

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

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Міжнародні економічні відносини

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 Міжнародні відносини

СПЕЦІАЛІСТЬ

292 Міжнародні економічні відносини

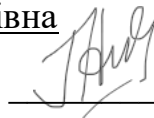
Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему « Україна на європейському ринку товарів та послуг »

здобувача Попова Олександра Івановича

Науковий керівник: к.е.н., доцент Гончарова Анастасія Олександрівна


(підпис)

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

Завідувач кафедри: д.е.н. доцент Федірко Олександр Анатолійович

(підпис)

Київ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

Міжнародні економічні відносини
29 Міжнародні відносини
292 Міжнародні економічні відносини

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
Освітньо-професійної програми

_____ Федірко О.А.

«___» _____ 20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Федірко
О.А.

«___» _____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
здобувачу вищої освіти Попову Олександрю Івановичу

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: «Україна на європейському ринку товарів та послуг»

Тему затверджено наказом ректора Університету від «___» _____ 20__ р. № _____

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах з наукових робіт вітчизняних та зарубіжних науковців, статистичних даних та відкритих даних з мережі Інтернет.

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Методологія дослідження зовнішньої торгівлі
<i>(термін подання – до 01.11)</i>	
Розділ 2	Аналіз сучасного стану і тенденції зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг
<i>(термін подання – до 01.12)</i>	

Розділ 3	Напрямки оптимізації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг
<i>(термін подання – до 30.12)</i>	
Об'єкт дослідження:	зовнішня торгівля та зовнішньоторговельна політика України.
Предмет дослідження:	збалансованість та перспективи зовнішньої торгівлі товарами та послугами України на європейському ринку.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	на основі існуючих теорій міжнародної торгівлі, основних підходів та методів регулювання зовнішньої торгівлі оцінити стан та динаміку зовнішньої торгівлі України, вивчити зовнішньоторговельну політику, що проводиться в країні з метою виявлення умов та факторів забезпечення збалансованості її зовнішньої торгівлі

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

У розділі 1	Розкрити суть та значення зовнішньої торгівлі
	Визначити етапи розвитку світового ринку товарів і послуг
	Встановити методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі
У розділі 2	Дослідити структура і аналіз зовнішньої торгівлі України
	Проаналізувати особливості розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг
	Визначити інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг
У розділі 3	Виокремити проблеми та виклики України на європейському ринку товарів та послуг
	Провести дослідження механізмів та інструментів розвитку зовнішньої торгівлі України
	Оцінити стратегію розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

**Завдання підготував
науковий керівник**


(підпис)

Гончарова А.О.
(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Попов О.І
(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота містить 88 сторінок, 7 таблиць, 19 рисунків, список використаних джерел з 63 найменувань.

« Україна на європейському ринку товарів та послуг »

Об'єктом дослідження зовнішня торгівля та зовнішньоторговельна політика України.

Предметом дослідження є збалансованість та перспективи зовнішньої торгівлі товарами та послугами України на європейському ринку.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи - на основі існуючих теорій міжнародної торгівлі, основних підходів та методів регулювання зовнішньої торгівлі оцінити стан та динаміку зовнішньої торгівлі України, вивчити зовнішньоторговельну політику, що проводиться в країні з метою виявлення умов та факторів забезпечення збалансованості її зовнішньої торгівлі.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- розкрити суть та значення зовнішньої торгівлі;
 - визначити етапи розвитку світового ринку товарів і послуг;
 - встановити методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі;
 - дослідити структуру і аналіз зовнішньої торгівлі України;
 - проаналізувати особливості розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг;
- визначити інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг;
- виокремити проблеми та виклики України на європейському ринку товарів та послуг;
- провести дослідження механізмів та інструментів розвитку зовнішньої торгівлі України;
- оцінити стратегію розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг..

Практичне значення отриманих результатів. На базі отриманого аналізу зовнішньої торгівлі товарами та послугами України надана оцінка ефективності зовнішньоекономічних зв'язків. Проведене дослідження по виявленню та потенціальному виправленню існуючих проблем України на ринку товарів та послуг.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2022.

Рік захисту 2023.

Ключові слова: міжнародна торгівля, торгівля товарами, зовнішньоторговельна угода, експортно-імпортна діяльність України.

В і д г у к
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту

Попова Олександра Івановича

на тему «Україна на європейському ринку товарів та послуг»

- 1. Актуальність теми:** зовнішня торгівля дає великі можливості для становлення економіки та її розвитку, накопичення бюджету країни, що допомагає зберегти добробут нації. Зовнішня торгівля сприяє перерозподілу матеріальних благ на міждержавному рівні, сприяючи цим процесу формування товарно-грошових відносин, під посиленням впливом контактів із зовнішнім ринком.
- 2. Позитивні риси кваліфікаційної роботи:** автором розкрито поняття суті та значення зовнішньої торгівлі, визначені їх суб'єкти, функції, розглянуто етапи розвитку світового ринку товарів і послуг, методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі та структуру і аналіз зовнішньої торгівлі України.
- 3. Наявність самостійних розробок автора:** заслуговує на увагу дослідження автором інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг.
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:** цінність висновків полягає в стратегія розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг.
- 5. Наявність недоліків:** робота виконана не своєчасно.
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** магістерська робота виконана не своєчасно, й у відповідності до мінімальних вимог, рекомендується до захисту в ДЕК та має середній рівень, 40 балів.

Науковий керівник: доцент кафедри європейської економіки і бізнесу, к.е.н.,
доцент



Гончарова А.О.

(підпис)

“ ” _____ 2023 р.

Рецензія

на кваліфікаційну магістерську роботу

здобувача вищої освіти

Попова Олександра Івановича

Тема: « Україна на європейському ринку товарів та послуг»

Актуальність теми. Представлена кваліфікаційна магістерська робота присвячена аналізу міжнародної торгівлі та дослідженню розвитку міжнародної торгівлі Україною на ринку товарів та послуг. Оскільки наближення України до Європейського Союзу, та відновлення торгових потужностей є пріоритетним напрямком політики держави, то дана робота є високо актуальною.

Якість проведеного дослідження. Дослідження проведено якісно, так як періодика аналізу торгівлі товарами між Україною та іншими країнами на ринку є достатньо великою. Що дає можливість повністю розглянути тенденції розвитку міжнародних зв'язків.

Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи. Позитивними рисами є системність та послідовність викладення матеріалу, а також обґрунтування нових напрямків співпраці України з іншими країнами.

Зауваження. В роботі розглянуті механізми формування зовнішньоекономічних зв'язків, та практичні методи, як українські підприємства можуть відновлювати свої позиції на ринку. Проте не розглянуті методи та пропозиції що до процесу укладання нових умов та їх впливу на економіку України.

Рецензент:
Директор
ТОВ «Бермет»



Гасюк Т.М.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Методологія дослідження зовнішньої торгівлі	6
1.1. Суть та значення зовнішньої торгівлі	6
1.2. Етапи розвитку світового ринку товарів і послуг	20
1.3. Методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі	23
РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану і тенденції зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг	30
2.1. Структура і аналіз зовнішньої торгівлі України	30
2.2. Особливості розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг	35
2.3. Інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг	44
РОЗДІЛ 3. Напрямки оптимізації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг	49
3.1. Проблеми та виклики України на європейському ринку товарів та послуг	49
3.2. Механізми та інструменти розвитку зовнішньої торгівлі України	53
3.3. Стратегія розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг	57
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Торгівля між країнами вважається найважливішою та ключовою формою міжнародних відносин. Народи світу активно вели торгівлю продукцією, тобто обмінювали товари, що були в надлишку на товари яких потребували, ще задовго до того, як сформувалося світове господарство. Саме з цієї причини торгівля між країнами стала поштовхом у побудові єдиної світової торгівлі.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що зовнішня торгівля дає великі можливості для становлення економіки та її розвитку, накопичення бюджету країни, що допомагає зберегти добробут нації. Зовнішня торгівля сприяє перерозподілу матеріальних благ на міждержавному рівні, сприяючи цим процесу формування товарно-грошових відносин, під посиленням впливом контактів із зовнішнім ринком. Також розвиток зовнішньої торгівлі України є актуальною проблемою у контексті програми імпортозаміщення та зовнішньоекономічних санкцій у сучасних умовах розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни під впливом таких факторів як повномасштабний наступ Росією на територію України.

Дослідженням цього питання займалися такі вчені, як: Браун О., Де Курсі, Ресерч Дж., Ірвін Д., Теріо М., Клювак О., Вагнер І., О'Рурк К., Саркар А.Н., Александрова Р. А., Платошина Г. М., Платошин А. С., Горник В. Г., Григорова-Беренда Л. І., Шуба М.В., Дацко О. І., Дедяєва Л. М., Єлісеєнко О. В., Єріна А.М., Пальян З.О., Жабинець О. Й., Ляшенко В. І., Прокопенко О. В., Омеляненко В.А., Калюжна Н., Кисельова О. М., Крищенко Д. В., Кульганік О.М., Мазаракі А. А., Мельник Т.М., Іксарова Н.О., Малкина М. Ю., Мних О., Сапотницька Н., Назиров К. З., Осадька Ю.Є., Зінченко О.М., Панчишин С., Попов Д. В., Портер М., Сазонець О. М., Сидяга Б., Соколовська О.М., Ус І., Гавриленко Н., Хрупович С. Є., Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В., Шиманська К. В., Бондарчук В. В. та ін.

Мета дослідження – на основі існуючих теорій міжнародної торгівлі, основних підходів та методів регулювання зовнішньої торгівлі оцінити стан та динаміку зовнішньої торгівлі України, вивчити зовнішньоторговельну політику, що проводиться в країні з метою виявлення умов та факторів забезпечення збалансованості її зовнішньої торгівлі.

Завданнями дослідження, виходячи з поставленої мети, є:

- розкрити суть та значення зовнішньої торгівлі;
- визначити етапи розвитку світового ринку товарів і послуг;
- встановити методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі;
- дослідити структуру і аналіз зовнішньої торгівлі України;
- проаналізувати особливості розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг;
- визначити інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг;
- виокремити проблеми та виклики України на європейському ринку товарів та послуг;
- провести дослідження механізмів та інструментів розвитку зовнішньої торгівлі України;
- оцінити стратегію розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг.

Об'єкт дослідження – зовнішня торгівля та зовнішньоторговельна політика України.

Предмет дослідження – збалансованість та перспективи зовнішньої торгівлі товарами та послугами України на європейському ринку.

Методами, що використані під час дослідження, є загальнонаукові, а також емпіричні методичні прийоми економічної науки, зокрема. Перші включають аналіз, синтез, індукція, дедукція; економіко-статистичні методи, а саме порівняльний аналіз, групування; метод прогнозу. А також інші загальноприйняті методи дослідження, такі як графічний та табличний.

Інформаційною базою дослідження стали підручники та посібники з вивчення питання міжнародної діяльності країни та її зовнішньої торгівлі, зокрема, світового та європейського експорту та імпорту. Також під час написання використовувалися наукові публікації в сучасних виданнях, тематичні тези з конференцій, монографії та ін. Основоположною базою для аналітичної частини дослідження стали національні статистичні збірники та бази (Державний комітет статистики України, видання Міністерства фінансів та Національного банку України), а також міжнародні джерела статистичної інформації (зокрема, дані Світової організації торгівлі).

РОЗДІЛ 1. Методологія дослідження зовнішньої торгівлі

1.1. Суть та значення зовнішньої торгівлі

З появою міжнародної торгівлі багато товарів імпортувалися через неможливість виробництва їх у силу природно-кліматичних умов, а також через відсутність у країні технологій виробництва певних товарів [6]. Наприклад – спеції, вина, сири, фрукти, тканини, прикраси тощо. Отже, передумовами виникнення міжнародної торгівлі є низка таких чинників: природно-кліматичні умови, рівень розвитку науки і технологій, досвід та традиції у виробництві продукції.

Варто відмітити, що в основі міжнародної торгівлі лежить концепція абсолютних і порівняльних переваг, де головний принцип - це свобода торгівлі, тобто експорт та імпорт однаково важливі для економіки. Але з погляду даних теорій застосування стратегії імпортозаміщення нераціональне. Шведські економісти Еге. Хекшер і Б. Олін, ґрунтуючись на теорії Д. Рікардо про порівняльні переваги, стверджували, що експорт товарів може бути замінений рухом факторів виробництва, а імпортувати вигідно ті товари, для виробництва яких спостерігається дефіцит факторів виробництва.

Щодо поняття «зовнішня торгівля», міжнародна торгівля це процес купівлі-продажу, який здійснюються між країнами. Серед предметів, якими зазвичай торгують, є споживчі товари, такі як телевізори та одяг; засоби виробництва, такі як машини; і сировина та продовольство. Інші операції включають послуги, такі як туристичні послуги та платежі за іноземні патенти. Міжнародні торгові операції сприяють міжнародним фінансовим платежам, у яких приватна банківська система та центральні банки торгуючих країн відіграють важливу роль. Міжнародна торгівля та супутні фінансові операції, як правило, здійснюються з метою забезпечення країни товарами, яких їй бракує, в обмін на ті, які вона виробляє в надлишку. Такі трансакції, функціонуючи з іншими економічними політиками, мають тенденцію покращувати рівень життя нації. Велика частина сучасної історії

міжнародних відносин стосується зусиль сприяти вільній торгівлі між країнами.[40, с. 6].

Пропонуємо порівняти підходи до трактування міжнародної торгівлі (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Підходи до розуміння сутності міжнародної торгівлі [46]

Співставляючи дані підходи, представлені на рисунку, можна відзначити, що суб'єктами у першому підході (операційному) є різні фізичні та юридичні особи, а також міжнародні організації, держави. Щодо державно-політичного – виключно держави та міжнародні організації. Визначення мети формування таких різних підходів полягає в тому, що при операційному ціллю є задоволення потреб споживачів при імпорті товарів та ресурсів, а при експорті – реалізація комерційного інтересу. Що стосується другого підходу, такі цілі полягають більш у економічних та політичних інтересах держави [46].

Існують також чинники міжнародної торгівлі. Багато різних факторів, таких як політичні, та економічні, можуть впливати на зростання міжнародної торгівлі. Обмінні курси, конкурентоспроможність, зростаюча глобалізація, тарифи та торгові бар'єри, транспортні витрати, мови, культури, різноманітні торговельні угоди впливають на рішення компаній торгувати на міжнародному рівні.

Політика та інші проблеми уряду, такі як відносини між торговельними країнами, дуже важливі для зростання міжнародної торгівлі. Політична нестабільність, особливо коли вона призводить до насильства, може бути основною перешкодою для зростання торгівлі — багато країн встановлюють високі тарифи на експорт або імпорт з певних країн або галузей з таких причин. Хоча такі тарифи можуть використовуватися для захисту нових галузей промисловості або для здійснення політичного тиску на деякі країни, їхній загальний вплив на міжнародну торгівлю часто є негативним. Однією з найбільших історій останніх 20 років стала успішна інтеграція багатьох країн, що розвиваються, у світову економіку та їхнє становлення як ключових гравців у міжнародній торгівлі. Країни, що розвиваються, відрізняються якістю своїх політичних та економічних інститутів, але є вагомим підставою вважати, що «кращі» інститути дають країнам конкурентну перевагу та дають кращі торгові результати. Однак незрозуміло, чи продовжуватиметься зростання в країнах, що розвиваються, такими ж швидкими темпами чи сповільниться.

