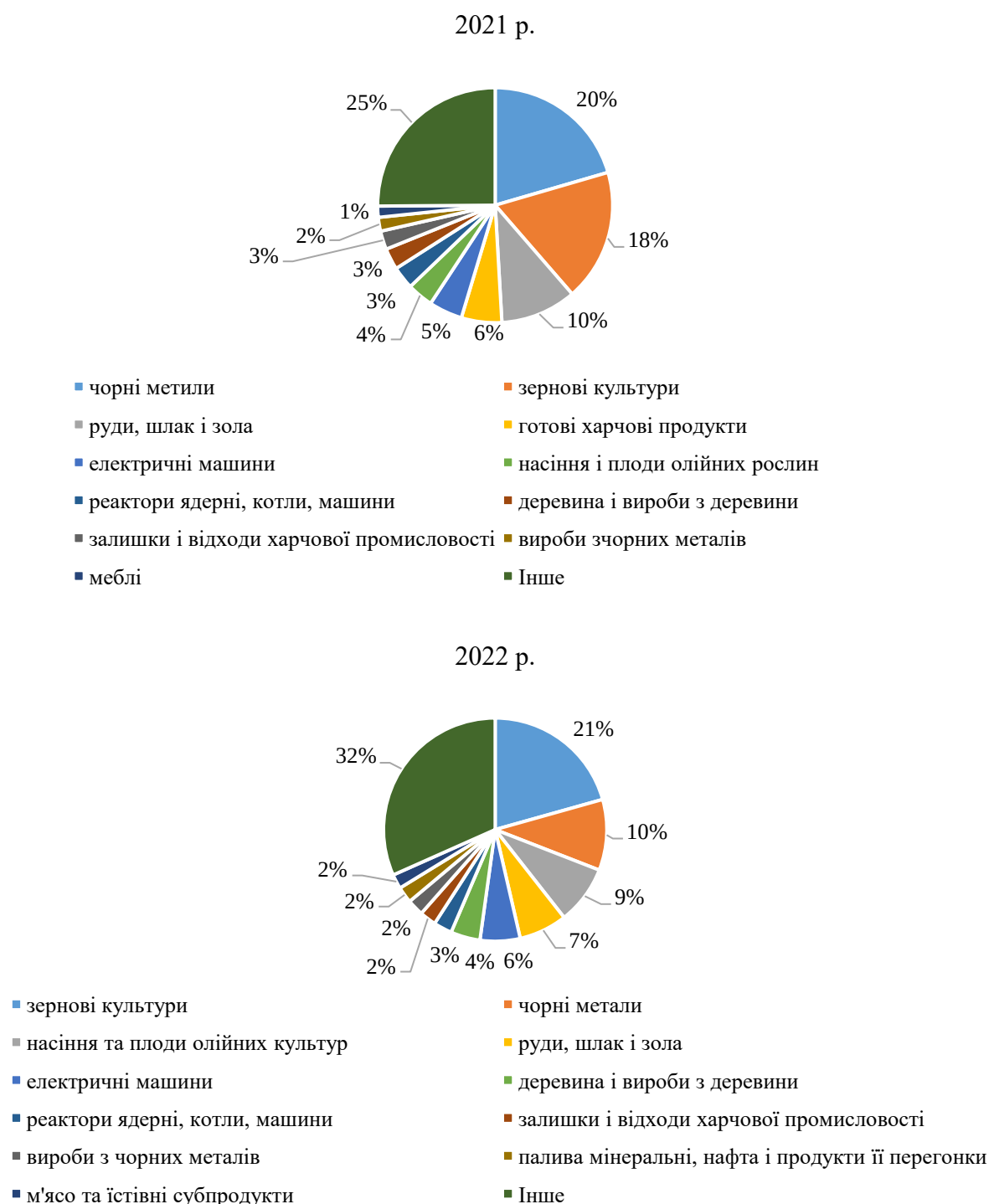


Рисунок 2.3 – Структура експорту товарами в Україні за 2021-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

Слід зазначити, що у 2022 р. обсяги експорту по всім найменування товарів суттєво знизилися в Україні порівняно з довоєнним періодом. На це вплинуло суттєве ускладнення здійснення зовнішньої торгівлі, перевезення вантажу тощо. Як у довоєнний, так і воєнний період Україна експортувала значні обсяги зернових культур. У 2021 р. експорт зернових культур складав 18 %, а у 2022 р. зріс до 21 %. Експорту зернових культур в період війни сприяла зернова угода між Україною та росією, яка надала можливість вивезення з портів українського зерна, хоч і не у довоєнних масштабах. У структурі експорту знизилася частка чорних металів з 20 % у 2021 р. до 10 %. Це обумовлено тим, що ПрАТ «Азовсталь», яке було головним виробником чорних металів, повністю знищено й повністю знаходиться в окупації. Інший великий виробник – ПрАТ «Запоріжсталь» у період активних бойових дій постійно зазнавав атак з боку росії та не міг повноцінно функціонувати. До того ж енергетичні проблеми в Україні призводили до віялових відключень, що не дозволяло безперебійно функціонування вітчизняним підприємства. З позитивного слід відзначити, що Україна попри війну зуміла пристосуватися до нових умов та налагоджує експортне постачання [4].

На рис. 2.3 наведено структуру імпорту товарами України за 2021-2022 рр. Аналіз структури імпорту товарів як у довоєнний, так і воєнний період суттєвих змін не зазнав. Лише у вартісних значеннях розмір імпорту переважної більшості найменувань товарів знизився. Традиційно у структурі імпорту до України переважають палива мінеральні, нафта, реактори ядерні, котли, машини, засоби наземного транспорту та електричні машини. На дану категорію товарів припадає близько 50 % усього імпорту, який ввозиться до України. Також слід відмітити, що у 2022 р. зросли суттєво обсяги імпорту засобів наземного транспорту. Це обумовлено великою потребою України у транспорті для військових, а також евакуації населення, які знаходяться на території активних бойових дій. Крім того, в результаті війни велика кількість наземного транспорту населення була знищена, відповідно виник його дефіцит на українському ринку. Уряд країни прийняв рішення щодо скасування мита на ввезення наземного транспорту до України.