Також виділяють структуру товарного потоку, де дано походження та призначення товарів, а також ступінь їхньої обробки. За походженням виділяють: переробну та видобувну промисловість, сільське господарство та сферу послуг. За призначенням товарні потоки поділяються на продовольчі товари та напої, транспортні засоби, промислова сировина, машини, обладнання, промислові товари народного споживання, паливо. За ступенем обробки є сировинні товари, готові вироби та напівфабрикати [62].

Часто розуміють під міжнародною торгівлею як торгівлю послугами, так і торгівлю товарами. Торгівля послугами — це система міжнародних відносин, які виникають між продавцями та покупцями з приводу придбання або продажу різних видів послуг. Товари міжнародної торгівлі поділяють на: оборонні та обов'язкові соціальні послуги; комунальні послуги та будівництво; освіта та охорона здоров'я; суспільні роботи; оптова і роздрібна торгівля, ресторани і готелі, туристичні бази.

Торгівля товарами – це форма зв'язку між виробниками товарів різних країн, які є економічно залежними між собою [13].

Крім того, існує географічна структура, організаційна географічна структура та територіальна географічна структура. Географічна структура – це розподіл торговельних потоків між країнами. Організаційна географічна структура містить дані про міжнародну торгівлю між країнами, які відносяться до певних інтеграційних спільнот або є виокремленими в групи за певними критеріями. Територіальна географічна структура являє собою дані про міжнародну торгівлю в країнах, які входять до одної частини світу або групи.

Загальновідомо, що міжнародна торгівля була в моді протягом століть і всі цивілізації вели торгівлю з іншими частинами світу. Потреба в торгівлі існує через відмінності в доступності ресурсів і порівняльні переваги. У нинішньому контексті, коли технології та інновації в усіх сферах відкрили кордони для глобалізації, жодна країна не може дозволити собі залишатися ізольованою та бути самодостатньою. Міжнародна торгівля має багату історію, починаючи з бартерної системи, яка була замінена меркантилізмом у 16 і 17 століттях. Протягом більшої частини цього періоду автори-меркантилісти стверджували, що основною метою торгівлі має бути сприяння сприятливому торговому балансу. «Сприятливий» торговельний баланс — це такий, за якого вартість експортованих вітчизняних товарів перевищує вартість імпортованих іноземних товарів. Торгівля з даною країною чи регіоном вважалася прибутковою залежно від того, наскільки вартість експорту перевищувала вартість імпорту, що призводило до позитивного сальдо торгового балансу та додавання дорогоцінних металів і скарбів до запасів країни. Пізніше вчені заперечували, оскільки меркантилісти плутали накопичення дорогоцінних металів зі збільшенням національного багатства. Але, безсумнівно, меркантилісти, як правило, сприймали експорт прихильно, а імпорт — негативно.

Навіть якщо торговий баланс не був особливим джерелом занепокоєння, товарний склад торгівлі був. Експорт промислових товарів вважався корисним, а експорт

сировини (для використання іноземними виробниками) — шкідливим; імпорт сировини розглядався як вигідний, а імпорт промислових товарів — як шкідливий. Цей рейтинг видів діяльності ґрунтувався не лише на основі зайнятості, де вважалося, що переробка та додавання вартості до сировини створюють кращі можливості для працевлаштування, ніж просто видобуток або первинне виробництво основних товарів, а й для створення галузей, які зміцнять економіку та національну оборону. У 18 столітті відбувся зсув до лібералізму. Саме в цей період Адам Сміт, батько економіки, написав відому книгу «Багатство народів» у 1776 році, де він визначив важливість спеціалізації у виробництві та включив міжнародну торгівлю до зазначеної сфери. Спеціалізація допомогла підвищити продуктивність, тобто виробляти більше товарів з тих самих ресурсів, що є важливим для досягнення вищого рівня життя. За Смітом, поділ праці обмежувався обсягом ринку; іншими словами, малі ринки не зможуть підтримувати значну спеціалізацію, тоді як більші ринки можуть. (У маленькому місті зазвичай менше спеціалізованих магазинів, ніж у великому.) Таким чином, міжнародна торгівля фактично збільшила розмір ринку для будь-якої окремої країни, дозволила більш витончену спеціалізацію, створила міжнародний поділ праці, і таким чином принесла користь усім країнам, підвищення світової продуктивності та виробництва. Звертаючись до обмежень імпорту, Сміт стверджував, що вони принесуть користь певним вітчизняним галузям промисловості, але також зменшать конкуренцію та дадуть цим виробникам монополію на внутрішньому ринку, дозволяючи їм стягувати вищі ціни. Монополії також були схильні до неефективного управління та, швидше за все, ставали неефективними. Пояснюючи це, Сміт виклав свою концепцію ролі конкуренції. Давид Рікардо [6, с. 471] розробив принцип порівняльної переваги, який актуальний навіть сьогодні. Рікардо вважав, що порівняльна перевага гарантує, що міжнародна торгівля принесе користь усім країнам. Його теорія залишається основою економічного аргументу вільної торгівлі сьогодні. Він стверджував, що кожна країна повинна спеціалізуватися на виробництві продуктів, у яких вона має порівняльну перевагу,

тобто може виробляти відносно ефективно. Португальське сонце, наприклад, давало португальським підприємцям порівняльну перевагу у виробництві вина, тоді як вологий клімат Англії означав, що її порівняльна перевага була у виготовленні тканини. Рікардо показав, що, спеціалізуючись на виробництві, а потім і на торгівлі, Португалія та Англія досягнуть більшого споживання як вина, так і тканини, ніж за відсутності міжнародної торгівлі.

Усі ці економічні думки та принципи вплинули на міжнародну торговельну політику кожної країни. Хоча за останні кілька століть країни уклали кілька пактів [1, с. 218]. для переходу до вільної торгівлі, де країни не встановлюють тарифи з точки зору імпорتنих мит і дозволяють вільну торгівлю товарами та послугами.

На початку 19 століття відбувся рух до професіоналізму, який до кінця століття згас. Приблизно в 1913 році західні країни кажуть про великий рух до економічної свободи, де кількісні обмеження були скасовані, а митні збори зменшені в різних країнах. Усі валюти вільно конвертувалися в золото, яке було міжнародною валютою обміну. Відкрити бізнес у будь-якому місці та знайти роботу було легко, і можна сказати, що торгівля між країнами в цей період була дійсно вільною.

Перша світова війна змінила весь хід світової торгівлі, і країни побудували стіни навколо себе з воєнним контролем. Після світової війни цілих п'ять років пішло на демонтаж воєнних заходів і відновлення торгівлі до нормального життя. Але потім економічна рецесія в 1920 році знову змінила баланс світової торгівлі, і багато країн побачили зміни в долі через коливання своїх валют і девальвацію, що створило економічний тиск на різні уряди, щоб вони запровадили захисні механізми, прийнявши підвищення митних зборів і тарифів.

Поступово країни почали знайомитися з тим фактом, що стара школа думок більше не буде практичною і що вони повинні постійно переглядати свою політику міжнародної торгівлі, і це призвело до того, що всі країни погодилися керуватися міжнародними організаціями та торговельними угодами в умовах міжнародної торгівлі. Сьогодні розуміння міжнародної торгівлі та факторів, що впливають на

світову торгівлю, є набагато кращим. Контекст глобальних ринків керувався розумінням і теоріями, розробленими економістами на основі природних ресурсів, доступних у різних країнах, які дають їм порівняльну перевагу, економії від масштабу великомасштабного виробництва, технологій з точки зору електронної комерції, а також терміну служби продукту. Цикл змінюється відповідно до розвитку технологій, а також структур фінансового ринку.

Також не можна повністю заперечити можливість нового перелому сьогоденної тенденції, такої як, перехід від вільної торгівлі до протекціонізму, від нео-ліберальної глобалізації до нео- меркантилізму. Метою неомеркантилістської політики не обов'язково або переважно є короткострокова вигода. Неомеркантилістська позиція змішує економічні та національні інтереси, особливо якщо вони стосуються стратегічних активів або ланцюгів постачання. Перевага надається тим, хто може підтримувати ринкове, технологічне чи ресурсне лідерство в окремих секторах. Вони можуть бути відносно нішевими для менших держав, тоді як для глобальних або регіональних держав це означає більш широкий контроль. Неомеркантилізм починає з того самого пункту, що й неореалізм. Він припускає, що анархічний міжнародний порядок спонукає держави до конкуренції та максимізації відносної влади для збереження свого суверенітету та безпеки та, у контексті цих надзвичайних імперативів, для досягнення цілей, які впливають із їхніх конкретних внутрішніх і зовнішніх обставин. Більше того, неомеркантилізм прагне пояснити, як держави розроблятимуть економічну політику для максимізації багатства в рамках своїх зусиль, спрямованих на посилення свого становища в міжнародній системі. Вони використовують урядовий апарат, щоб спробувати подолати або принаймні обмежити ринкові наслідки, які можуть стримувати розвиток критично важливих фірм — тих, що вважаються ключовими для влади держави — і отримати привілейований доступ до основних сировинних ресурсів і ринків. Неомеркантилізм також припускає, що держави прагнуть контролювати іноземні інвестиції та інші фінансові потоки та обмежувати вразливість до зовнішніх економічних обмежень, навіть якщо, з точки зору логіки

неокласичних економічних принципів, такий вибір може не дати найефективніших результатів.

Ефективне функціонування економіки неможливе без розгалуженої й ефективної інфраструктури. Її фактори представлені на рис. 1.2.

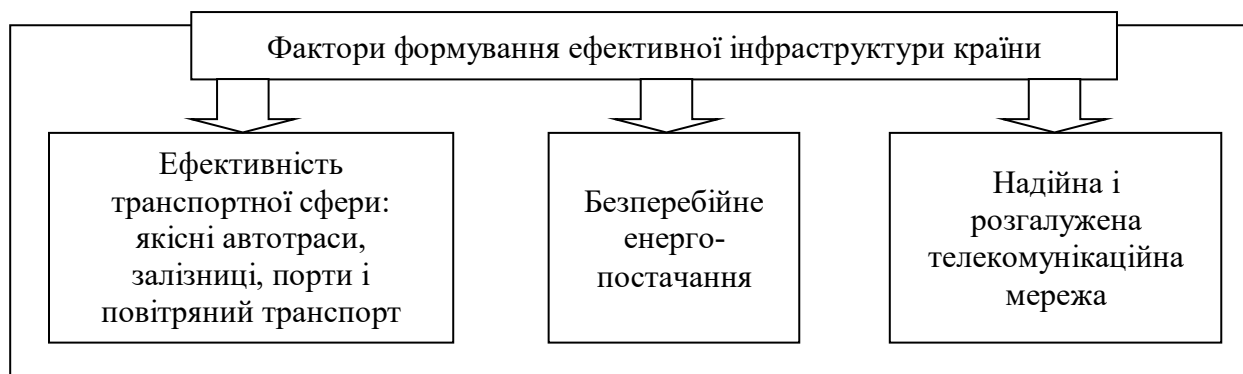


Рисунок 1.2 – Фактори формування ефективної інфраструктури країни на світовому ринку

Джерело: [44, с.55]

Ця група факторів визначає зростання конкурентоспроможності економіки країни. Крім названих факторів, важливими є ті, що формують конкурентну позицію країни, це: виробничі ресурси, розвиток технологій, ринкові умови, міжнародний бізнес та економічна діяльність, стратегія та структура компанії та роль уряду.

- Виробничі ресурси. Кожна фірма, галузь і країна володіє тим, що економісти назвали виробничими ресурсами (фактором виробництва). Виробничі ресурси — це не що інше, як необхідні ресурси для конкуренції в будь-якій фірмі, галузі та країні, такі як праця, природні ресурси, капітал та інфраструктура. Незважаючи на те, що фундаментальні структури промислово розвинутих економік змінюються, виробничі ресурси залишатимуться важливим чинником національної конкурентоспроможності. Наявність виробничих ресурсів явно відіграє важливу роль в економічному зростанні та національній

конкурентоспроможності, наприклад, швидке зростання виробництва, продуктивності та конкурентоспроможності в країнах з низьким рівнем оплати праці, таких як Гонконг, Тайвань і Сінгапур, а останнім часом – Таїланд, Китай, і Малайзія. Наділеність виробничими ресурсами була наріжним каменем аналізу національної конкурентоспроможності та економічного зростання з моменту створення класичної школи. Виробничі ресурси можна згрупувати в кілька категорій: людські ресурси, інфраструктура, капітальні ресурси та природні ресурси. Людські ресурси є основою конкурентоспроможності нації. Він включає в себе кількість, навички та вартість персоналу, а також враховує стандартний робочий час і трудову етику. Людські ресурси є основою, яка розвиває всі інші фактори, такі як технології, передова інфраструктура, ресурси знань тощо. Людські ресурси можна поділити на некваліфіковану, напівкваліфіковану та кваліфіковану працю, серед яких кваліфікована праця є найважливішою, і їй приділяли найбільше уваги економісти в останні десятиліття. Кваліфіковану працю можна класифікувати за безліччю категорій, таких як кваліфіковані робітники, дипломовані інженери, вчені, менеджери тощо. Два аспекти якості людських ресурсів потребують уваги та інвестицій. Перше – інвестиції в здоров'я людей. Поточні дослідження, проведені в різних країнах, що розвиваються, підтвердили негативний вплив на продуктивність поганого здоров'я та харчування.

По-друге, це інвестиції в освіту та професійну підготовку, наприклад початкову та середню школу, а також вищу освіту. Інвестиції в освіту стали необхідною умовою для будь-якої нації, яка бажає розвивати технології, продуктивність, конкурентоспроможність та економічне зростання, тоді як технології стали неминучими для надання освіти суспільству. У Звіті про глобальну конкурентоспроможність (2000) Горст Зіберт, президент Кільського інституту світової економіки в Німеччині, підкреслив, що вдосконалення національних систем формування людського капіталу є

основним фактором, що визначає конкурентоспроможність та економічне зростання. У тому ж дусі Девід Браєр, виконавчий директор Oxfam, підтвердив, що Світовий банк вважає освіту єдиним найціннішим засобом розвитку

- Інституційне середовище. Інституційне середовище сильно впливає на конкурентоспроможність і зростання країни. Воно утворює структуру, в якій приватні особи, фірми та уряди взаємодіють, щоб створити багатство в економіці. Воно включає як державні, так і приватні інституції, які включають права власності та захист інтелектуальної власності, етику та корупцію, незалежність судової влади та фаворитизм у рішеннях урядовців, ефективність уряду, безпеку та підзвітність уряду. Інституційна база істотно впливає на інвестиційні рішення та організацію виробництва.
- Ефективність ринку товарів. Країни з ефективними ринками для товарів мають можливість виробляти правильний обсяг продуктів і послуг, враховуючи умови попиту та пропозиції, і такі ринки також забезпечують найбільш ефективну торгівлю цими товарами в економіці. Здорова ринкова конкуренція, як внутрішня, так і зовнішня, важлива для підвищення ефективності ринку і, отже, продуктивності бізнесу, забезпечуючи те, що найефективніші фірми, які виробляють товари, затребувані ринком, виживають. Ефективність ринку також залежить від умов попиту, таких як орієнтація на клієнта та досвідченість покупця. Клієнти, які погоджуються на погане ставлення фірм, як правило, не нав'язують компаніям необхідну дисципліну, необхідну для досягнення ефективності на ринку.
- Складність фінансового ринку. Ефективний фінансовий сектор має вирішальне значення для спрямування ресурсів на найкращі інвестиційні проекти чи підприємств. Складні фінансові ринки, які можуть зробити капітал доступним для інвестицій приватного сектора з таких джерел, як позики від надійного банківського сектору, добре регульовані біржі цінних паперів і венчурний капітал. Сучасний фінансовий сектор розробляє

продукти та методи, щоб невеликі новатори з хорошими ідеями могли їх реалізувати. Надання ризикового капіталу та позик, які є надійними та прозорими, також є критично важливими для ефективних фінансових ринків.