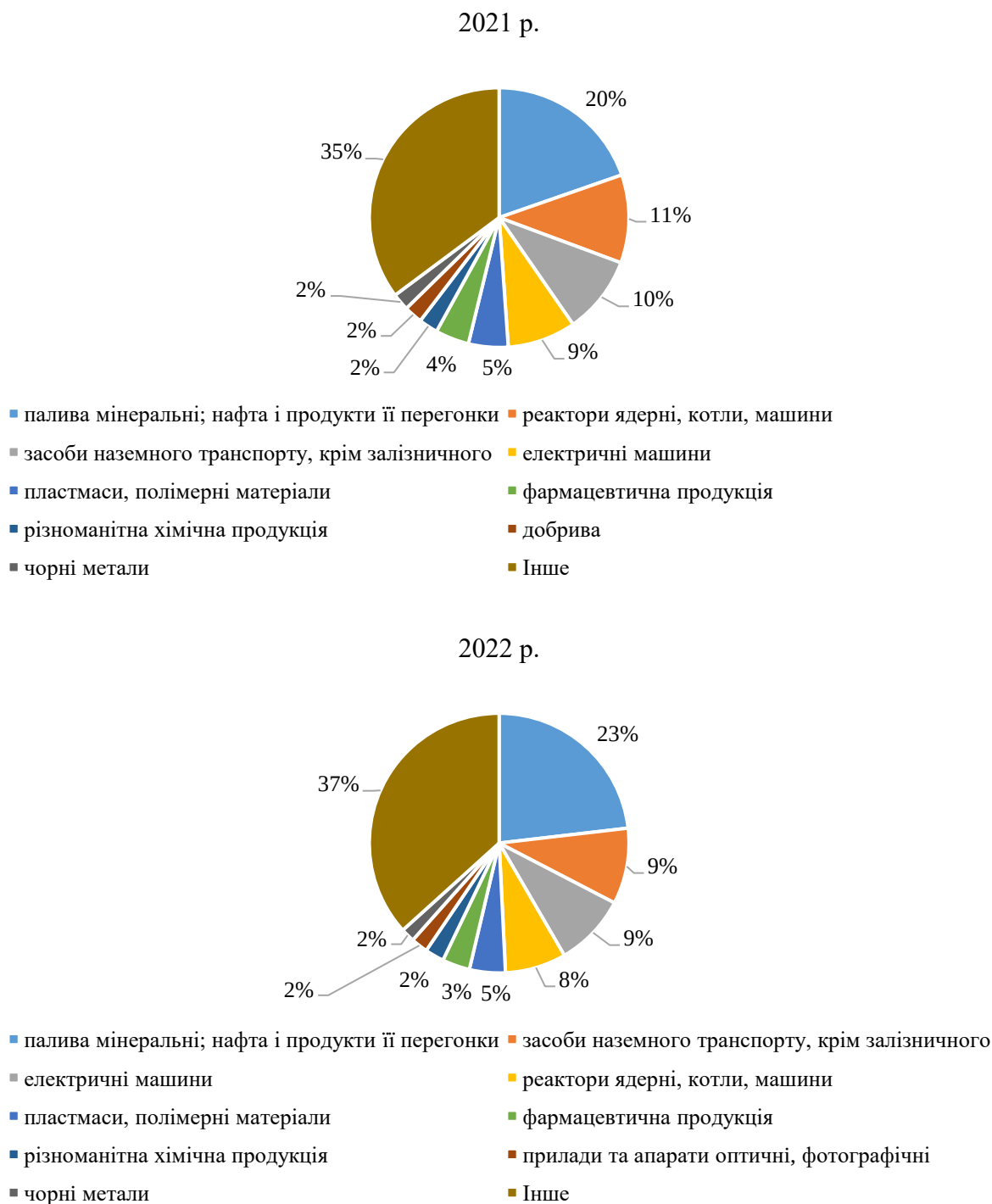


Рисунок 2.4 – Структура імпорту товарами в Україні за 2021-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

У питанні імпорту Україна імпортує ті товари, які знаходять у дефіциті в країні та існує потреба у їх придбанні із-за кордону. Протягом усіх років переважає імпорт палива, нафти, яка знаходиться у дефіциті. Через війну прогнозується подальше зростання імпорту на наземний транспорт, нафту, машини, котли.

Значної шкоди експортному потенціалу України завдає війна, руйнування об'єктів критичної та транспортної інфраструктури, окупації та припинення діяльності ряду важливих підприємств.

Важливою складовою зовнішньої торгівлі України є послуги, яких наша країна більше експортує, а ніж імпортує. На рис. 2.5 наведено структуру експорту послуг з України за 2021-2022 рр.



Рисунок 2.5 – Структура експорту послуг в Україні за 2021-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

Попри війну Україна наростила експорт послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг. Частка даних видів послуг у 2021 р. складала 29 %, а у 2022 р. зросла до 40 %. Цьому сприяє високий інтелектуальний потенціал України, розвинений сектор ІТ. Працівники секторі ІТ мають змогу працювати віддалено, тому війна не стала на заваді експорту їх послуг. Перешкодою лише є мобілізація, через яку велика кількість провідних ІТ-фахівців стали до лав ЗСУ на захист незалежності України. Разом з цим зменшилася частка транспортних послуг з 40 % до 32 %. Це обумовлено тим, що Україна має вигідне географічне розташування і фактично з'єднувала країни ЄС з країнами колишнього

СНД, а також морські порти України надавали імпортні послуги. Однак в умовах війни пересування Україною стало небезпечним, до того ж постійні ракетні удари суттєво пошкодили транспортну інфраструктуру [2]. На рис. 2.6 наведено структуру імпорту послуг до України за 2021-2022 рр.



Рисунок 2.6 – Структура імпорту послуг до України за 2021-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

Аналізуючи структуру імпорту послуг до України можемо зробити висновок про те, що відбулися суттєві зміни. Зокрема, суттєво зросла частка транспортних послуг в імпорті послуг з 23 % до 34 %. Однак зменшилися з 21 % до 6 % послуги, пов'язані з подорожами. Останнє обумовлено воєнним станом в Україні, більшості населення не до відпочинку, до того ж через мобілізацію більша частина чоловіків не має права покидати територію України. Безумовно війна здійснила суттєвий відбиток на зовнішню торгівлю як товарами, так і послугами України.

Таким чином, Україна є активним учасником зовнішньоторговельних операцій. Проведений аналіз дозволив виявити, що зовнішня торгівля товарами протягом 2018-2022 рр. України характеризувалася торговим дефіцитом, тобто

країна імпортувала більше товарів, ніж експортувала. При цьому в частині зовнішньої торгівлі послугами Україна більше експортує ніж імпортує. Сальдо зовнішньої торгівлі України є негативним. Проведений аналіз дозволив виявити, що суттєвий вплив на зовнішню торгівлю мають різні негативні фактори. Зокрема, зниження зовнішньоторговельної торгівлі в Україні відбувалося у 2020 р. під впливом пандемії Covid-19 та у 2022 р. через повномасштабну війну. Основними статтями експорту України є сільськогосподарська продукція, метали та машини, а основними статтями імпорту є енергетичні продукти, машини та хімікати.

У наступному підрозділі кваліфікаційної роботи розглянемо перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України.

2.2. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України

Показники зовнішньої торгівлі мають суттєвий вплив на стан економіки України. Велика кількість негативних факторів та ризиків в умовах повномасштабної війни створюють суттєві перешкоди для зовнішньої торгівлі України. Доречним на тлі війни, впровадженого воєнного стану та низки інших негативних факторів визначити перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України. Оскільки від цього значною мірою залежатиме й стан національної економіки країни [1]. Для визначення рівня впливу зовнішньої торгівлі на економіку України на рис. 2.7 наведено частку експорту у ВВП України за 2018-2022 рр.

Можемо бачити з нижче наведеного рисунка, що в середньому частка експорту у ВВП України складає 40 %. Найбільша його частка була зафіксована у 2018 р., що становило 45,11 %, а найменшим у 2022 р. – 38,28 %. Останнє обумовлено війною. Через війну відбулося зменшення як експорту, так і ВВП України в середньому до 40 %. Національна економіка України не має можливості повноцінно функціонувати в умовах війни. Також подібне зменшення було зафіксоване у 2020 р. через пандемію Covid-19 [10]. Відтак, можемо зробити висновок про те, що зовнішня торгівля України суттєво залежить від впливу факторів зовнішнього середовища.

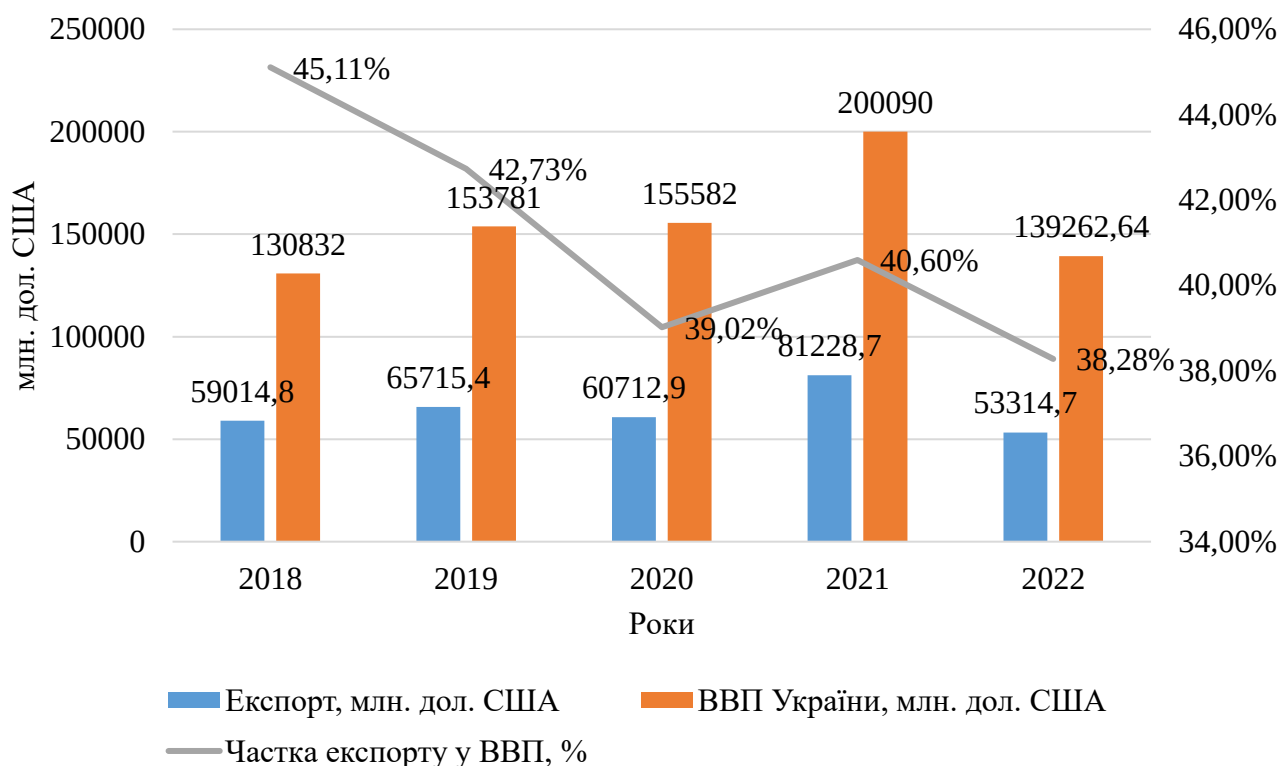


Рисунок 2.7 – Структура імпорту послуг до України за 2021-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [7]