- Технологічна адаптивність. Швидкість, з якою країна застосовує існуючі технології для підвищення продуктивності своїх галузей, має вирішальне значення для конкурентоспроможності. Доступ до інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та їх використання стають основоположними для визначення загального рівня технологічної готовності країни, враховуючи критичний вплив ІКТ на інші сектори економіки та їх роль як ефективної інфраструктури для комерційних операцій. Таким чином, наявність нормативної бази, сприятливої для ІКТ, і високі темпи проникнення ІКТ значно сприяють загальній конкурентоспроможності країни. Доступність бізнес-винаходів для бізнес-спільноти є надзвичайно важливою для визначення технологічної готовності.

До факторів формування конкурентних позицій можна також віднести відмінності в культурі окремих країн і багато іншого. Наприклад, у певних країнах, таких як Китай та Японія, населення більш схильне до праці, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Проте на сучасному етапі у формуванні конкурентних позицій, особливо довгострокових, наявність у країни дешевої робочої сили поступово втрачає свою важливість. Але, варто зазначити, що дана стратегія не забезпечує високий соціальний рівень життя населення. Фактори конкурентоспроможності інноваційно-інформаційно-технологічного типу займають провідне положення в сучасному розвитку країни.

Деякі автори, зокрема М. Малкіна, називають широкий спектр чинників формування конкурентної позиції країни на світовому ринку.[36]

Під конкурентоспроможністю національної економіки розуміється її спроможність:

- 1) забезпечувати високі темпи економічного зростання та зростаючий рівень життя в країні;

2) підтримувати попит на вітчизняні товари та послуги на міжнародних ринках;

3) досягати високої ефективності використання виробничих ресурсів;

Конкурентоспроможність національної економіки є результатом різних доданків, деякі з яких до того ж взаємно посилюють одна одну, породжуючи синергетичний ефект. Можна виділити два основні блоки факторів конкурентоспроможності національної економіки: макроекономічний та інституційний.

Макроекономічні фактори конкурентоспроможності:

1. Природні ресурси
2. Динаміка валютного курсу .
3. Зовнішньоторговельні обмеження
4. Фінансування інноваційних розробок

До інституційних факторів відносять ефективність прав власності на товари інтелектуальної власності, ефективна конкуренція на внутрішньому ринку країни і тд.

Крім перелічених факторів, на формування конкурентної позиції країни на світовому ринку впливає й рівень політичної стабільності в країні. Зокрема, основою для створення конкурентних переваг можна визначити:

- прозорість державної влади;
- конфесійна і національна толерантність, захист прав людини;
- стабільність;
- незначний рівень корупції;
- багатопартійність;
- гармонізація з міжнародними правовими нормами законодавства країни.

Ключові фактори формування конкурентних позицій представлені на розроблені автором схемі рис. 1.3. Слід зазначити, що до інституціональних факторів входять: організаційно-правові, техніко-економічні, науково-технічні, власницькі, фінансові, інвестиційні, соціальні та правові. Уряд відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності країни. Це може впливати на всі чотири рівні детермінант, описані раніше. Через розробку політики та втручання уряд може впливати на інвестиції, заощадження та торгівлю. Завдяки поєднанню лібералізації торгівлі та коригування валютного курсу уряд може зміцнити платіжний баланс і підвищити міжнародну конкурентоспроможність. Досвід кількох нових індустріальних країн на початку 1980-х років показує, що певний рівень державного контролю над макроекономічними проблемами є необхідним. У цьому конкретному випадку, коли фундаментальні макроекономічні показники серйозно вийшли за рамки, уряди негайно вжили заходів, щоб взяти ситуацію під контроль. Вони також були віддані розширенню експорту, а не імпортозаміщенню як засобу послаблення обмежень платіжного балансу.

Уряди можуть також впливати на мікроекономічне ділове середовище та розвиток людських ресурсів. Такий вплив зазвичай здійснюється через ряд промислових політик. Промислову політику можна визначити як усі форми свідомого та скоординованого державного втручання для сприяння промислового розвитку. Такі форми включають, але не обмежуються цим, захист імпорту, фінансові субсидії, регулятивні зміни та втручання на ринки капіталу, праці, технологій і природних ресурсів. Наприклад, уряд може формувати факторні умови за допомогою політики навчання та інфраструктури. На умови виробництва також впливають субсидії та політика, спрямована на розвиток ринків капіталу. Крім того, на умови ринкового попиту впливають регулятивні стандарти та процеси, державні закупівлі та відкритість для імпорту. Уряди часто є основними покупцями багатьох товарів, включаючи оборонні товари, телекомунікаційне обладнання та літаки для національних авіакомпаній. Уряди можуть формувати умови пов'язаних

і допоміжних галузей шляхом контролю над рекламними носіями, а також через регулювання допоміжних послуг, таких як банківська справа та обмін валют. Нарешті, урядова політика також впливає на конкуренцію та ділову практику за допомогою таких засобів, як регулювання ринку капіталу, податкова політика та антимонопольне законодавство.

Вплив державної політики на конкурентоспроможність країни може бути позитивним (стимулювання конкурентоспроможності) або негативним (перешкода конкурентоспроможності).

Занадто велика залежність від прямої допомоги чи втручання з боку уряду може завдати шкоди компаніям у довгостроковій перспективі та лише призвести до того, що вони стануть більш залежними. З іншого боку, уряд, який проводить політику бездіяльності, може втратити переваги формування макро- та мікроекономічного бізнес-середовища та інституційної структури, які можуть стимулювати компанії отримати конкурентну перевагу. Таким чином, відповідна роль, яку має відігравати уряд, — це роль каталізатора та виклику: він має заохочувати або навіть підштовхувати компанії до вищого рівня конкурентоспроможності, навіть якщо цей процес може бути важким. Уряди не можуть безпосередньо створювати конкурентоспроможні галузі тільки компанії можуть це зробити. Успішною є державна політика, яка створює середовище, в якому компанії можуть отримати конкурентну перевагу.



Рисунок 1.3 – Ключові фактори формування конкурентних позицій країни на світовому ринку

Джерело: [36, с.24]

Варто додати, що існують дві взаємопов'язані тенденції, які зберігаються протягом багатьох століть у міжнародній торговельно-економічній політиці: прагнення до лібералізації міжнародної торгівлі, зміцнення інтеграційних зв'язків з іншими країнами, знищення торгових бар'єрів, у зв'язку з чим відбувається поглиблення міжнародного поділу праці; одночасне посилення протекціонізму; заборона проникнення іноземного капіталу та товарів у країну.

Отже, формування конкурентних позицій нерозривно пов'язано із реалізацією конкурентних переваг та забезпеченням конкурентоспроможності країни в зовнішній торгівлі. Нові фактори формування конкурентних позицій сприяють здобуванню прибутку від взаємодії з іншими учасниками світового ринку, забезпечують вільну участь у конкуренції. Це дає ще більший простір для ефективного розвитку національної економіки і для посилення її конкурентоспроможності у світовому просторі.

1.2. Етапи розвитку світового ринку товарів і послуг

Історію торгівлі можна розділити на три етапи. Перший почався в Середземномор'ї, поширившись на захід через Грецію, Рим і Венецію, до Антверпена, Амстердама та Лондона. Під час цього етапу між трьома великими населеними центрами в Китаї, Індії та Європі поступово розвивалася глобальна торгова мережа. Спочатку ця торгівля велася сухопутним шляхом і була повільною та дорогою, але коли наприкінці п'ятнадцятого століття відкриті морські шляхи відкрили глобальні морські шляхи, транспортні витрати різко впали, а обсяги торгівлі зросли.

Другий етап був спровокований промисловою революцією наприкінці вісімнадцятого століття. Інновації в дизайні суден, суднобудуванні та глобальних комунікаціях зробили можливим судноплавство як глобальну галузь, спочатку через Балтійську біржу, тоді як надійні пароплави та технічні інновації, такі як Суецький канал, дали можливість лінійним компаніям здійснювати регулярні рейси. Протягом наступного століття торгівля швидко зростала, зосереджуючись навколо колоніальних імперій європейських держав, а рамки морської торгівлі були радикально змінені.

Нарешті, у другій половині двадцятого століття ще одна хвиля економічних і технічних змін була викликана демонтажем колоніальних імперій, які були замінені економікою вільної торгівлі, започаткованою в Бреттон-Вудсі. Виробники намагалися знайти кращі джерела сировини та інвестували значні кошти в інтегровані транспортні системи, які б зменшили вартість транспортування цих товарів. У цей період ми спостерігали зростання ринків балкерів, контейнеризацію генеральних вантажів і спеціалізованих судноплавних операцій, що перевозили хімікати, лісопродукцію, автомобілі, газ тощо. Важливою частиною цієї революції було відходження судноплавства від нації держави, які домінували в попередні

століття до зручних прапорів. Це принесло більшу економію та змінило фінансову структуру галузі, але це також підняло проблеми регулювання.

Тож, світове господарство як цілісна система сформувалося наприкінці XIX ст., передумовами для чого стали завершення епохи Великих географічних відкриттів (практично усі «білі плями» зникли з карти Землі) та закріплення конкретних територій за відповідними національно-державними утвореннями, із загальним їх взаємним визнанням. Еволюцію розвитку міжнародних економічних відносин можна умовно поділити на 4 періоди [41]:

- Стародавній світ (4 тис. до н. е. до 5 ст. н. е. і завершується падінням Римської імперії);
- епоха Середньовіччя (між падінням Римської імперії (кінець V ст. н. е.) та початком епохи Великих географічних відкриттів (друга половина XV ст.);
- колоніальний період (Епоха Великих географічних відкриттів - від кінця XV ст. до кінця XVIII ст.);
- новітня історія (від XVIII до XX ст.) характеризується поширенням ринково-капіталістичної економіки та формуванням світового ринку.

Зародження сучасних міжнародних економічних відносин (МЕВ) збігається з виникненням перших цивілізацій та взаємодії між ними при появі надлишків продовольства або знарядь праці. Першими проявами МЕВ були елементарні форми «міжнародної» торгівлі на основі натурального обміну між окремими особами, сім'ями і племенами. До появи грошей мав місце безпосередній обмін товару на товар, тобто бартер.

Варто зауважити, що існують і інші підходи до періодизації розвитку міжнародної торгівлі. Наприклад метод, запропонований Девідом Хелдом. Автор детально дослідив хронологію глобалізації та виділив сім історичних форм явища, розділених на чотири наступні епохи. Його робота присвячена детальному висвітленню основних характеристик цих різних форм глобалізації. Сформована таблиця синтетично показує історичний поділ, який він запропонував, і

супроводжується коротким викладом основних характеристик кожної фази.
(додаток А).

Він припускає, що глобалізація — це не явище, яке триває одне століття, а історичний процес, який поступово виявлявся в різноманітних формах протягом історії. Тому існує не одна, а різні форми глобалізації, які змінюються з часом.

Він вибрав найбільш визначні характеристики кожного періоду та продемонстрував, як розвиток людських відносин сприяв зростаючому поєднанню економічної, соціальної, культурної, військової, екологічної та політичної діяльності в різних країнах. Таким чином він пояснює появу різних періодів глобалізації на основі вивчення людської взаємодії з давніх часів.

Автор запропонував чотириступеневу періодизацію глобалізації: домодерну (до 1500 р.), ранньомодерну (приблизно 1500-1850 рр.), модерну (приблизно 1850-1945 рр.) і сучасну (1945 р. до сьогодні). Кожна форма глобалізації відображає просторово-часові та людські умови часу.

Перша форма тривала тисячі років відтоді, як людська взаємодія та поява будь-якої діяльності на великих відстанях була серйозно обмежена недостатчею технологій транспорту та зв'язку. В результаті розвитку відповідних знань і обладнання процес трансформації став швидшим, інтенсивнішим і з більшим розмахом.

Досучасний період почався з формування аграрних центрів в Євразії, Африці та Америці приблизно 9000-11000 років тому. Без сумніву, цілями глобальних взаємодій і, як наслідок, соціальних та інфраструктурних перетворень були суворо обмежені доступними технологіями. Основними характеристиками цього періоду були міжрегіональні або міжцивілізаційні зустрічі в Євразії, оскільки Океанія та Америка залишалися автономними цивілізаціями. Ключовими джерелами глобалізації в цей час були політичні та військові імперії, світові релігії та міграційні рухи як кочових людей, так і сільськогосподарських суспільств. Через транспортні обмеження далека торгівля між регіонами та цивілізаціями була менш

інтенсивною. Політичну, військову чи культурну взаємодію було набагато складніше встановити, тому цю епоху описують як форму «тонкої глобалізації».

Протягом ранньої модерної епохи це явище прогресувало, головним чином мотивоване європейськими завоюваннями та демографічними, екологічними та епідеміологічними потоками між Європою, Америкою та Океанією. Європейські інновації та розширення були більшою мірою результатом імпорту та адаптації євразійських технологій, ніж розвитку місцевих інновацій. Європейська експансія в цю епоху не була справді глобальною, але значною мірою була розташована в Америці та Океанії. Політичні та військові відносини та формування європейських глобальних імперій зміцнили канали взаємозв'язку між континентами. Крім того, великі торгові компанії, пов'язані з новими імперіями (Британська Ост-Індська компанія, компанія Гудзонової затоки та Британська королівська африканська компанія) породили нові форми економічної глобалізації.

Цей період ознаменував початок індустріалізації та величезний прогрес військової зброї, військово-морських технологій і все більш потужних державних установ.

Відповідно, інтенсивність міжконтинентальних зв'язків значно зросла з точки зору торгівлі, інвестицій та міграції людей. Протягом епохи європейська влада поширювалася майже на всі регіони земної кулі.

Нарешті, Хелд розглядає модерну глобалізацію як відмінну історичну форму явища з точки зору економіки, політики, права, управління, військових справ, культурних зв'язків і людських загроз. Він стверджував, що: «Ця епоха пережила надзвичайні інновації в інфраструктурах транспорту та зв'язку, а також неперевершену щільність інститутів глобального управління та регулювання» .

Сучасна епоха являє собою історично унікальне поєднання певних ключових аспектів, таких як крах Бреттон-Вудської системи на початку 1970-х років, нафтова криза ОПЕК, потік нафтодоларів у міжнародні банківські установи в поєднанні з новою телекомунікаційною інфраструктурою та глобальною хвилею неолиберальної дерегуляції з 1980-х і далі. Ці фактори сприяли сплеску світової

торгівлі, інвестицій і фінансових потоків, особливо між Північною Америкою, Західною Європою та Азією.

1.3. Методи оцінювання показників зовнішньої торгівлі

Імпорт та експорт є засобами зовнішньої торгівлі. Експорт означає продаж товарів і послуг з рідної країни іноземній країні. Тоді як імпорт означає купівлю іноземної продукції та ввезення її в свою країну. Крім того, він здійснюється двома способами, а саме:

- Прямий
- Непрямий

Кожна нація наділена певними ресурсами, активами та здібностями. Наприклад, деякі країни багаті природними запасами, наприклад, нафтопродуктами, деревиною, родючим ґрунтом або цінними металами та мінералами, тоді як різні країни мають дефіцит цих ресурсів.