В цілому слід зазначити, що обсяги експорту займають значну частку ВВП України. Тому вплив зовнішньої торгівлі на економіку України є суттєвим, а крім того вона впливає на міжнародний імідж країни. Що стосується впливу України на міжнародну торгівлю, то на нашу країну припадає близько 0,4 % у загальному міжнародному експорті. Це здавалося не велика цифра, але Україна є експортером важливих видів продукції, зокрема сільськогосподарського напрямку. Відповідно від обсягів експорту України залежить продовольча безпека світу.

Слід зазначити, що Світова організація торгівлі оцінила, що світова економіка зазнала значного спаду через військові дії в Україні. Це сталося через те, що конфлікт спричинив різке зростання цін на продукти харчування та дефіцит продуктів, які Україна зазвичай експортує. Одним із прикладів цього є виробництво напівпровідників, яке значною мірою залежить від неону, що надходить з України. Проте найсуттєвіший вплив українського конфлікту на світову економіку помітний на ринку зерна. Зменшення поставок зерна та інших

продуктів харчування призвело до підвищення цін на сільськогосподарські товари, що створило більші ризики для продовольчої безпеки в менш заможних регіонах по всьому світу [3].

Протягом останніх років під впливом зміни вектору зовнішньої політики, євроінтеграційних процесів, погіршення відносин з країнами колишнього СНД суттєво трансформується й зовнішня торгівля, зокрема у частині торговельних партнерів. Так, основна тенденція полягає у переорієнтації торгівлі України з ринків колишніх країн СНД на ринок ЄС. Зокрема, у рамках цього між Україною та ЄС підписано Угоду про вільну торгівлю, яка надає більш сприятливі умови для експорту з нашої країни продукції. Своєю чергою повномасштабна війна призвела до повної заборони зовнішньої торгівлі між Україною та росією й білорусією. Останні дві країни протягом тривалого часу залишалися стратегічно важливими у питання розвитку зовнішньоторговельних відносин. Виходячи з цього можемо констатувати, що нині триває процес перебудови зовнішньої політики України. На рис. 2.8 наведено торговельних партнерів України за обсягами експорту в 2020-2021 рр.

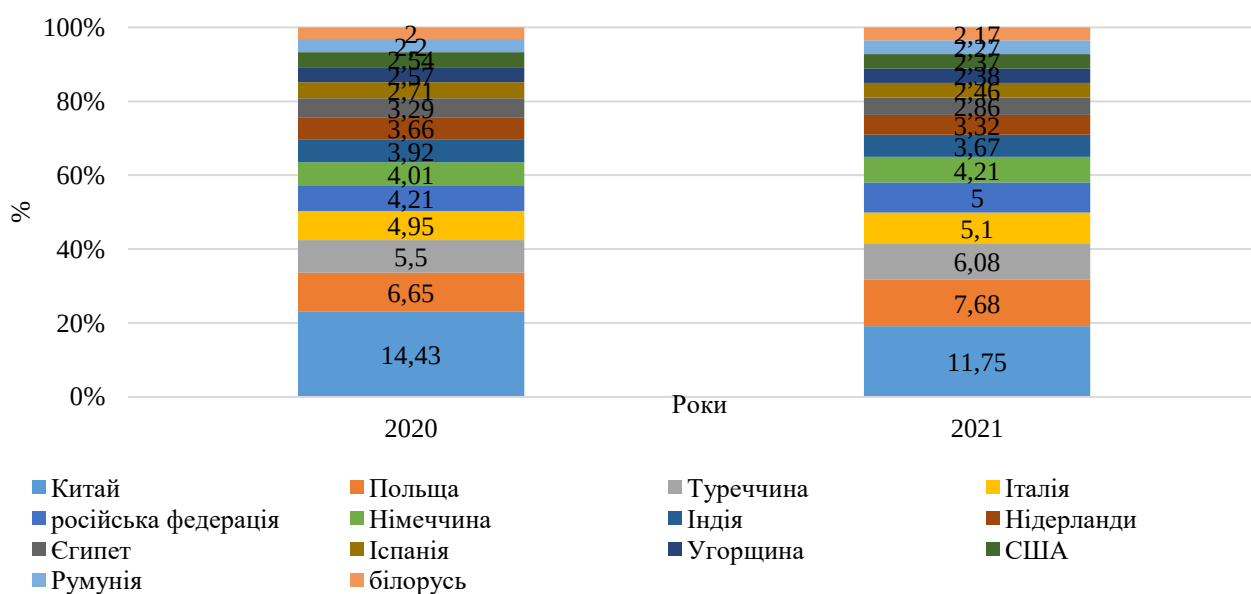


Рисунок 2.8 – Торговельні партнери України за обсягами експорту в 2020-2021 рр.

**на момент проведення дослідження офіційних даних за даним показником за 2022 р. Державна служба статистики України не опублікувала*

Джерело: складено автором на основі [7]

Можемо зробити висновок про те, що протягом 2020-2021 рр. зменшилася частка Китаю в структурі торговельних партнерів за обсягами експорту з 14,43 % до 11,75 %. Натомість зростає частка Польщі з 6,65 % до 7,68 % та Туреччини з 5,5 % до 6,08 %. Україна намагається покращувати міжнародні відносини з усіма країнами, а також розвивати нові довгострокові торговельні відносини. Помітно, що до головних торговельних партнерів України протягом 2020-2021 рр. відноситься росія та білорусія. На жаль на момент проведення даного дослідження офіційних даних за 2022 р. щодо географічної структури експорту не має. Однак зважаючи на чинне законодавство України можемо констатувати, що починаючи з 24 лютого 2022 р. наша країна розірвала усі торговельні відносини з країнами агресорами. Відповідно через це Україна повністю перебудовує свою зовнішню політику чому сприяє активна підтримка нашої країни з боку держав ЄС. Наразі триває робота по повноцінному входженню України до спільноти ЄС, що відкриє нові можливості для торговельних відносин.

На рис. 2.9 наведено торговельних партнерів України за обсягами імпорту в 2020-2021 рр.

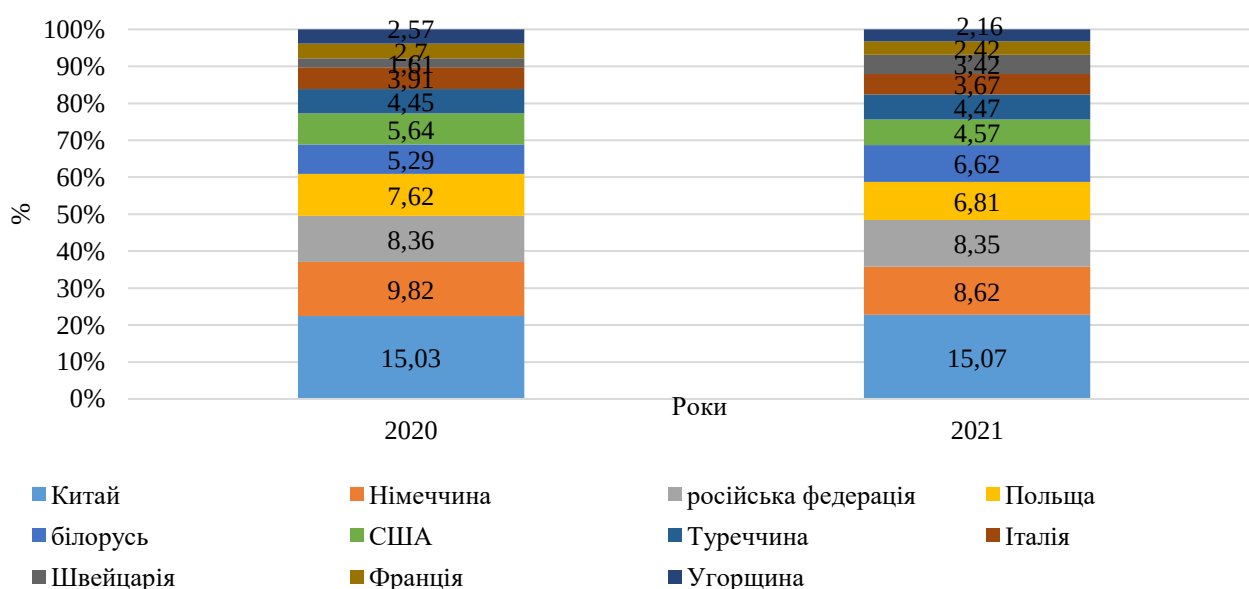


Рисунок 2.9 – Торговельні партнери України за обсягами експорту в 2020-2021 рр.

**на момент проведення дослідження офіційних даних за даним показником за 2022 р. Державна служба статистики України не опублікувала*

Джерело: складено автором на основі [7]

Основний обсяг імпорту товарів до України припадає на Китай. У 2021 р. з даної країни було імпортовано товарів на суму в розмірі 10981,7 млн. дол. США, що на 32 % більше за 2020 р. З Китаю імпортується 15,1 % усіх імпортованих товарів до України. Дещо зменшилася частка Німеччини з 9,8% до 8,6 %, хоча у абсолютних значеннях імпорт зріс на 17,7 %. Вагомі обсяги імпортувалися з росії в розмірі 6083,4 млн. дол. США, що на 33,9 % більше від 2020 р. З росії та білорусії до України імпортувалися мінеральні добрива, запчастини до сільськогосподарської техніки, нафта, природний газ тощо. Після початку війни Україна трансформувала зовнішньоекономічну політику в сторону посилення зовнішньоторговельних зв'язків з країнами ЄС.

Слід зазначити, що в останні роки Україна докладала зусиль для диверсифікації свого експорту та зменшення залежності від росії як торгового партнера. З початку 2022 р. Україна взагалі розірвала будь-які зовнішньоторговельні відносини з росією. Країна підписала угоди про вільну торгівлю з Європейським Союзом, Канадою та Туреччиною, зокрема, що допомогло розширити її експортні ринки [21]. Пандемія COVID-19 також вплинула на торгівлю України через зниження світового попиту на її експорт і перебої в ланцюгах поставок. Загалом поточний стан зовнішньої торгівлі в Україні є складним і залежить від різноманітних економічних і політичних факторів [12].

Існує кілька перешкод для розвитку зовнішньої торгівлі України, зокрема:

- «політична нестабільність – Україна пережила політичну нестабільність в останні роки, включаючи революцію 2014 року, пандемію Covid-19, а нині повномасштабну війну з росією, яка триває й понині. Ця нестабільність може змусити іноземних інвесторів і торгових партнерів вагатися щодо ведення бізнесу з Україною, обмежуючи її зовнішньоторговельний потенціал;

- корупція є серйозною проблемою в Україні, і вона може ускладнити роботу бізнесу та участь у зовнішній торгівлі. Також корупція може стримувати іноземних інвесторів від входу на український ринок;

- високий рівень бюрократії – бюрократичні процеси в Україні можуть бути повільними та складними, що може ускладнити бізнесам участь у зовнішній

торгівлі. Це призводить до затримок і збільшення витрат, що робить українські товари менш конкурентоспроможними на світовому ринку;

– обмежений доступ до фінансування. Доступ до фінансування важливий для підприємств, які хочуть займатися зовнішньою торгівлею, але багатьом українським підприємствам важко отримати необхідне фінансування. Це може ускладнити для них інвестування в нові технології або розширення діяльності;

– інфраструктура України недостатньо розвинена порівняно з іншими європейськими країнами, що ускладнює транспортування товарів і ведення міжнародної торгівлі підприємствами» [10, 12, 25].

Для підведення підсумків дослідження у табл. 2.2 складено SWOT-аналізу зовнішньої торгівлі України.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналізу зовнішньої торгівлі України

Можливості	Загрози
1. Повноцінне членство у ЄС 2. Активізація реформ, що створить сприятливі умови для експортоорієнтованого сектору 3. Припинення війни 4. Залучення інвестицій для відбудови інфраструктури України 5. Виникнення нових високотехнологічних галузей 6. Підписання нових торговельних угод, зокрема з Великою Британією	1. Розширення фронту активних бойових дій 2. Руйнування через війну експортоорієнтованих підприємств 3. Рецесія національної економіки 4. Нерозвиненість зовнішньоторговельної інфраструктури 5. Підвищення рівня політичної та економічної нестабільності 6. Дефіцит кадрів через міграцію та мобілізацію 7. Проблеми з стабільним енергопостачанням 8. Невиконання росією положень зернової угоди 9. Блокування роботи морських портів 10. Погіршення відносин з Китаєм
Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Вигідне транзитне розташування на перехресті Європи та Азії 2. Позитивний імідж країни 3. Наявність багатих природних ресурсів 4. Розвинений аграрний сектор 5. Наявність морських портів 6. Кваліфікована та дешева робоча сила 7. Торговельна співпраця з великою кількістю країн 8. Динамічне зростання експорту послуг у сфері ІТ 9. Позитивний сальдо баланс у торгівлі послугами	1. Високий рівень бюрократії та корупції 2. Недосконала законодавча база 3. Нерозвинена інфраструктура 4. Наявність серйозних руйнувань через війну 5. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі 6. Тривала висока залежність від співпраці з країнами колишнього СНД 7. Залежність від МВФ 8. Неповноцінне використання експортного потенціалу 9. Нестача фінансових ресурсів на підприємствах 10. Низька інноваційна активність

Джерело: авторська розробка

Результати проведеного аналізу вказують на те, що Україна має потужний, але невикористаний експортний потенціал. Зокрема, цьому сприяє наявність різноманітних ресурсів, велика територія України, розвинений агропромисловий комплекс та багато чого іншого. Поряд з цим Україна має велику кількість слабких сторін, які слід усувати, щоб використати весь багатий експортний потенціал. Нині все ускладнюється невинуватеною війною в Україні, тому подальші перспективи зовнішньої торгівлі залежать саме від ходу та завершення війни. У даному питанні можна розглядати як найбільш оптимістичні сценарії щодо швидкого завершення війни та відбудови України, надходження інвестицій, так і найбільш песимістичний щодо подальших активних бойових дій та розширення лінії фронту. Власне через війну Україна не може повноцінно використовувати морські порти, вибудовані роками логістичні ланцюги, а також велика кількість експортоорієнтованих підприємств були знижені або ж опинилися на територіях тимчасової окупації. Зокрема, це стосується підприємств виробників мінеральних добрив, один з яких знаходився у Сєверодонецьку та виробника металу – «Азовсталь».

Також Україні не можна повторювати своїх помилок. Протягом тривалого часу Україна була залежною від торговельних відносин з країнами колишнього СНД. Після розриву відносин з країнами агресорами Україна також переживає суттєве зниження обсягів експорту, оскільки велика кількість вітчизняних товарів є неконкурентоспроможними на міжнародних ринках, не відповідає міжнародним стандартам якості. Нині триває перехідний етап щодо перебудови своєї зовнішньої політики та посилення співпраці з державами ЄС [25].

Серед можливих загроз також можна віднести ймовірність погіршення відносин з Китаєм. Дана країна є найбільшим наразі торговельним партнером України. Проте, в умовах продовження співпраці Китаю з росією існує ймовірність поступового зниження активності торговельних операцій нашої країни з Китаєм.

Іншим фактором, який може вплинути на перспективи торгівлі України, є її зусилля щодо поглиблення економічної інтеграції з ЄС. Україна прагне до зближення з ЄС, включаючи підписання Угоди про асоціацію в 2014 році та

створення зони вільної торгівлі. Це може призвести до збільшення торгівлі з ЄС та іншими країнами, з якими ЄС має торгові угоди.