Торгівля послугами реєструє вартість послуг, якими обмінюються резиденти та нерезиденти економіки, включаючи послуги, що надаються через іноземні філії, засновані за кордоном. Цей показник вимірюється в мільйонах доларів США та відсотках ВВП для експорту, імпорту та чистої торгівлі. Послуги включають транспорт (як вантажні, так і пасажирські), подорожі, послуги зв'язку (поштові, телефонні, супутникові тощо), будівельні послуги, страхування та фінансові послуги, комп'ютерні та інформаційні послуги, роялті та ліцензійні збори, інші бізнес-послуги (торгівля, операційні лізинг, технічні та професійні послуги тощо), культурно-оздоровчі послуги та державні послуги, не включені до переліку вище. Торгівля послугами стимулює обмін ідеями, ноу-хау та технологіями, хоча вона часто обмежена такими бар'єрами, як національне законодавство.

Використовуючи різні методи та підходи, що прийнято ділити на неформалізовані та формалізовані, можна визначити поточний стан, тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі країни. Такі методи представлено в додатку Б.

Під неформалізованими підходами варто розуміти такі, що ґрунтуються на логічних процедурах узагальнення проявів дійсності і не передбачають підтвердження авторських висновків певною аналітичною залежністю та розрахунками. Формалізований підхід передбачає проведення дослідження з використанням кількісних методів і дозволяє уникнути помилок суб'єктивізму, типових при неформалізованому підході.

Ґрунтовні прогнози тенденцій та динаміки розвитку об'єкта дослідження в контексті зовнішньої торгівлі України дає використання саме першої групи методів. Факторний підхід до аналізу зовнішньої торгівлі реалізується у роботах науковців як дослідження винятково описового характеру [50] або ґрунтується на певних статистичних даних [28; 18; 21].

Використання таких методів, як індексний та індикативний, дає можливість систематизувати та формалізувати дані стосовно поточного стану зовнішньої торгівлі, а також визначати ключові тенденції [12], чинники впливу та ресурси зростання обсягів ЗЕД [34]. Але, розрахунок таких показників дає виключно статичну картину та не дозволяє визначити зв'язки між змінними ситуації, а також надати значні прогнози динаміки окремих показників.

Як свідчить практика, обсяги експорту / імпорту товарів і послуг є складовою частиною показників обсягів у міжнародній торгівлі. Загалом міжнародну торгівлю характеризує велика кількість показників, які можна систематизувати за такими характерологічними ознаками: показники обсягів; показники динаміки; показники структури; показники результативності.

Узагальнено систему статистичних показників, що використовуються в аналізі зовнішньої торгівлі, подано на рис. 1.4.

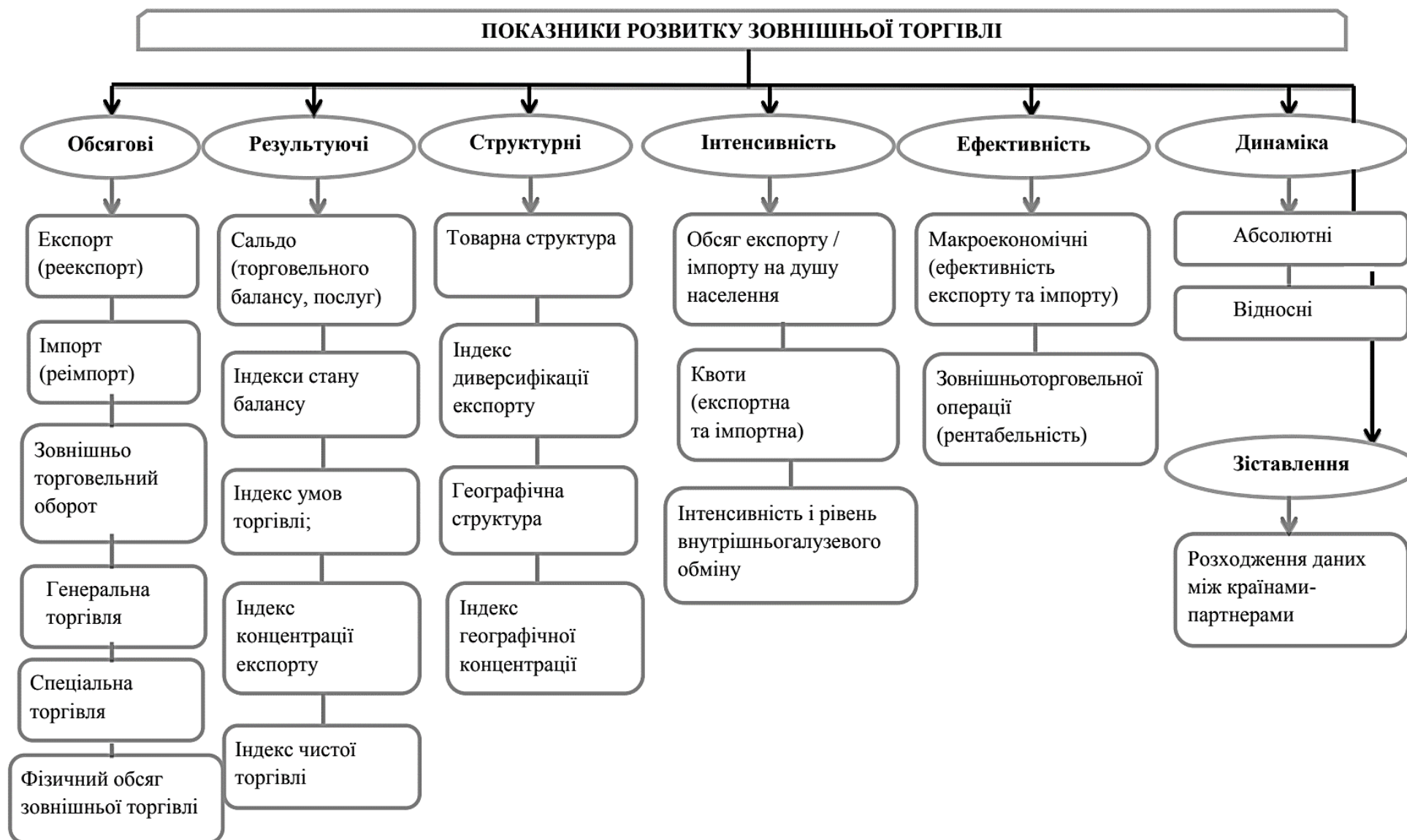


Рисунок 1.4 – Система показників розвитку зовнішньої торгівлі

Джерело: власні узагальнення автора за даними [22]

З метою виміру зовнішньоторговельної інтенсивності країн можна використовувати два типи показників: відношення показників міжнародної торгівлі до ВВП країни та обсяг зовнішньої торгівлі на душу населення [35].

Аналізом, що використовується найчастіше в дослідженнях динаміки та трендів зовнішньої торгівлі, є статистичний. Якість статистичних даних передбачає:

- Своєчасність: дані мають бути своєчасно подані.
- Точність стосується: виключень, порогових значень, відсутності відповідей, коригувань, контролю та виправлення, конфіденційності тощо.
- Доступність стосується: доступності, простоти доступу до даних, різних форматів і умови розповсюдження даних тощо.
- Чіткість стосується: забезпечення належного документування даних, допомоги у використанні інтерпретація даних тощо.
- Порівнянність стосується: концептуальних відмінностей між наборами статистики зовнішньої торгівлі
- Узгодженість стосується: якою мірою статистика отримана з інших джерел (такі як платіжний баланс, національні рахунки тощо) сумісна зі статистикою зовнішньої торгівлі.

Основними завданнями статистики зовнішньої торгівлі є:

- повний та достовірний облік експортно-імпортних операцій;
- аналіз структури, динаміки та тенденцій зовнішньоторговельних потоків країни в зв'язку з макроекономічною ситуацією;
- надання даних для впорядкування торгового та платіжного балансу, прогнозування макроекономічних показників у системі національних рахунків;
- міждержавний порівняльний аналіз показників зовнішньої торгівлі країн-партнерів;
- інформаційне забезпечення діяльності вищих органів державної влади щодо формування та реалізації науково обґрунтованої торговельно-економічної політики держави, проведення міжнародних зустрічей і переговорів.

При статистичному аналізі показників зовнішньої торгівлі застосовуються різні прийоми та методи. Основні з них [47]:

- Орієнтовний метод. З його допомогою розраховують основні показники зовнішньої торгівлі та порівнюють їх із допустимими значеннями;
- Індексний метод. Забезпечує розрахунок індексів на основі певних показників зовнішньої торгівлі та дозволяє оцінити ефективність його реалізації
- Метод міжнародного порівняння. Вартісні порівняння показників розвитку національних економік;
- Метод структурного аналізу. Аналіз структури зовнішньої торгівлі у товарному та/або географічному контексті;
- Матричний метод аналізу. Визначення характеристик зовнішньої торгівлі в залежності від конкретних параметрів кон'юнктури з можливістю графічного узагальнення;
- Дисперсійний аналіз. Оцінка достатності вибірових показників підключення результативних і факторних ознак для розподілу до загального масиву даних.

Факторний підхід базується на виявленні та систематизації факторів, що впливають на динаміку зовнішньої торгівлі. Він використовується для оцінки ситуації, а також для визначення основних перспектив зовнішньої торгівлі. Цей метод досить ефективний при виявленні загальних закономірностей міжнародної спеціалізації країни, особливо в ситуації пошуку нових ринків збуту (коли є велика кількість статистичних даних) або для суто описового характеру дослідження. Таким чином, неформалізований аналіз на основі факторного підходу є важливою основою для оцінки поточного стану та встановлення тенденцій розвитку зовнішньоекономічних відносин держави. Його доцільно використовувати в комплексі з формалізованими методами дослідження. Це сприятиме підвищенню обґрунтованості прогнозів динаміки та структури зовнішньої торгівлі країни.

Статистичні дані щодо зовнішньої торгівлі, що подаються у вигляді зведень та угруповань, несуть сумарні абсолютні величини. Абсолютною величиною

називається величина, що характеризує розміри досліджуваного явища властивих йому одиницях виміру. Аналіз статистичних показників зовнішньої торгівлі зазвичай починається з характеристики абсолютних величин: вартісних та фізичних обсягів досліджуваного явища. На базі абсолютних величин розраховуються відносні показники, що виражаються у відсотках чи коефіцієнтах. Відносною величиною називається показник, отриманий в результаті розподілу двох абсолютних величин, які характеризують досліджуване явище зовнішньої торгівлі протягом періоду часу або в порівнянні з іншим періодом, що дорівнює протяжності першому.

При аналізі явищ зовнішньої торгівлі найчастіше обчислюються відносні величини структури та динаміки експорту та імпорту. Відносні величини структури характеризують внутрішні складові досліджуваного явища зовнішньої торгівлі, показуючи питому вагу (часткою) складових частин сукупності у його обсязі, прийнятому за 100 %. Сума питомих ваг (часток) окремих складових явища повинна дорівнювати одиниці (100%).

$$\text{Питома вага (частка)} = A1/A0 \cdot 100\%, \quad (1.1)$$

де $A1$ – абсолютна величина внутрішньої складової явища;

$A0$ – абсолютна величина явища загалом.

Відносна величина динаміки характеризує зміну досліджуваного явища зовнішньої торгівлі, що мало місце протягом одного періоду порівняно з іншим періодом, рівним за довжиною першого. Найбільш поширеним методом статистичного аналізу є порівняння. Обов'язковою умовою порівняння є сумісність досліджуваних явищ, тобто. ознаки та зміст одного досліджуваного явища повинні відповідати ознакам та змісту іншого такого ж явища.

Існує кілька форм порівняння:

- Порівняння з попереднім (базисним) періодом;
- порівняння з найкращим;
- порівняння із середніми даними тощо.

У митній статистиці зовнішньої торгівлі широко використовують порівняння показників звітного періоду з показниками аналогічного періоду попереднього року (базисний період). З погляду національних рахунків індекси цін та обсягів зовнішньої торгівлі товарами відіграють важливу роль в оцінці агрегованих макроекономічних показників у постійних цінах. Дані щодо експорту та імпорту в таблицях ресурсів та використання у поточних цінах дефлятуються індексами цін та/або питомих цін зовнішньої торгівлі на рівні продукту у процесі складання таблиць ресурсів та використання у постійних цінах. Крім того, дані з експорту та імпорту в постійних цінах є необхідною основою для побудови загальних макроекономічних прогнозів та моделей, а також для аналізу платіжного балансу.

Дезагреговані показники зміни ціни особливо актуальні у сферах застосування, які стосуються перенесення інфляції через національні кордону й у межах цих кордонів між секторами. Для досліджень, результати яких використовуються при обговоренні питань тарифної політики, також потрібні дані про ціни, ступінь дезагрегування яких виходить за рамки найбільш детального рівня суто статистичної товарної класифікації. З іншого боку, зростає зацікавленість у розумінні відносного значення цінової конкуренції проти конкуренцією, заснованої на якості. Детальні відповіді на такі питання неможливо отримати, використовуючи традиційні індекси цін та вартості, що застосовуються на макроекономічному рівні.

Статистичним установам часто доводиться стикатися з вимогами користувачів щодо показників зміни цін і обсягів зовнішньої торгівлі, що не збігаються один з одним, і не завжди зрозуміло, яким чином слід пріоритизувати різні цілі користувачів. У цій складній ситуації статистична установа повинна вибрати одну з наявних у його розпорядженні стратегій, що застосовуються як до джерел даних, так і методів розрахунку. Вибір підходу може бути прагматичним з урахуванням обмеженості ресурсів, наявності даних і практичної доцільності обраної методики. Завдання полягає в тому, щоб з урахуванням звичайних бюджетних обмежень розробити найефективніші показники можливих змін цін та

обсягів, як щодо імпорту, так і експорту, максимально можливою мірою деталізованих за основними групами товарів та країн-партнерів [53].

РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану і тенденції зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

2.1. Структура і аналіз зовнішньої торгівлі України

Війна проти України приносить багато змін для підприємств, які займаються зовнішньою торгівлею.

Хоча Україна займає лише 48 місце у рейтингу СОТ за розміром експорту та імпорту товарів у світі в 2020 році. Україна є малою відкритою економікою, яка дуже зацікавлена у сприятливому середовищі, яке дозволяє легкий доступ до зовнішніх ринків і забезпечує стабільні торгові потоки. Членство у Світовій організації торгівлі (СОТ) значною мірою сприяло досягненню цієї мети, забезпечивши певний рівень стабільності та прозорості торговельної політики в Україні та країнах-партнерах. Тим не менш, глибша регіональна інтеграція надає додаткові можливості для лібералізації торгівлі і, таким чином, економічного розвитку.

За офіційними даними Міністерства економіки України регіональні обсяги експорту товарів склав у січні 2022 року 60205,7 млн. дол. США, імпорту -61866 млн. дол. США. У зв'язку з агресією Російської Федерації лише у березні 2022 року експорт українських товарів скоротився вдвічі, імпорт – більш ніж втричі, порівняно з даними за січень 2022 року. Переважна частина українського експорту до ЄС — сировинні товари. Натомість звідти Україна імпортує обладнання, машини та інші товари з високим ступенем обробки.

Таблиця 2.1 – Експорт та імпорт товарів України, млн. дол. США

Показник	Рік				
	2017	2018	2019	2020	2021
Експорт, млн. дол. США	43 265	47 336	50 054	49 192	68 075
Імпорт, млн. дол. США	49 609	57 188	60 800	54 337	72 527

Джерело: розроблено автором на основі [19]

Графічно динаміка експортно-імпортного обсягу представлена на рис. 2.1.