Підсумовуючи зазначене можемо констатувати, що Україна стикається з деякими проблемами у своїй зовнішній торгівлі, включаючи застарілу інфраструктуру, відсутність доступу до фінансування та бюрократичні процедури. Підсумовуючи, зазначимо, що перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України залежатимуть від ряду факторів, включаючи політичну стабільність, економічні реформи, розвиток інфраструктури та вирішення поточних конфліктів. Незважаючи на виклики, Україна досягла прогресу в покращенні свого ділового середовища та розширенні торговельних відносин з іншими країнами, що є хорошим провісником для майбутнього її зовнішньої торгівлі [10].

Таким чином, Україна має стратегічне розташування, що робить її потенційним транзитним центром для торгівлі між Європою та Азією. Проте на зовнішню торгівлю України вплинули різні чинники, зокрема політична нестабільність, корупція та війна. Незважаючи на ці виклики, Україна докладася зусиль для покращення свого бізнес-середовища та залучення іноземних інвестицій. Подальші перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України значною мірою залежать від ходу війни та її завершення. Досить болючим питанням для розвитку зовнішньої торгівлі України є доступ до морських портів та вільне пересування акваторіям Азовського й Чорного моря торговельних суден. Попри складну ситуацію, негативний вплив низки факторів зовнішнього середовища Україна має досить потужний потенціал щодо нарощування зовнішньої торгівлі.

Зовнішня торгівля має суттєвий вплив на стан економіки України. Наявність потужного експортного потенціалу України дозволяє розвинути зовнішню торгівлю та тим самим забезпечити приплив доходів до бюджету. Утім значною мірою все залежить від поточної воєнної ситуації та її успішним завершенням для України. Виходячи з отриманих результатів у наступному підрозділі кваліфікаційної роботи доцільно запропонувати напрями покращення зовнішньої торгівлі України.

2.3. Напрями покращення зовнішньої торгівлі України

Україна має ряд проблем та слабких сторін у частині зовнішньої торгівлі. До того ж війна, ускладнення відносин з окремими країнами колишнього СНД повністю трансформує зовнішню політику України орієнтуючи її на проєвропейський вектор розвитку. Все це вимагає вжиття комплексного підходу до покращення зовнішньої торгівлі України, оскільки незважаючи на потужний експортний потенціал він так повністю й не реалізувався.

Перш за все Україні слід продовжити діяльність по переорієнтації зовнішньої торгівлі. Для цього слід визначити найбільш сприятливі для зовнішньої торгівлі регіони й посилювати з ними співпрацю. У межах цього здійснено оцінку експортного потенціалу регіонів. Дана оцінка здійснена на основі методології International Trade Center [33]. Цей метод визначає конкретні категорії продуктів, ринки збуту та постачальників, які ще не використали свій потенціал для експорту товарів. Основним інструментом для такої оцінки є індикатор експортного потенціалу, який розраховує потенційний обсяг експорту для конкретного продукту та цільового ринку за допомогою гравітаційної моделі. Невикористаний потенціал визначається як різниця між потенційним обсягом експорту та фактичним обсягом експорту. На рис. 2.11 наведено топ-6 регіонів світу за потенціалом для українського експорту.

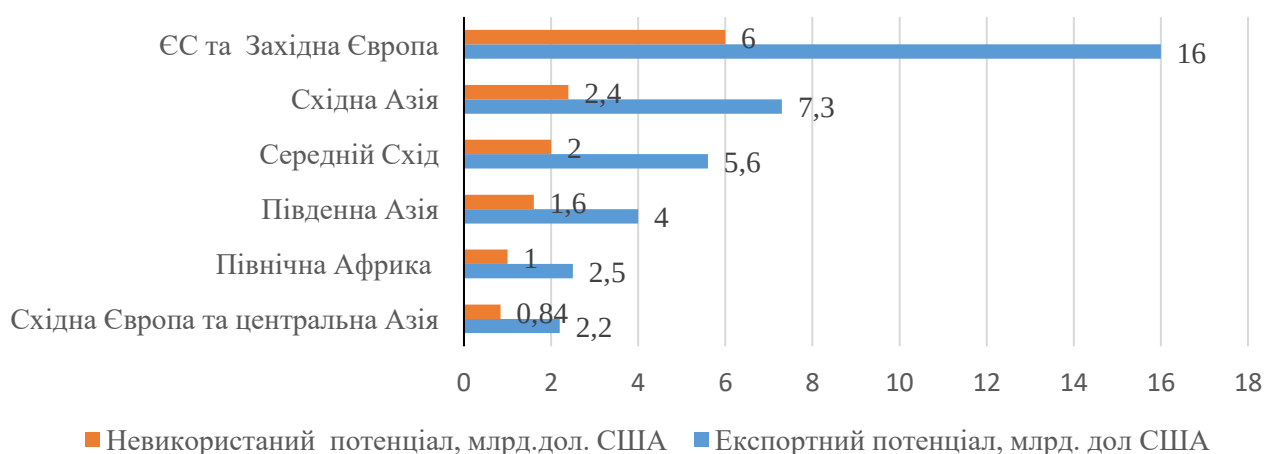


Рисунок 2.10 – Топ-6 регіонів світу за потенціалом для українського експорту

Джерело: складено автором на основі [32]

Згідно наведених даних найбільший експортний потенціал для України мають країни ЄС та Західної Європи. Так, за даними International Trade Center експортний потенціал даних країн оцінюється у обсязі 16 млрд. дол. США, а невикористаний – 6 млрд. дол. США. Тому посилення співпраці України з країнами ЄС є виправданим та дозволить Україні використати невикористаний експортний потенціал, який існує у даних країнах. Виходячи з того, що ринок ЄС є найбільш привабливим для України на рис. 2.12 відображено резерви зростання ступеня розвитку торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС.