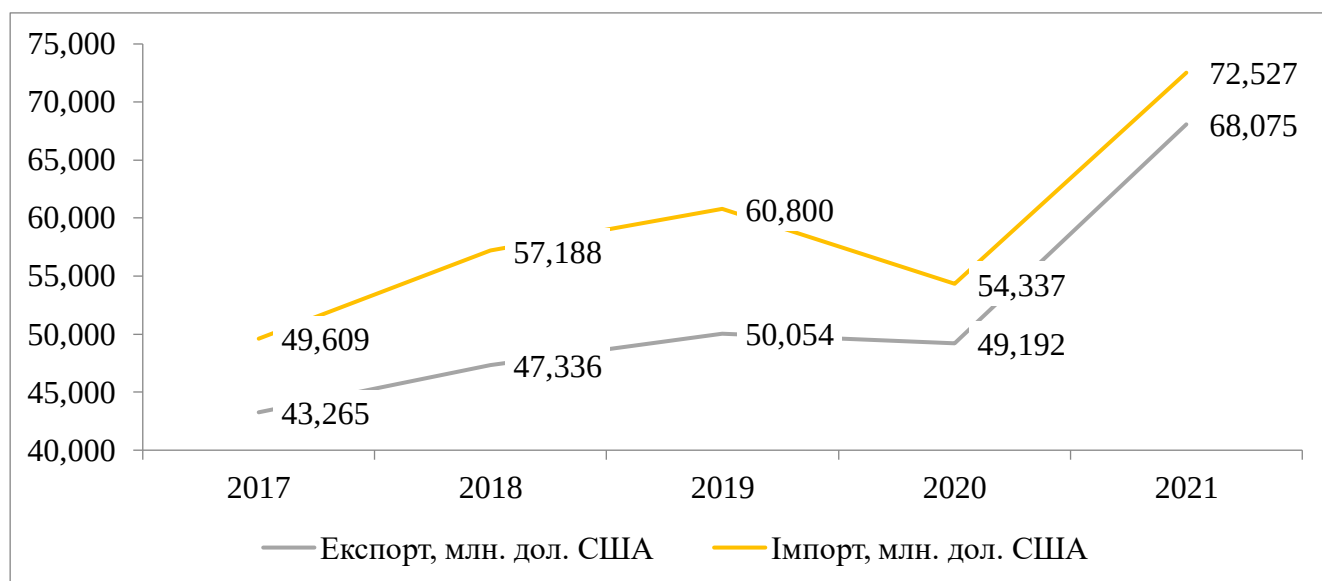


Рис. 2.1 – Динаміка обсягу експорту та імпорту України в 2017-2021 рр.,
млн. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [19]

Як можемо бачити з представленого графіку, загальний обсяг імпорту та експорту значно виріс в 2021 р. приріст експорту склад +18,9 млрд. дол. США, або +38% порівняно з показником 2020 р. Імпорт зростає пропорційно експорту.

На рис. 2.2 представлено структура експорту послуг України в 2021 р.

Так, бачимо, що основна частина експорту послуг припадає на транспортні послуги, що становлять 40% всього експорту. В їх складі – послуги повітряного транспорту склали 32,5%, трубопровідного – 31,5%. Варто відмітити, що обсяг експорту транспортних послуг в 2021 р. знизився – з 4,9 млрд. дол. США до 4,7.

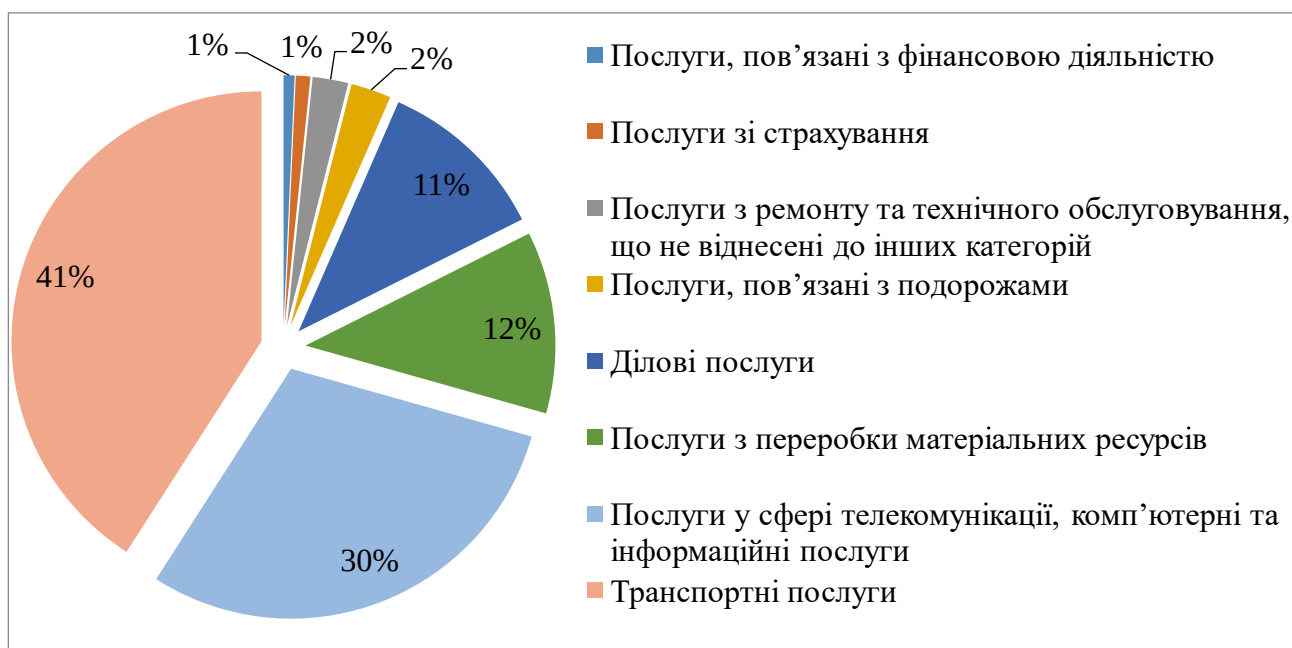


Рис. 2.2 – Структура експорту послуг України в 2021 р., %

Джерело: розроблено автором на основі [19]

30% – це частка послуг у сфері телекомунікацій, в розрізі яких комп'ютерні послуги становлять 79%. Слід зазначити, що обсяг експорту даних послуг виріс на 32% в порівнянні з минулорічним показником. Якщо в 2021 р. телекомунікаційні послуги становили 3,05 млрд. дол. США, то в 2021 р. їх обсяг виріс до 4,03 млрд. дол. США.

На рис. 2.3 представлено структуру імпорту послуг України в 2021 р.



Рис. 2.3 – Структура імпорту послуг України в 2021 р., %

Джерело: розроблено автором на основі [19]

Щодо імпорту послуг, то в структурі головна частка належить також транспортним послугам (23%), як і в експорті. Друга частина за розміром – послуги, пов’язані з фінансовою діяльністю – 21%. Імпорт транспортних послуг в 2020 р. становив 1,06 млрд. дол. США, в 2021 р. його обсяг виріс до 1,78 млрд. дол. США. Імпорт фінансових послуг також виріс – приріст склав +11,3% (обсяг зріс з 635 млн. дол. США до 707 млрд. дол. США).

4 червня 2022 року набув чинності Регламент 2022/870 Європейського парламенту та Ради про тимчасові заходи з лібералізації торгівлі. Це рішення доповнює можливості, які надаються українським експортерам в рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Тепер дія тарифів, передбачених Угодою, буде тимчасово призупинена. Мова йде про:

- мита на промислову продукцію;
- призупинення дії системи вхідних цін на овочі та фрукти;
- призупинення всіх тарифних квот на сільськогосподарську продукцію;
- призупинення дії антидемпінгових мит на імпорт товарів походженням з України;
- призупинення глобальних гарантій щодо українських товарів.

Своєю чергою, лібералізація торгівлі передбачає дотримання Україною європейських правил: походження товарів і відповідних процедур згідно з Угодою про асоціацію, утримання від будь-яких нових обмежень на імпорт з ЄС, повагу Україною демократичних принципів, прав людини та основних свобод, верховенство права, боротьба з корупцією. Ці нові правила діятимуть протягом року і допоможуть українським виробникам та експортерам витримати тягар війни та зміцнити свої позиції на європейському ринку.

Наразі ЄС є головним торговим партнером України. У 2021 році на Євросоюз припадало 39% загального товарообігу нашої країни. Оборот зріс на 35% до \$62,5 млрд. Україна експортує до Європейського Союзу, насамперед, чорні метали, руди,

електричні машини, нафту та зерно. Лібералізація торгівлі допоможе українським експортерам зміцнити свої позиції в цих та інших товарних нішах.

Після втрати відносно скромних 4% ВВП через пандемію COVID-19 у 2020 році українська економіка зросла на здорових 3,2% у 2021 році та, як очікується, зросте такими ж темпами у 2022 році. Раптове російське вторгнення порушило цей прогноз. Початковий етап вторгнення вразив столицю Київ і десять областей, на які разом припадає 55% довоєнного ВВП.

У першому кварталі 2022 року ВВП України скоротився на 15,1% – у березні 2022 року падіння порівняно з аналогічним періодом минулого року становило величезні 45%. У другому кварталі ВВП впав на приголомшливі 37,2%. Сьогодні тривають бойові дії в регіонах, на частку яких припадає менше 15% довоєнного ВВП. Але незважаючи на це, за оцінками Світового банку, українська економіка скоротиться на одну третину в 2022 році, що значно перевищує типовий поріг у 15%, який змушує економістів почати називати серйозну економічну рецесію економічною катастрофою.

Що робить економічні наслідки війни ще більш драматичними, так це те, що наведені вище сукупні цифри мають нерівномірний розподіл по країні та соціально-економічним групам. Один із способів проілюструвати це — поглянути на рівень крайньої бідності, який визначається як життя менш ніж на 5,5 доларів США (4,54 фунта стерлінгів) на людину на день.

До війни лише 2,5% українців жили в крайній бідності, як в Італії та Іспанії. Війна різко змінила це. За оцінками Світового банку, кількість українців у крайній бідності, ймовірно, зросте в десять разів у 2022 році та продовжить зростати у 2023 році. Рівень бідності буде ще вищим у регіонах, розташованих ближче до лінії фронту, через дефіцит.

Це призведе до прискорення темпів інфляції та зниження купівельної спроможності. Державна підтримка верств населення з низькими та середніми доходами є вирішальною в цій ситуації.

Незважаючи на постійний ризик обстрілів, масове руйнування будівель та обладнання та втрату працівників через переїзд, більшість українських підприємств продовжують роботу. Підприємства, які є більш мобільними, переїхали в безпечніші частини країни, що призвело до різкого регіонального зростання. Наприклад, три центральні та західні українські області, які не торкнулися війни, у березні 2022 року зросли на понад 8% порівняно з роком раніше.

ІТ-сектор із мінімальними вимогами до капіталовкладень майже не припинив роботу. Сектори, розташовані далеко від бойових дій, наприклад роздрібна торгівля, до вересня майже повернулися до свого довоєнного рівня.

Сектори, непропорційно представлені в регіонах, де відбуваються запеклі бойові дії, або з високою капіталомісткістю, наприклад, виробництво металу, повинні були суттєво скоротитись. Метінвест, найбільший виробник сталі в Україні, втратив два заводи в Маріуполі, але продовжує роботу на інших заводах поблизу Запоріжжя на півдні України та Кам'янського в центрі країни, при цьому загальний обсяг виробництва скоротився на 50-70%.

Угода щодо зерна, укладена в липні за сприяння ООН і нещодавно продовжена ще на 120 днів, дозволила частково експортувати зерно, що було корисно для сільськогосподарської економіки. Виручки від експорту може вистачити навіть на посадку на наступний сезон. Усі ці запаси коригування допомогли економіці стабілізуватися на початку осені

Середнє значення індексу світових цін на енергетичні товари за перше півріччя 2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2021 р. зросло на 83,1 %, а на неенергетичні товари – на 21,5 %⁷. Зростання цін на неенергетичні товари насамперед зумовлювало зростання індексу цін на зернові (на 23,3 %). Значною мірою це зростання було сформоване збільшенням цін на пшеницю. Так, середня ціна пшениці м'яких сортів зросла на 43,6 % (з 274 до 393 дол. США за метричну тонну), а пшениці твердих сортів – на 59 % (з 286 до 455 дол. США за метричну тонну). Значна роль, яку Україна відіграє на світовому ринку соняшникової олії

(36,4 % від світового експорту в 2021 р.) та кукурудзи (10,8 %), сприяла зростанню цін на ці товари. Так, середня світова ціна метричної тонни соняшникової олії зросла на 32,3 %, а кукурудзи – на 21,5 %. Також більше як удвічі зріс індекс цін на добрива.

2.2. Особливості розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

Після початку активних бойових дій і втрати доступу до морських перевезень кордон з ЄС став єдиним вікном для української торгівлі із зовнішнім світом. За попередніми оцінками Мінекономіки, згідно з методологією торгового балансу, експорт товарів до країн ЄС у 2022 році зріс на 4,2% порівняно з 2021 роком і становив близько 28 млрд дол.

Зростання експорту до ЄС стало можливим, зокрема, завдяки заходам з підтримки української економіки в цілому та експорту зокрема. Це податкова лібералізація, дерегуляція, підтримка виробників, страхування експорту за допомогою інструментів ЕСА, заходи наших партнерів в односторонньому порядку. Або спільно – Україною та партнерами. Йдеться, зокрема, про відкриття європейських ринків для українських товарів (тимчасове, терміном на рік, лібералізація торгівлі, економічний безвіз), ініціатива EU Solidarity Lanes, митний безвіз, транспортний безвіз. режим та ін.

Динаміка показників зовнішньої торгівлі України у 2023 році формуватиметься в напрямку поступового відновлення збитків 2022 року. Бюджет на 2023 рік передбачає збільшення експорту товарів і послуг на 7,2%. Це враховує ситуацію у виробничому комплексі, з виходом до трьох портів на Чорному морі для експорту агропродукції, поступове розширення внутрішнього попиту, попит на ІТ-послуги у світі тощо.

Також Британія скасувала всі додаткові мита та квоти на товари з України . Це мало статися з 2023 року в межах угоди про зону вільної торгівлі (ЗВТ), але британський уряд вирішив зняти обмеження достроково.

Це рішення Британії підтримає економіку обох країн:

- розшириться вихід українських промислових та аграрних підприємств на ринки Сполученого Королівства;
- Велика Британія забезпечить собі стабільнішу продовольчу безпеку;
- активізується двостороннє торгове співробітництво загалом.

Угода про зону вільної торгівлі між Україною та Великою Британією діє з 2022 року.

Сторони очікують, що угода підтримає економіку України перед обличчям повномасштабного російського вторгнення та закладе основи для подальшого успішного післявоєнного відновлення.

Раніше, навесні, сторони домовилися про скасування всіх тарифів і квот у взаємній торгівлі, а пізніше також домовилися спростити взаємний доступ до ринку державних закупівель. Таким чином, підписуючи угоду про цифрову торгівлю, країни підтверджують намір і надалі розвивати правову базу, яка сприятиме двосторонній торгівлі та зміцненню зв'язків між українським та британським бізнесом.

Сторони підкреслили, що цифрова торгівля особливо важлива в нинішньому контексті, коли військові дії та руйнування інфраструктури значно ускладнюють фізичну торгівлю.

Крім того, існує критична потреба в тому, щоб люди могли використовувати цифрові рішення, щоб ідентифікувати себе, незважаючи на втрату важливої документації, або для перетину кордонів. Таким чином, угода також встановлює основу для спільної роботи Великобританії та України, щоб забезпечити узгодженість систем цифрової ідентифікації двох країн.

Угода охопить усі сучасні сфери економіки та соціального життя – цифрові торгові системи, вільний обмін даними, захист споживачів, відкриті цифрові ринки, фінансові послуги, технічне співробітництво.

Зокрема, договором передбачено:

- незастосування мит (але свобода оподаткування) у цифровій торгівлі;
- збереження єдиної законодавчої бази для електронних транзакцій, електронних контрактів, електронної ідентифікації, безпаперової торгівлі, захисту персональної інформації тощо.

Наразі понад дві третини британських експортних послуг Україні вже надаються в цифровому вигляді. У майбутньому буде створено єдине вікно для торговців та державних органів, очікується зростання торгівлі послугами та запровадження належного захисту персональних даних. Також має покращитися доступ до державних ресурсів обох країн.

В таблиці 2.2 представлено Зведений зовнішньоторговельний баланс з країнами ЄС за 2019-2021 рр.

Таблиця 2.2 – Зведений зовнішньоторговельний баланс з країнами ЄС за 2019-2021 рр. [52]

	2019	2020	2021	Відхилення, %	
				2019/ 2020	2021/ 2020
Усього країни ЄС, млн. дол. США					
експорт	22956	20790,7	30252,9	-9,43	45,51
% до попереднього року	104,5	90,6	145,6	-13,30	60,71
Імпорт	27357,8	25530,1	32279,3	-6,68	26,44
% до попереднього року	108,7	93,3	126,4	-14,17	35,48
Сальдо	-4401,8	-4739,4	-2026,4	7,67	-57,24
коефіцієнт покриття експортом імпорту	0,84	0,81	0,94	-3,57	16,05
питома вага в загальному обсязі, %					
експорт	35,8	35	38,1	-2,23	8,86
Імпорт	40,3	42,4	39,9	5,21	-5,90
Товари країни ЄС, млн. дол. США					
експорт	20122,7	17938,1	26793	-10,86	49,36
% до попереднього року	102,8	89,1	149,4	-13,33	67,68
Імпорт	24242,3	23125,5	28954,3	-4,61	25,21
% до попереднього року	108,6	95,4	125,2	-12,15	31,24
сальдо	-4119,6	-5187,4	-2161,3	25,92	-58,34

коефіцієнт покриття експортом імпорту	0,83	0,78	0,93	-6,02	19,23
питома вага в загальному обсязі, %					
експорт	40,2	36,5	39,4	-9,20	7,95
імпорт	39,9	42,6	39,7	6,77	-6,81
Послуги країни ЄС, млн.дол. США					
експорт	3864,6	3825,4	4423	-1,01	15,62
% до попереднього року	112,3	99,8	115,6	-11,13	15,83
імпорт	3118,1	2407,4	3333,4	-22,79	38,46
% до попереднього року	111,1	78,5	138,5	-29,34	76,43
сальдо	746,5	1418	1089,6	89,95	-23,16
коефіцієнт покриття експортом імпорту	1,24	1,59	1,33	28,23	-16,35
питома вага в загальному обсязі, %					
експорт	24,7	33,1	34,6	34,01	4,53
імпорт	44,4	41	41,8	-7,66	1,95

Так, представлена інформація в таблиці свідчить про те, що Україна є виступає активним експортером та імпортером у взаємовідносинах з іншими країнами Європейського Союзу. Можемо відмітити, що питома вага імпорту в загальному обсязі переважає експорт. Але частка імпорту впродовж 3 аналізованих років зростала значнішими темпами за частку імпорту. Так, темп приросту питомої ваги експорту в 2020 р. порівняно з 2019 р. склав +34,01%, в той час, коли приріст частки імпорту становив від'ємне значення -7,66%. В 2021 обидва показники мали позитивну тенденцію до зростання.

На рис. 2.4 уточнено ключові дані таблиці, а саме динаміку експорту та імпорту послуг і товарів окремо, за останні 3 роки.

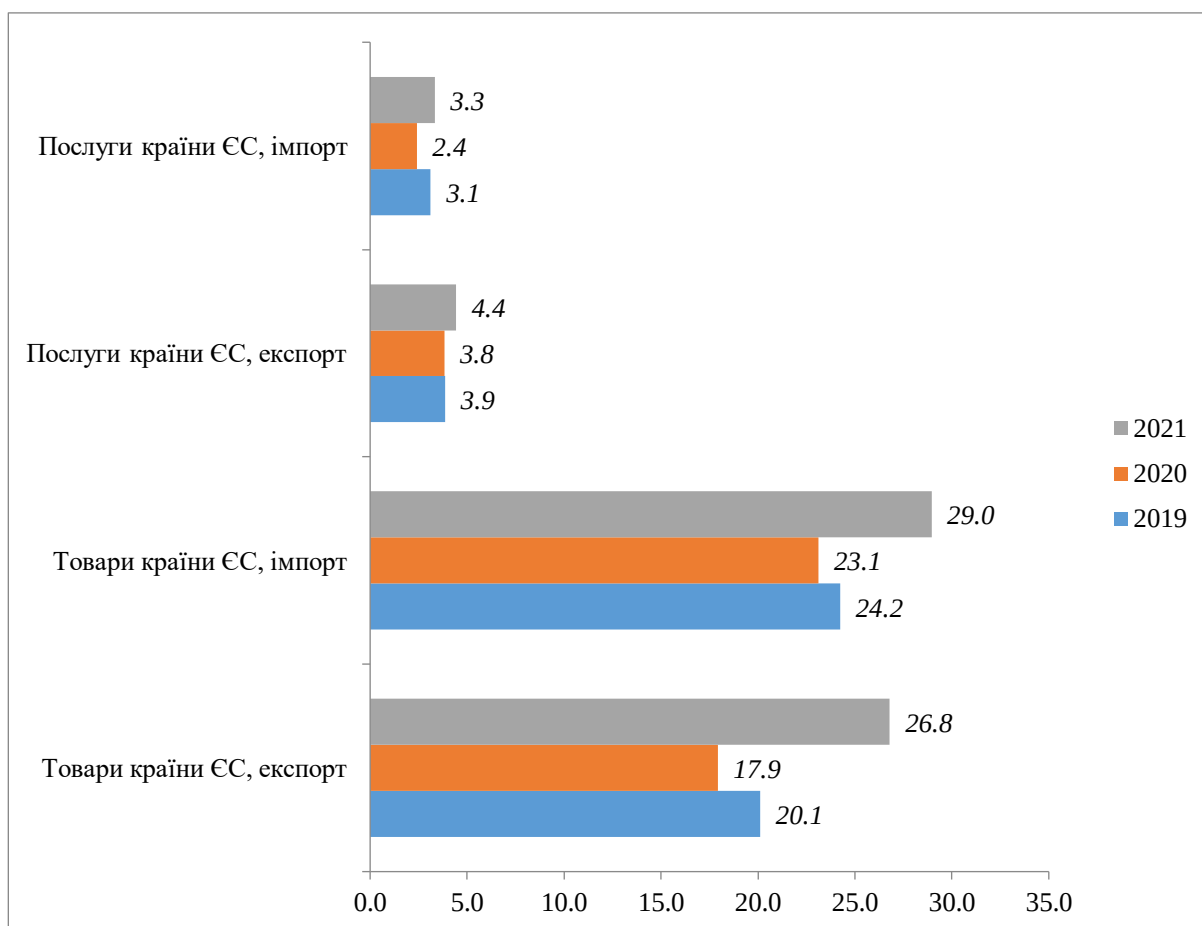


Рис. 2.4 – Динаміка обсягів імпорту та експорту товарів та послуг України до країн ЄС в 2019-2021 рр., млрд. дол. США

Джерело: розроблено автором на основі [52]

Як можемо бачити з представленого графіка, показники експорту та імпорту послуг і товарів зросли в 2021 р., порівняно з попередніми періодами. Найбільшого темпу приросту зазнали експорт та імпорт товарів з країн ЄС в Україну, другий виріс з 23,1 до 29 млрд. дол. США в 2021 р. Щодо експорту – його приріст складає більше 8 млрд. дол. США в 2021 р., обсяг експорту товарів склав 26,8 млрд. дол. США, що майже відповідає показнику імпорту.

Що стосується динаміки обсягу експортованих та імпортованих послуг, вона є більш стабільною та помірною – обсяги сягають 4,4 та 3,3 млрд. дол. США відповідно. Варто відзначити, що обсяг експорту послуг переважає імпорт в 2019-2021 р.

Далі пропонуємо розглянути показник експорту товарів в розрізі країн – ключових партнерів-імпортерів України в просторі ЄС (рис. 2.5).

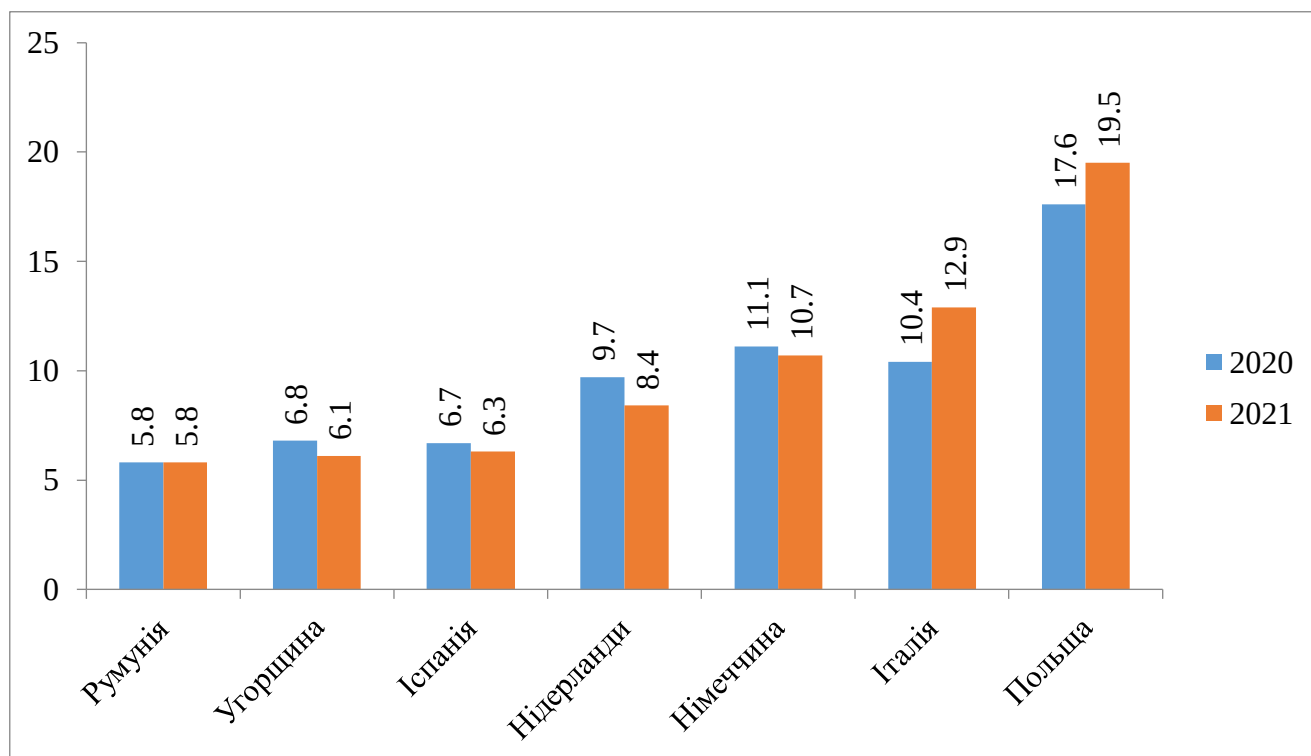


Рис. 2.5 – Основні країни-партнери ЄС в експорті товарів у 2020–2021 рр., %

Джерело: розроблено автором на основі [52]

Лідуючу позицію протягом досліджуваного періоду в ролі імпортера товарів України займає Польща, що імпортує частку від загального експорту 19,5%, яка на 1,9% вища за показник попереднього року, що відповідає вартісному обсягу 5,2 млрд. дол. США. Друге місце посідає Італія – її частка в експорті товарів України становить 12,9% в 2021 р. (3,5 млрд. дол. США). Третє місце належить Німеччині, яка в 2020 р. займала другу позицію за часткою в структурі, в 2021 р. її частка складає 10,4% (2,9 млрд. дол. США).

На рис. 2.6 представимо основних країн-партнерів ЄС в імпорті товарів України.

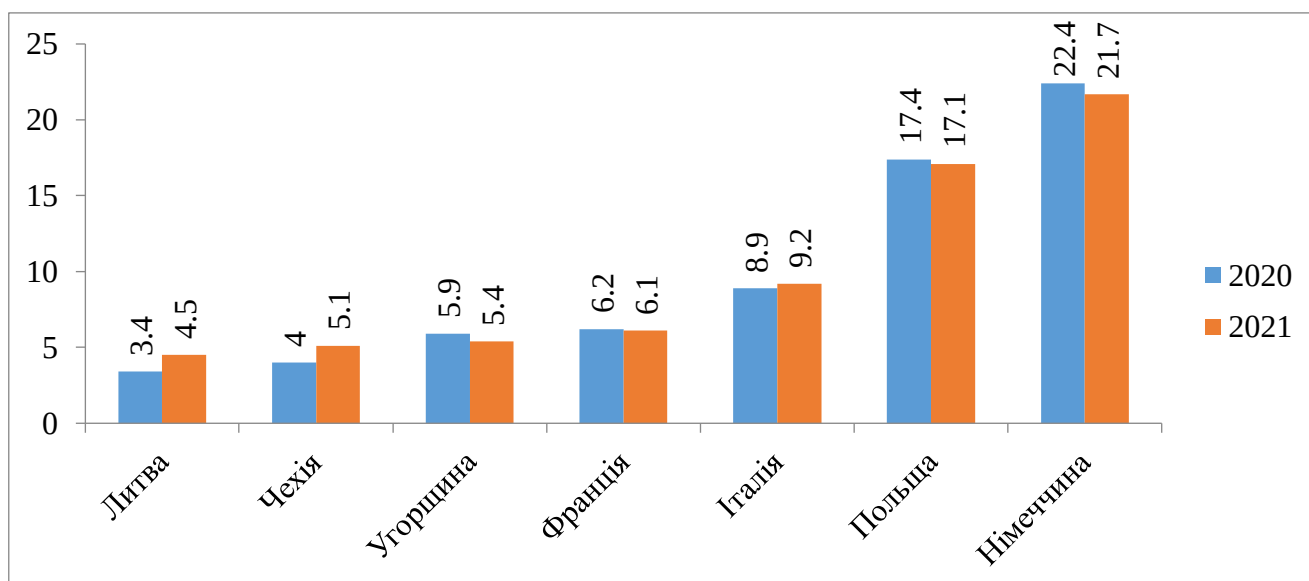


Рис. 2.6 – Основні країни-партнери ЄС в імпорті товарів у 2020–2021 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [52]

На першому місці – Німеччина, її частка в імпорті товарів України в 2021 р. 21,7%, що на 1,3% менше за минулорічний показник. У вартісному вираженні імпорт товарів з Німеччини склав 6,3 млрд. дол. США. Другу позицію займає Польща, її частка в структурі імпорту товарів становить 17,1%, що на 0,3% менше за показник попереднього року (імпорт товарів в Україну склав близько 5 млрд. дол. США в 2021 р.). Третя країна за обсягом експорту в Україну – Італія, її частка в імпорті України – 9,2% (приріст 0,3% в 2021 р. порівняно з 2020 р.). Обсяг імпорту товарів з Італії склав 2,7 млрд. дол. США.