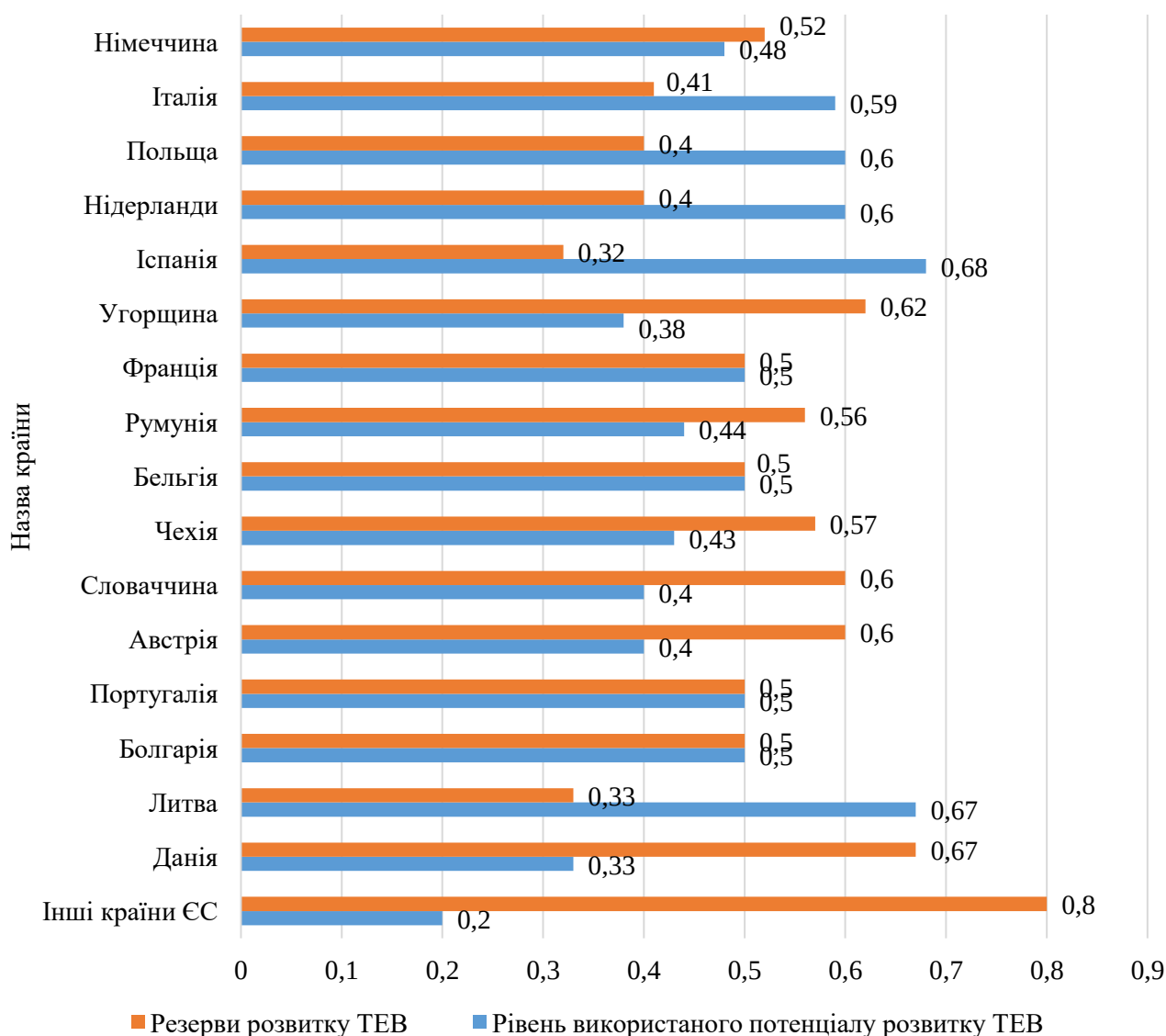


Рисунок 2.11 – Резерви зростання ступеня розвитку торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС

Джерело: складено автором на основі [32]

Згідно з методологією International Trade Center Україна не використала у більшості країн ЄС експортний потенціал і на половину. Найбільший використаний потенціал торговельно-економічних відносин України з Іспанією, Литвою, Нідерландами, Польщею та Італією, який складає у межах 59-67 %. Тоді, як існує найбільший потенціал щодо розвитку експорту з такими країнами як Данія, Словаччина Чехія, Румунія, Угорщина та Німеччина. Україні слід сфокусуватися на використанні наявних можливостей для розвитку зовнішньої торгівлі з країнами з наявним невикористаним експортним потенціалом [33].

Наявний невикористаний експортний потенціал свідчить про можливості та наявність резервів в Україні щодо подальшого посилення зовнішньої торгівлі з рядом країн ЄС. Подальша поглиблена співпраця України з даним альянсом лише розширить можливості країни для цього.

Існує кілька можливостей для розвитку зовнішньої торгівлі України, зокрема [23, 25, 35]:

- «диверсифікація експорту як за регіональним, так і товарним принципом. Україні слід аналізувати нові ринки та диверсифікувати свій експорт за межі традиційних ринків. Це може передбачати націлювання на нові ринки в Африці та на Близькому Сході, де зростає попит на українську сільськогосподарську продукцію, метали та хімікати;

- подальша інтеграція з Європейським Союзом. Україна підписала угоду про асоціацію з Європейським Союзом, яка передбачає поступову інтеграцію економіки країни з ЄС. Ця угода може створити можливості для українського бізнесу вийти на ринок ЄС і отримати вигоду від усунення торговельних бар'єрів;

- розвиток електронної комерції дає українським підприємствам можливість розширити охоплення та збільшити експорт. Це може включати розвиток онлайн-ринків, впровадження цифрових платіжних систем і використання технологій для покращення логістики та управління ланцюгами поставок;

- інвестиції в інфраструктуру для покращення зв'язку та зменшення транспортних витрат. Інвестиції в інфраструктуру можуть зробити український експорт більш конкурентоспроможним і привабливим для іноземних покупців;

- торговельні угоди шляхом підписання торгових угод з іншими країнами. Наприклад, нещодавно Україна підписала угоду про вільну торгівлю з Канадою, яка вже збільшила її експорт до цієї країни;

- сприяння експорту шляхом надання фінансових стимулів підприємствам, які експортують свою продукцію;

- покращення якості свого експорту, запровадивши суворі заходи контролю якості. Це допоможе українському бізнесу відповідати міжнародним стандартам і отримати репутацію виробника високоякісної продукції;

- спрощення митних процедур, щоб бізнесу було легше імпортувати та експортувати товари. Це скоротить час і витрати на ведення бізнесу в Україні та підвищить її конкурентоспроможність на світових ринках «.

Загалом Україна може покращити свою зовнішню торгівлю, зосередившись на диверсифікації, інвестиціях в інфраструктуру, торгових угодах, зниженні тарифів, сприянні експорту, контролі якості, оптимізації митниці та розвитку електронної комерції.

У зв'язку з тим, що велика кількість вітчизняних підприємств мають скрутний фінансовий стан, та не мають змоги здійснювати експортну діяльність. Для вирішення даної проблеми державним органам влади можливо започаткувати програми додаткової фінансової підтримки для підприємств, які займаються експортною діяльністю. Зокрема, це може бути спів фінансування витрат на експорт або ж надання безвідсоткової позики таким підприємствам. Своєю чергою держава отримає ефект за рахунок розширення діяльності підприємства, збільшення надходжень виручки, сплати податків, створення додаткових робочих місць тощо. Крім того можливо державі започаткувати практику надання безкоштовної консультаційної та супровідної допомоги у здійсненні експортних операцій. Це дозволить вирішити питання великого рівня бюрократії в Україні при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та допомоги при перших виходах

підприємств на міжнародний ринок. До того ж в умовах зниження платоспроможності великої категорії людей та підприємства, ліквідації частини з них, окупації значної території, перед вітчизняними підприємствами виникає проблема у пошуку клієнтів для стабільного збуту продукції. І реальним варіантом в сучасних умовах національної економіки є вихід на міжнародний ринок й продаж продукції за значно вищими цінами, а ніж в Україні. Узагальнюючи вищевикладене на рис. 2.13 наведено рекомендації щодо покращення зовнішньої торгівлі України.