Слід додати, що серед регіонів України лідерами за часткою експорту товарів до ЄС є м. Київ, Дніпропетровська, Донецька та Львівська області. Водночас саме в цих регіонах України (за винятком Львівської обл.) внаслідок ризиків пандемії, зокрема порушення торговельно-економічних потоків та ланцюгів постачань, спостерігаємо зменшення експорту товарів у 2020 р. порівняно із 2019 р. Натомість географічна близькість Львівської області до країн-членів ЄС стала фактором сприяння торговельній діяльності у пандемічних умовах розвитку міжнародної товарної торгівлі, забезпечивши збільшення частки Львівської обл. на 1,7 в. п., що є найбільшим показником серед усіх регіонів України. На відміну від товарної торгівлі частка експорту послуг з України до ЄС у 2020 р. порівняно з 2019 р.

суттєво збільшилася (на 10,1%), незважаючи на обмеження внаслідок пандемії, зокрема за рахунок активізації експортної діяльності з України у 2020 р. до таких країн ЄС, як Німеччина, Велика Британія, Польща та Кіпр [23, с. 85].

На рисунку 2.7 представлено структуру експорту товарів України до ЄС в 2021 р.

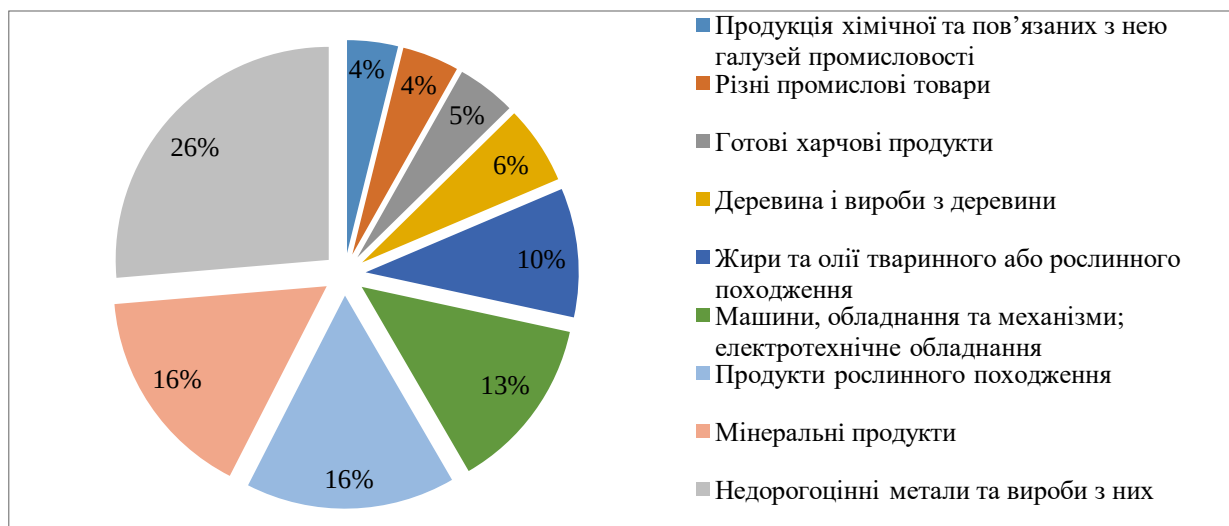


Рис. 2.7 – Експорт товарів України до ЄС за категоріями в 2021 р., %

Джерело: розроблено автором на основі [19]

Так, з представленої діаграми можемо бачити структуру експорту товарів в 2021 р. за групами товарів. Найбільшу частку в експорті займає категорія «Недорогоцінні метали та вироби з них», що становить 26% від всього експорту в ЄС, з них – 20% чорні метали. В 2020 р. ця категорія займала 16,7% в структурі експорту товарів до ЄС. В їх складі чорні метали – 13%.

Другу позицію розділили групи «Мінеральні продукти» та «Продукти рослинного походження», їх частки становлять по 16%. Для порівняння, в 2020 р. «Мінеральні продукти» займали 11,1%, а «Продукти рослинного походження» 18,1%.

Враховуючи, що ключовими експортерами та імпортерами України в ЄС є Польща та Німеччина, дослідимо їх співпрацю детальніше. Аналіз експортно-імпортних товарних операцій України з Польщею можна здійснити на основі даних, представлених в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Зовнішня торгівля товарами України з Польщею в 2011-2021 рр. та прогноз на 2022-2024 рр., млн дол. США [19]

Рік	Загальний експорт товарів	Експорт товарів до Польщі	%	Загальний імпорт товарів	Імпорт товарів із Польщі	%	Баланс
2011	67 594,1	2 791,8	4,1	81 040,5	3 164,2	3,9	-372,4
2012	67 779,8	2 571,0	3,8	83 135,4	3 545,4	4,3	-974,3
2013	62 305,9	2 545,4	4,1	75 834,6	4 052,4	5,3	-1 507,0
2014	53 901,7	2 644,7	4,9	54 428,7	3 070,8	5,6	-426,2
2015	38 127,1	1 977,3	5,2	37 516,4	2 324,0	6,2	-346,7
2016	36 361,7	2 200,0	6,1	39 249,8	2 693,3	6,9	-493,3
2017	43 264,7	2 724,6	6,3	49 607,2	3 453,8	7,0	-729,2
2018	47 335,0	3 257,2	6,9	57 187,6	3 641,9	6,4	-384,7
2019	50 054,6	3 295,8	6,6	60 800,2	4 109,1	6,8	-813,2
2020	49 191,8	3 272,7	6,7	54 336,1	4 140,9	7,6	-868,2
2021	68 089,3	5 227,6	7,7	72 816,8	4 958,8	6,8	268,8
Прогнозні дані							
2022		5 511,70			5 542,30		
2023		6 440,60			6 282,70		
2024		7 485,60			7 117,80		

Обсяг двосторонньої торгівлі послугами з Польщею за результатами 2021 року склав 736 млн дол. з позитивним сальдо +189,5 млн дол. США (у 2020 році обсяг торгівлі послугами складав 608 млн. дол.). Експорт українських послуг до Польщі у 2021 році зріс на 4,9% склавши 462,7 млн дол. (польський імпорт послуг у 2021 р. зріс на 35,9% і склав 273 млн. дол. США). Частка українського експорту послуг до Польщі від загального обсягу склала 3,5% (6-е місце серед найбільших країн-реципієнтів українських послуг у світі або 2-е місце в ЄС, поступаючись лише Німеччині).

Таким чином, основні визначальні глобалізаційні чинники це:

- пандемія covid-19;
- зона вільної торгівлі з ЄС;
- війна Росії проти України.

Пандемія коронавірусу спричинила руйнацію монопольного доступу на міжнародний ринок великих компаній шляхом пришвидшення впровадження

технологічних змін у міжнародній торгівлі. При цьому, одночасно, створила можливості одного рівня з метою здійснення міжнародних торговельних операцій усіх видів підприємств [23, с. 89].

Сьогодні внаслідок повномасштабної війни Україна лише за один місяць втратила половину своєї експортної потужності: за офіційними даними протягом березня 2022 р. було експортовано продукції на 2,7 млрд дол США, що вдвічі менше, ніж у лютому 2022 р. [24]. Основними причинами скорочення експорту стали: руйнування складів, виробництв, замороження виробництв, а також блокування основних портів, оскільки лєвова частка українського експорту здійснювалася саме через морські порти Миколаєва, Одеси та Маріуполя. Блокування портів є сьогодні ключовою проблемою скорочення експортної діяльності нашої держави, яка вимагає серйозної роботи над відновленням логістики та забезпеченням каналів постачання вантажів через західний кордон України в порти Румунії, Польщі або Німеччини залізничним та автомобільним транспортом.

2.3. Інноваційні форми організації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

Інновації – одна з головних складових у розвитку економіки України. Впровадження нових технологій забезпечує розвиток процесів у роботі підприємств, обмін ноу-хау дозволяє впроваджувати нові технології та ідеї для подальшого розвитку організацій та всієї держави. Зовнішньоторговельна та інноваційна діяльність взаємопов'язані. Необхідною умовою виходу на міжнародний ринок є усунення обмежень щодо виведення вітчизняних інноваційних товарів на зовнішні ринки, участь українських компаній у світовій конкуренції, співпраця з іншими країнами у створенні високотехнологічної

продукції. При цьому, розвиток високотехнологічних галузей промисловості та збільшення їх частки у поставках на міжнародні ринки в сучасних умовах є одним із пріоритетних напрямів розвитку на національному рівні.

Якщо розглядати експорт послуг України у довоєнний період, тобто у період до повномасштабного вторгнення росії на територію України, можна стверджувати, що основною його складовою було надання транспортних послуг, що склало 40,4% від сумарного експорту послуг країни у 2021 році, а також телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг, що склало 29,3 % від сумарного експорту послуг країни у 2021 році. В умовах війни та післявоєнний період для стабілізації позицій на зовнішніх ринках, Україна може зосередитися на експорті інформаційних послуг та містити значну інноваційну складову експортної діяльності. Крім того, надання цих послуг не вимагає географічної близькості країни-імпортера, і дозволяє Україні значно розширити ринки збуту та повністю розірвати торгівельно-економічні відносини з країною-агресором [23].

У системі інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств сфери послуг можна виокремити наступні елементи:

—суб'єкти, які створюють попит на інноваційні продукти (місцеві та іноземні споживачі (резиденти та нерезиденти), уряди та компанії (наприклад, як частина ланцюга створення вартості);

—постачальники інновацій — головним чином, це компанії, бізнес або стартапи, але також цю функцію можуть виконувати урядові організації чи ГО (громадські організації). Постачальниками інновацій можуть бути самі підприємства сфери послуг, а також підприємства, які постачають інновації для підприємств сфери послуг з метою удосконалення їхньої діяльності та виходу на зовнішні ринки (наприклад, FinTech компанії, краудфандигові платформи тощо);

—сприятливе зовнішнє середовище (зокрема бізнес—середовище, інноваційно-експортно орієнтовані урядові стратегії, комерційно—орієнтована освітньо-наукова система, яка задіяна у теоретичних і прикладних наукових дослідженнях та розробках (R&D);

—посередники, які можуть, наприклад, надавати допомогу у комерціалізації результатів R&D, надавати інноваційні фінансові послуги, послуги еко-сертифікації тощо.

У цій системі особлива увага приділяється значенню міжнародних зв'язків та інтеграції України у глобальний простір. Основними перешкодами на шляху розвитку українських підприємств у глобальній еко-системі є:

—обмежений попит на інноваційні послуги з боку іноземних кінцевих споживачів, великих компаній та держав;

—слабкі міжнародні зв'язки та повільна інтеграція української економіки у глобальну систему;

—слабкі зв'язки у межах інноваційної екосистеми, зокрема між бізнесом та новими технологічними компаніями, а також між освітньою галуззю, бізнесом та державою;

—інфраструктура є особливо слабкою через обмежене фінансування та розпорошеність заходів з підтримки інновацій та бізнесу [29, с. 163].

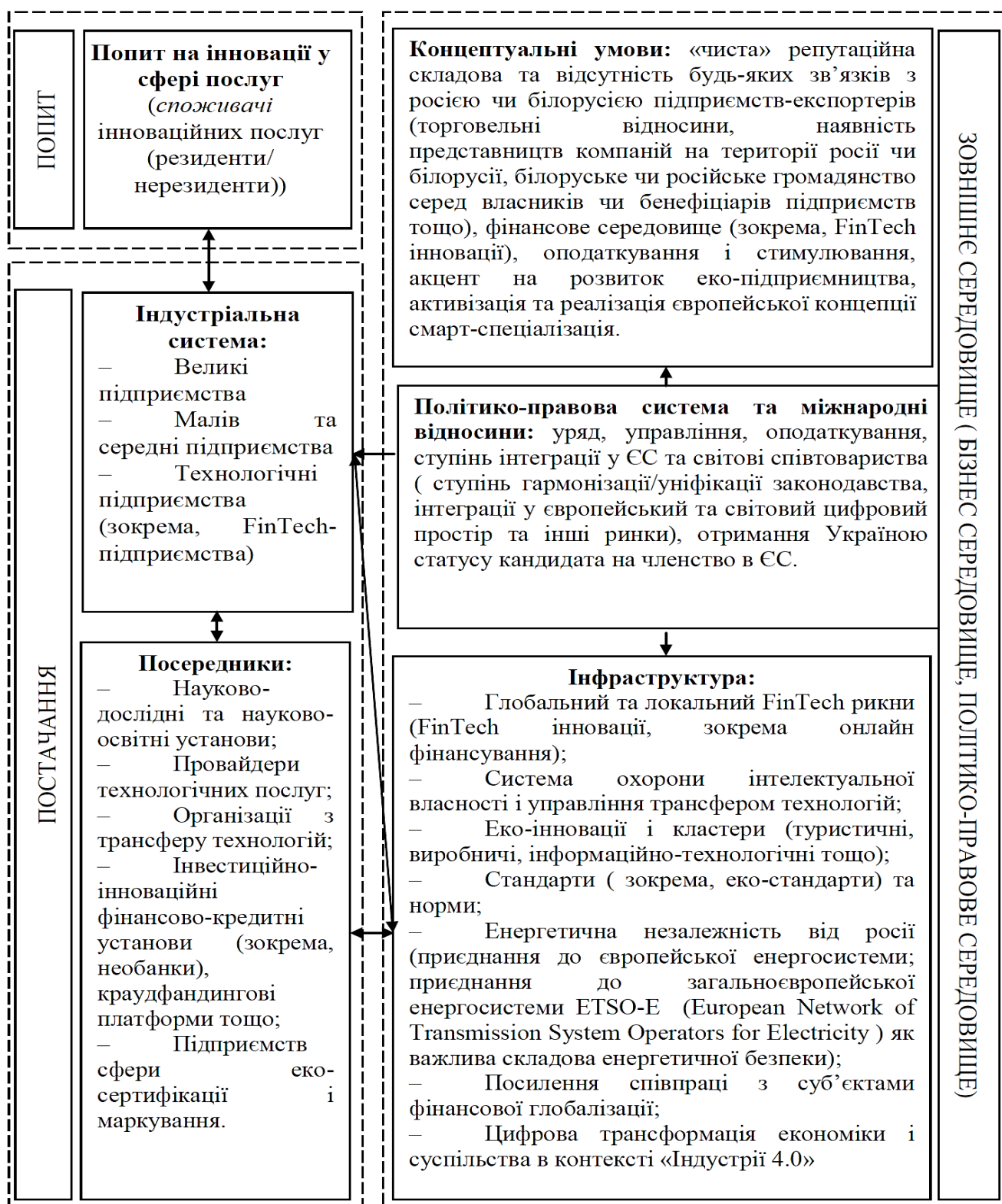


Рис. 2.8 – Система інноваційного розвитку підприємств сфери послуг у контексті експортної стратегії України, глобалізаційних процесів та умов воєнного стану

[29, с. 164]

Для забезпечення експорту інноваційних, конкурентоспроможних послуг з високою доданою вартістю в умовах війни потрібно досягнути наступні стратегічні цілі на макро- та мікрорівнях:

–розбудова інноваційної екосистеми України для розвитку інновацій та створення сприятливого бізнес–середовища;

–розвиток та використання інноваційних фінансових послуг на рівні підприємств та інноваторів;

–розвиток навичок та компетенцій українських підприємців, управлінців, науковців, інноваторів та бізнесу, які застосовуватимуться для розробки та комерційного застосування інновацій на міжнародному рівні (табл. 2.4) [29, с, 165].