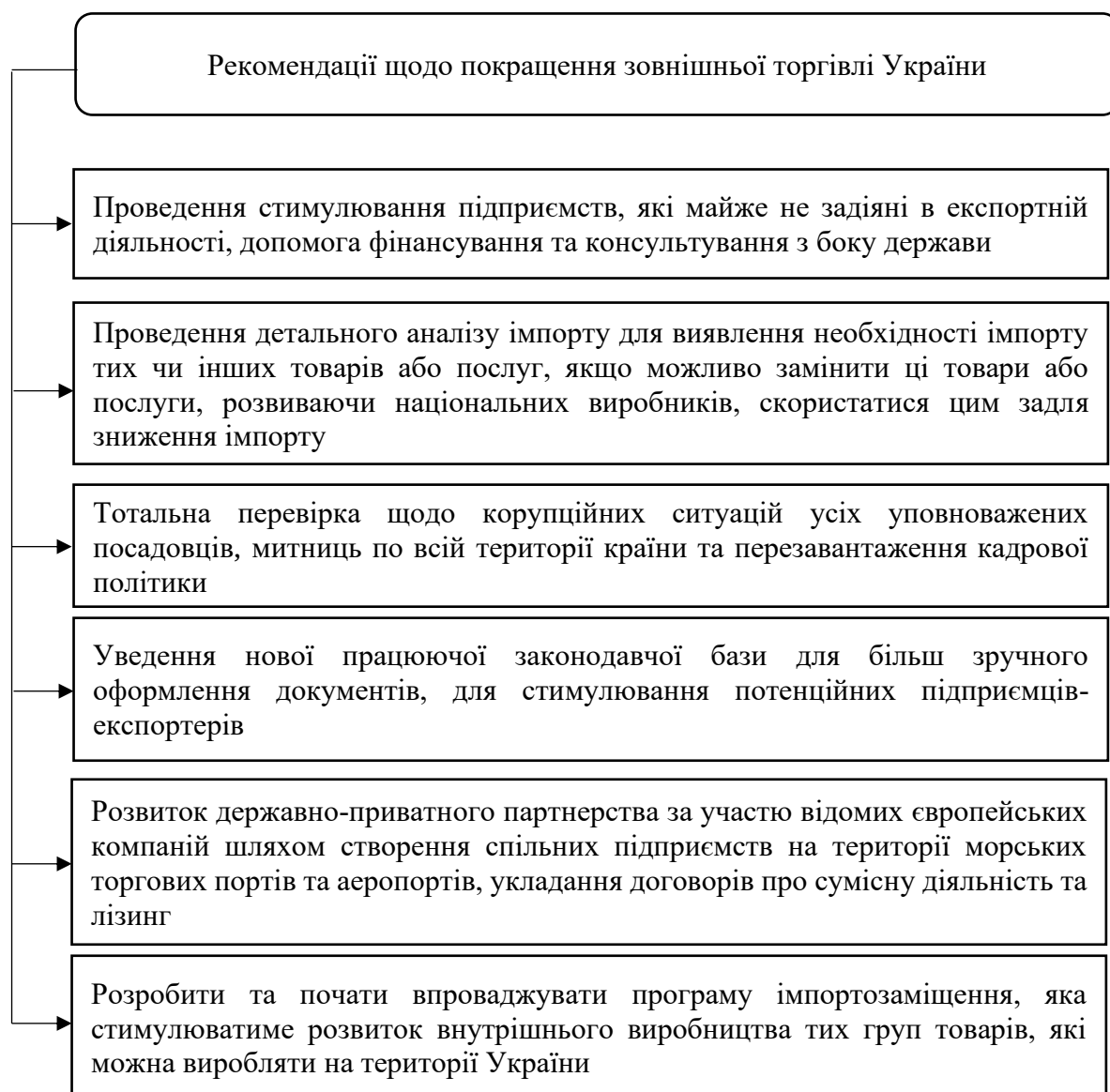


Рисунок 2.12 – Рекомендації щодо покращення зовнішньої торгівлі України

Джерело: розроблено автором на основі [22]

При цьому слід урахувати, що планова ефективність впроваджуваних заходів може бути забезпечена виключно за умови стабілізації війни та її припинення на території України. Тому стан зовнішнього середовища є вкрай нестабільним та можуть суттєво вплинути непередбачувані чинники, які просто не можливо спрогнозувати. Попри це в Україні слід розвивати зовнішню торгівлю, створювати відповідні механізми для її стимулювання, створення сприятливих умов для зовнішньоекономічної діяльності підприємств, надання їм фінансової та інформаційної підтримки тощо. Саме на державу покладаються головні завдання щодо організації забезпечення зовнішньої торгівлі в Україні, а уже підприємства їх будуть використовувати для експорту власної продукції. Як у воєнних, так і довоєнних умовах саме зовнішня торгівля виступає драйвером економічного зростання [22].

На сам кінець зазначимо, що зовнішня торгівля має важливе значення для України, оскільки вона допомагає країні прискорити економічне зростання, створити робочі місця та підвищити загальний рівень життя. На рис. 2.14 перелічено основні переваги активізації зовнішньої торгівлі України.



Рисунок 2.13 – Основні переваги активізації зовнішньої торгівлі України

Джерело: складено автором на основі [34]

Загалом зовнішня торгівля має вирішальне значення для економічного розвитку України, і країна повинна продовжувати зосереджуватися на розширенні торгових відносин з іншими країнами, щоб скористатися перевагами глобалізації.

Україна має численні можливості для розширення співпраці з ЄС та США. Основна увага цієї співпраці зосереджена на збільшенні експорту українських товарів і послуг, особливо у сфері розвитку «промислового безвізу» з ЄС. Крім того, Україна має потенціал для активізації інфраструктурної та технологічної співпраці як зі США та ЄС. Важливим прикладом є залучення приватних гравців до зміцнення аерокосмічної галузі. По-третє, Україна може досягти більш ефективної співпраці шляхом удосконалення своїх внутрішніх інституцій шляхом прийняття перевірених «найкращих практик». Успіх нових проєктів значною мірою залежатиме від інституційної спроможності України та зменшення бюрократії у її співпраці з донорами. Звичайно на велику кількість чинників Україна не має змоги впливати, але слід на національному рівні зробити все від себе можливе, щоб створити належні умови для забезпечення активізації зовнішньої торгівлі. Це своєю чергою може стати локомотивом для економічного зростання країни та залучення іноземних інвестицій [8].

Таким чином, Україна має невикористаний експортний потенціал у частині посилення співпраці з країнами ЄС та Західної Європи. Зокрема, згідно Україна має найбільший експортний потенціал щодо активізації зовнішньої торгівлі з такими країнами, як: Данія, Словаччина Чехія, Румунія, Угорщина та Німеччина. Надалі нашій країні слід консолідувати власні зусилля спрямовані на покращення умов з даними країнами, а подальший рух України у ЄС лише сприятиме цьому. Активізація зовнішньої торгівлі в умовах воєнного стану вбачається як один з найбільш реальних засобів забезпечення розвитку національної економіки. Окрім того, на національному рівні слід вжити заходів спрямованих на: диверсифікацію експорту, покращення інфраструктури, розширення співпраці з іншими країнами через підписання торговельних угод, зниження тарифів на експорт, надання фінансових стимулів експортоорієнтованим вітчизняним підприємствам, спрощення митних процедур та розвиток електронної комерції.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження за темою «Розвиток зовнішньої торгівлі України: стан, тенденції та перспективи» було досягнуто поставленої мети та виконано усі завдання. Це дозволяє систематизувати такі висновки.

1. Розкрито сутність зовнішньої торгівлі країни. З'ясовано, що зовнішня торгівля є історично першою формою економічних зв'язків між країнами, яка полягає в обміні продуктами та послугами. Вона почала зароджуватися ще у період рабовласницького ладу й продовжує активно розвиватися й нині, потенціал для її подальшого зростання потужний. Цьому насамперед сприяють глобалізаційні процеси, зростання залежності між країнами, а також активний розвиток ІТ сфери, що спрощує взаємодію між резидентами, які знаходяться у різних державах. Зовнішня торгівля сприяє більшій ефективності використанню наявних ресурсів, а також надає можливість країнам отримати дефіцитні товари, якими вона не володіє. Нині зовнішня торгівля є стратегічним напрямком розвитку кожної економічно розвинутої держави світу. Зовнішня торгівля дозволяє: зміцнити міжнародну конкурентоспроможність, стати генератором для розвитку національної економіки, створити позитивний імідж країни-експортера, отримати доступ до дефіцитних ресурсів, задовольнити потреби місцевого населення, використати наявні конкурентні переваги, посилити політичні та економічні зв'язки між країнами тощо.

2. Визначено показники розвитку зовнішньої торгівлі країни. Встановлено, що розвиток зовнішньої торгівлі характеризується цілим набором показників, які характеризують різні її сторони. За найбільш узагальненим підходом усі показники розвитку зовнішньої торгівлі можна об'єднати у 5 груп: результатні показники зовнішньої торгівлі країни, показники зовнішньоторговельної безпеки країни, показники залучення країни у глобальну торговельну систему, структурні показники зовнішньої торгівлі країни, а також показники масштабів зовнішньої торгівлі країни. Основними показниками є обсяг експорту, обсяг імпорту, зовнішньоторговельний оборот, зовнішньоторговельне сальдо та інші. Важливо

проводити структурний аналіз зовнішньої торгівлі, що дозволяє визначити групи товарів/країн, які займають найбільшу питому вагу в загальних обсягах. Для формулювання адекватних висновків необхідно проводити оцінку показників розвитку зовнішньої торгівлі у динаміці. Такий підхід дозволить визначити їх зміну протягом певного проміжку часу, найчастіше це 3-5 років.

3. Досліджено регулювання зовнішньої торгівлі країни. Доведено, що зовнішня торгівля піддається жорсткому державному регулюванню. Складнощів додає те, що при зовнішній торгівлі необхідне урахування не лише внутрішньої нормативно-правової бази, але й міжнародного права. Україна є членом Світової організації торгівлі, яка створює єдину правову систему для регулювання зовнішньої торгівлі між країнами. У міжнародній практиці поширеною є практика багатостороннього державного регулювання, яке здійснюється шляхом укладання угод між низкою країн. Такий підхід дозволяє створити єдине правове середовище між державами, що сприяє розвитку зовнішньої торгівлі. Для регулювання зовнішньої торгівлі найчастіше держава використовує тарифні та нетарифні методи.

4. Проведено аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України. Результати аналізу показали, що Україна є активним учасником зовнішньоторговельних операцій. Проведений аналіз дозволив виявити, що зовнішня торгівля товарами протягом 2018-2022 рр. України характеризувалася торговим дефіцитом, тобто країна імпортувала більше товарів, ніж експортувала. При цьому в частині зовнішньої торгівлі послугами Україна більше експортує, а ніж імпортує. Сальдо зовнішньої торгівлі України є негативним. Проведений аналіз дозволив виявити, що суттєвий вплив на зовнішню торгівлю мають різні негативні фактори. Зокрема, зниження зовнішньоторговельної торгівлі в Україні відбувалося у 2020 р. під впливом пандемії Covid-19 та у 2022 р. через повномасштабну війну. Основними статтями експорту України є сільськогосподарська продукція, метали та машини, а основними статтями імпорту є енергетичні продукти, машини та хімікати

5. Розглянуто перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України. Встановлено, що Україна має стратегічне розташування, що робить її потенційним

транзитним центром для торгівлі між Європою та Азією. Проте на зовнішню торгівлю України вплинули різні чинники, зокрема політична нестабільність, корупція та війна. Незважаючи на ці виклики, Україна докладає зусиль для покращення свого бізнес-середовища та залучення іноземних інвестицій. Подальші перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України значною мірою залежать від ходу війни та її завершення. Досить болючим питанням для розвитку зовнішньої торгівлі України є доступ до морських портів та вільне пересування акваторіям Азовського й Чорного моря торговельних суден. Попри складну ситуацію, та негативний вплив низки факторів зовнішнього середовища, Україна має досить потужний потенціал щодо нарощування зовнішньої торгівлі.

6. Запропоновано напрями покращення зовнішньої торгівлі України. Україна має невикористаний експортний потенціал у частині посилення співпраці з країнами ЄС та Західної Європи. Зокрема, згідно з методологією International Trade Center Україна має найбільший експортний потенціал щодо активізації зовнішньої торгівлі з такими країнами, як: Данія, Словаччина Чехія, Румунія, Угорщина та Німеччина. Надалі нашій країні слід консолідувати власні зусилля спрямовані на покращення умов з даними країнами, а подальший рух України у ЄС лише сприятиме цьому. Активізація зовнішньої торгівлі в умовах воєнного стану вбачається як один з найбільш реальних засобів забезпечення розвитку національної економіки. Окрім того, на національному рівні слід вжити заходів спрямованих на: диверсифікацію експорту, покращення інфраструктури, розширення співпраці з іншими країнами через підписання торговельних угод, зниження тарифів на експорт, надання фінансових стимулів експортоорієнтованим вітчизняним підприємствам, спрощення митних процедур та розвиток електронної комерції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белінська Я.В., Коляда П.Б., Чернова О.В., Юр'єва П.Б., Назаров М.І. Експортно-імпортні операції: навч. посібник. Ірпінь : ВПЦ УДФСУ, 2018. 254 с.
2. Бойко Д.І. Зовнішня торгівля між Україною та ЄС. *Студентський вісник національного університету водного господарства та природокористування*. 2018. № 2. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/13936/1/%D0%91%D0%BE%D0%B9%D0%BA%D0%BE%20%D0%94.%D0%86.%28%D1%81.59-62%29%20%D0%B7%D0%B0%D1%85.pdf> (дата звернення: 04.03.2023)
3. Вже не сировинний придаток: як ЄС став головним торговим партнером України. URL: <https://ucap.io/vzhe-ne-syrovynnyj-prydatok-yak-yes-stav-golovnym-torgovym-partnerom-ukrayiny-2/> (дата звернення: 04.03.2023)
4. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р.). URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/vplyv-viyny-na-zovnishnyu-torhivlyu-ukrayiny-za-pidsumkamy> (дата звернення: 04.03.2023)
5. Гребельник О.П. Методологічні аспекти аналізу участі країни у сфері світогосподарських відносин. *Стратегія розвитку України*. 2019. № 2. С. 13-21.
6. Григорова-Беренда Л.І., Шуба М.В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. 136 с.
7. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 04.03.2023)
8. Євтушенко В.А., Кудінова, М.М., Косенко М.Д. Аналіз міжнародної торгівлі України з ЄС. *Соціальна економіка*. 2019. Випуск 58. С. 70-80.
9. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура і тенденції. *Академічний огляд*. 2016. № 2. С. 110-117.

10. Калюжна Н.Г., Ковтун Т.К. Критичні чинники та перспективи відновлення світової економіки в умовах глобальної рецесії COVID – 19. Бізнесінформ. 2020. №12. С. 39-46.
11. Козак Ю.Г., Притула Н.В. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія]. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 163 с.
12. Короленко Н.В., Ларіна Т.І. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи COVID-19. Економіка та держава. 2021. № 1. С. 59-65.
13. Кузнєцова К.О., Чорній В.В., Ченуша О.С. Міжнародна торгівля: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент». Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 191 с.
14. Мадяр Р.О. Ризики зовнішньоекономічної діяльності та ключові торговельні партнери України. Економіка та держава. 2020. № 9. С. 70–73.
15. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7e82c6e6-e65b-44ae-8a9a48b6851f6d47&tag=Infografika-import> (дата звернення: 04.03.2023)
16. Моргун Г.В. Концепція стратегічного управління експортно-імпоротної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 2, том 1. С. 71-77.
17. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 10.04.2023)
18. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 10.04.2023)
19. Павлов О.І., Самофатова В.А., Кулаковська Т.А. Зовнішньоекономічна діяльність України в системі глобальних конкурентних відносин: агропродовольчий вимір. Монографія. Одеса: «Астропринт», 2019. 279 с.
20. Пен В. Теоретичні аспекти дослідження умов міжнародних торговельних відносин. теоретичні аспекти дослідження умов міжнародних

торговельних відносин. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/34963/06-Van.pdf?sequence=1> (дата звернення: 04.03.2023)

21. Рахман М.С., Євтушенко А.А., Рудас Д.С. Зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2020. № 47. С. 39-44.

22. Романюк Л.М. Сучасні тенденції міжнародної економічної діяльності України. Центральнотраїнський науковий вісник. *Економічні науки*. 2021, вип. 6(39). С. 47-55.

23. Савченко М.В., Хаджинов І.В., Завидовська А.О. Експортний потенціал України та його реалізація у торговельно-економічних відносинах з країнами ЄС. *Економічний вісник*. 2021. №4. С. 89-98.

24. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 43-51.

25. Що означає здійснювати зовнішньоекономічну діяльність в реаліях війни? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/11/1/693302/> (дата звернення: 04.03.2023)

26. Юр'єва П.Б. Зовнішня торгівля країни в умовах глобальних трансформацій: аналітичний інструментарій. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 29. С. 51-57.

27. Bhagwati J. Why Growth Matters: How Economic Growth in India Reduced Poverty and the Lessons for Other Developing Countries. New York: PublicAffairs, 2013. 280 p.

28. Cooperation between the IMF and Ukraine. URL: <http://www.imf.org/external/np/fin/tad/extarr2>. (дата звернення: 04.03.2023)

29. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 04.03.2023)

30. Franchising in US. Economy: prospects and problems. Committee on small business. *House of representatives. Washington*. 2019. P. 47-52.

31. Global financial system. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Global_financial_system (дата звернення: 04.03.2023)

32. International Monetary Fund. URL: <http://www.imf.org/external/ns/search.aspx?NewQuery=Ukraine&submit>. (дата звернення: 04.03.2023)
33. ITC Export Potential Map. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/gapchart?fromMarker=i&exporter=804&toMarker=r&whatMarker=a&what=a> (дата звернення: 04.03.2023)
34. Khan K., Qingyang W., Khurshid A. Causal Relationship between Monetary Policy and the Stock Market: a Bootstrap Rolling Window Approach. *Financial Markets, Institutions and Risks*. 2017. № 1(4). Pp. 5-15.
35. TrendEconomy. URL: <https://trendeconomy.com/> (дата звернення: 04.03.2023)
36. Unctadstat. URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (дата звернення: 04.03.2023)
37. World Trade Organization (WTO). URL: <https://www.wto.org/> (дата звернення: 04.03.2023)

Ім'я користувача:
Міжнародної торгівлі і маркетингу Іщенко Анна

ID перевірки:
1015014942

Дата перевірки:
10.05.2023 16:29:37 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
10.05.2023 16:30:14 EEST

ID користувача:
100005724

Назва документа: Тищенко В.О. Розвиток зовнішньої торгівлі України стан, тенденції та перспективи

Кількість сторінок: 53 Кількість слів: 11990 Кількість символів: 91319 Розмір файлу: 375.73 KB ID файлу: 1014704643

9.17% Схожість

Найбільша схожість: 1.03% з Інтернет-джерелом (<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43471>)

6.88% Джерела з Інтернету

183

Сторінка 55

7.5% Джерела з Бібліотеки

484

Сторінка 57

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

13