Таблиця 2.4 – Цілі інноваційного розвитку підприємств сфери послуг в умовах глобалізації та у контексті експортної стратегії України

Стратегічні цілі	Напрями реалізація цілі
Макрорівень	
1. Розбудова інноваційної екосистеми України для розвитку інновацій та створення сприятливого бізнес–середовища	1. Посилення та розширення відносин між науково-дослідними установами, бізнесом і державою в межах інноваційної екосистеми; 2. Удосконалення бізнес–, регуляторного та політичного середовища для розвитку інновацій; 3. Налагодження міжнародних зв'язків національної інноваційної системи для підтримки партнерства, бізнес–контактів та інвестицій у розвиток інновацій; 4. Створення офісів/програм з трансферу технологій (ТТО) на базі ключових науково-дослідних та науково-освітніх установ з урахуванням глобальних тенденцій; 5. Розробка Національної програми «розумних» спеціалізацій у сфері послуг у рамках Експортної стратегії України; 6. Стимулювання розвитку підприємств сфери послуг за допомогою заходів податкового стимулювання, гранів або спільного фінансування, можливостей міжнародну міжнародної співпраці (зокрема, з ЄС).
Мікрорівень та макрорівень	
2. Розвиток та використання інноваційних фінансових послуг	1. Полегшення українським інноваторам та підприємцям доступу до інструментів фінансування на кожному етапі інноваційної діяльності, доступ до міжнародних краудфандингових платформ з метою забезпечення наявності джерел фінансування розвитку інновацій з державними гарантіями/забезпеченням 2. Створення розвиненої інфраструктури, яка дозволить оперативно створювати інноваційні продукти для експорту; 3. Активне використання FinTech інновацій у діяльності підприємств сфери послуг: краудфандингових платформ; онлайн фінансування; систем онлайн платежів.
3. Кадровий розвиток	1. Розвиток освітніх та тренінгових заходів у сфері управління інноваціями та підприємництва для забезпечення успішного експорту інноваційних послуг; 2. Підвищення рівня навичок менеджерів, інноваторів, науковців та інших фахівців, які працюють у сфері послуг.

Джерело: розроблено на основі [29;31;33;43]

В умовах глобалізації, коли національні економіки змушені конкурувати з високоякісною імпортною продукцією не тільки на зовнішньому, але й на внутрішньому ринку, найважливішою економічною проблемою є проблема національної конкурентоздатності, що представляє собою синтез порівняльних і конкурентних переваг країни. Обидві концепції порівняльної та конкурентної переваги відіграють важливу роль у прийнятті країною рішень щодо того, яка їхня продукція експортуватиметься. Те, чи має країна конкурентну чи порівняльну перевагу, впливатиме на прийняття рішень, гарантуючи, що експортовані товари призведуть до вищих рівнів прибутку та нижчих альтернативних витрат. Ці поняття відрізняються одна від одної, хоча порівняльна перевага також є формою конкурентної переваги.

Порівняльна перевага полягає в тому, що країна може виробляти товари з нижчими альтернативними витратами, ніж її країни-конкуренти. Альтернативна вартість — це вартість, яку необхідно понести, вибираючи один варіант над іншим. Розуміючи альтернативну вартість, порівняльна перевага пояснює концепцію того, коли країна має низьку альтернативну вартість і менше втрат, вибравши один варіант. Наприклад, Саудівська Аравія і Китай виробляють дизельне паливо. Саудівська Аравія має перевагу в тому, що має легкий доступ до нафти, тоді як Китай повинен імпортувати нафту з Близького Сходу для виробництва дизельного палива. З цих двох країн Саудівська Аравія явно має порівняльну перевагу над Китаєм.

Конкурентна перевага представляє будь-які вигоди та переваги, які країна може мати над своїми конкурентами. Це може включати такі речі, як низька структура витрат, низька вартість робочої сили, кращий доступ до сировини тощо. Однак слід зазначити, що порівняльна перевага є формою конкурентної переваги, оскільки наявність порівняльної переваги, безсумнівно, принесе компанії багато конкурентних переваг. Важливість конкурентної переваги полягає в тому, що вона дає країні низку переваг перед її конкурентами, завдяки чому вона може підвищити прибутковість із меншими витратами.

Виходячи з аналізу історичних практик [3] країни змогли домогтися провідних

позицій на міжнародних ринках наукомісткої продукції та підвищення конкурентоздатності, завдяки переходу економіки на інноваційний шлях розвитку й створення національної інноваційної системи.

РОЗДІЛ 3. Напрямки оптимізації зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

3.1. Проблеми та виклики України на європейському ринку товарів та послуг

Угода про асоціацію/ПВЗВТ спрямована на стимулювання торгівлі товарами та послугами між ЄС та Україною шляхом поступового зниження тарифів і приведення українських правил у відповідність до правил ЄС у певних галузях промисловості та сільськогосподарської продукції.

Щоб краще інтегруватися в ринок ЄС, Україна приводить своє законодавство у відповідність до норм і стандартів ЄС щодо промислових і агропродовольчих товарів. Україна також наближає своє законодавство до законодавства ЄС у сферах торгівлі, таких як:

- Конкуренція
- Технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ)
- Санітарно-фітосанітарний (СФС)
- Митниця та сприяння торгівлі
- Захист прав інтелектуальної власності

Проблема ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства залишається актуальною для України й потребує швидкого рішення в сучасних умовах [55, с. 331].

Можливості країни щодо експорту знизилися через блокування українських портів російським флотом, бойові дії, які відбуваються на східному та південному напрямках країни, та масштабний логістичний колапс. Зокрема, експорт продукції сільського господарства в березні 2022 р. зазнав зниження в чотири рази в порівнянні з лютим.

Якщо припустити, що Україна залишиться суверенним партнером ЄС у майбутньому, перспектива зміни кордонів для країни суттєво вплине на здатність країни торгувати.

Маріупольський порт, зруйнований бомбардуваннями, був стратегічно важливим для виходу до Чорного моря з Азовського моря. Маріуполь також є місцем великих металургійних комбінатів, і велика частина сталі, разом із вугіллям і кукурудзою, яку Україна експортувала на Близький Схід, проходила через Маріуполь.

Одеський порт, розташований на березі Чорного моря на південному сході України, є головним – і поки що відносно неушкодженим – транспортним вузлом. Річна пропускна спроможність порту становить 43 мільйони тонн вантажів, що в два з половиною рази перевищує потужність Маріуполя. Таким чином, збереження контролю над Одеським портом буде важливим для України, щоб зберегти свою майбутню торгівлю з партнерами в ЄС і за його межами.

Скорочення імпорту спричинене не лише логістичними проблемами та скорочення попиту, також причиною стали заборона на некритичні імпортні операції, що була введена НБУ, з метою уникнення волатильності валюти. При цьому дозвіл залишився лише для імпорту «критичних товарів» із спеціального списку і державні операції.

У той час як припинення експорту зерна з України через блокаду Чорного моря Росією сколихнуло світ і викликало тривогу щодо глобальної продовольчої безпеки, експорт практично в кожній галузі в Україні скоротився.

Чорноморська блокада Росією портів України призвела до мільярдних втрат для доходів країни. До повномасштабного вторгнення Росії експорт зерна становив 40% валютних надходжень України. Хоча експорт зерна відновився в серпні після угоди, підтриманої ООН, яка припинила блокаду, результати все ще скромні. За вісім місяців року Україна експортувала 3,6 млн тонн зерна, що на 50% менше, ніж за аналогічний період минулого року, повідомляє Мінагрополітики.

Друге за величиною джерело експортних надходжень України, металеві вироби, також було виведено з ладу через вторгнення Росії. У першому півріччі експорт металопродукції скоротився на 47%, до \$3,2 млрд. Виробники металургії змогли продати лише 4,1 млн тонн, майже на 60% менше порівняно з 2021 роком.

Країна втратила двох своїх металургійних гігантів, металургійний завод «Азовсталь» і завод імені Ілліча, обидва в окупованому Росією Маріуполі, і обидва належать компанії «Метінвест» українського олігарха Ріната Ахметова. Оскільки виробництво було знищено внаслідок жорстокої облоги міста Росією, металургійне виробництво в Україні було скорочено на 30-40%, за різними оцінками.

До кінця поточного року експорт металу може скоротитися в три-шість разів порівняно з минулим роком до \$3,6-7,2 млрд, прогнозує аналітик Concorde Capital Дмитро Хорошун. У 2021 році експорт металу сягнув \$21,1 млрд, що становить третину всього експорту України. Перед війною 60% металургійної продукції України експортувалося через морські порти країни. Підтримана ООН угода про відкриття деяких чорноморських портів України наразі не передбачає експорт металу, а спроби експортувати металопродукцію залізницею з перевалкою в портах ЄС провалилися.

Іншим галузям, таким як фармацевтика, одяг чи ІТ-сектор, вдалося уникнути такого катастрофічного падіння експорту. Скорочення експорту українського взуття та одягу порівняно з минулим роком склало лише 10% і досягло майже 450 мільйонів доларів.

Фармацевтичний експорт впав на 23% у першому півріччі, досягнувши лише 102 мільйонів доларів США – в основному через зупинку заводів у Харкові, регіональній столиці на сході України, яка постійно обстрілюється Росією. Наприклад, імпорт пального в Україну – базова потреба Збройних Сил – став одним із першочергових завдань країни. Паливні склади по всій Україні були обстріляні російськими ракетами, що збільшило потребу постачати паливо з інших місць.

Водночас Україна повністю припинила купувати російське паливо та перейшла на постачання із західного кордону країни. Нині держава імпортує 95%

бензину та близько 70% дизельного палива з країн ЄС – Польщі, Румунії, Литви, Словаччини, Греції та Болгарії. До війни головним джерелом імпорту палива в Україну були Росія та Білорусь, які постачали 42% бензину та 63% дизельного палива.

Імпорт товарів, таких як добрива для сільського господарства, також зріс через високу залежність галузей промисловості України від цих продуктів.

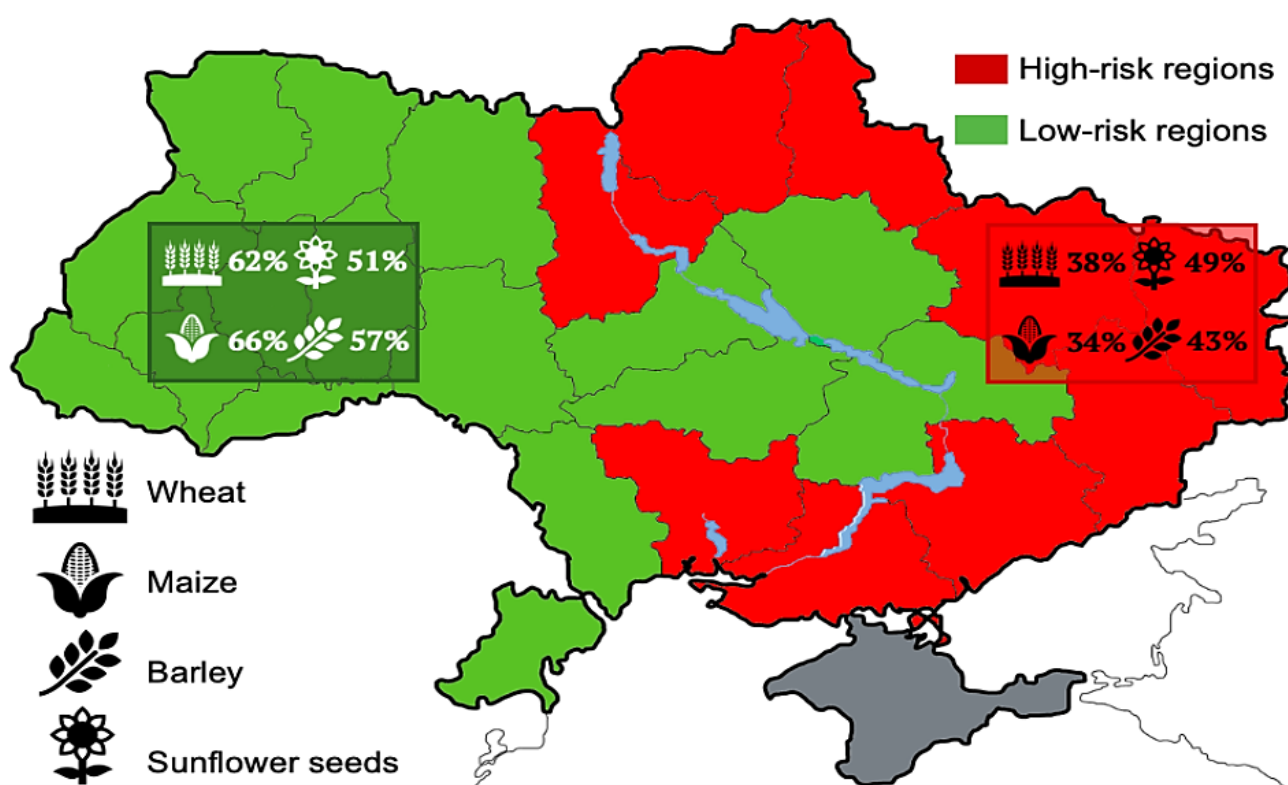


Рис. 3.1 – Частка виробництва деяких культур у регіонах з високим рівнем небезпеки для сільського господарства та інших регіонах України [19]

Отже, дослідивши зміни експорту та імпорту України в 2021-2022 рр. в часи великомасштабної воєнних дій та під впливом COVID-19, можемо сформулювати перелік основних проблем, що сформувалися під впливом попередньо зазначеного (рис. 3.2).

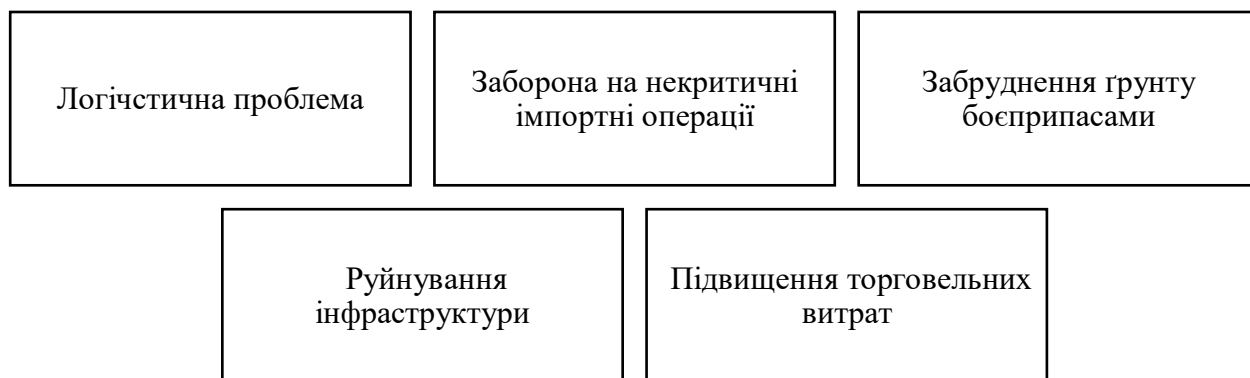


Рис. 3.2 – Ключові проблеми зовнішньої торгівлі України в 2022 р.

Джерело: розроблено автором

Таким чином, за останні роки, і навіть місяці, враховуючи критичні події 2022 р. в Україні, у зовнішній торгівлі країни відбулися значні зміни, наслідки яких мають багатовекторний вплив на її економіку. Із набуттям чинності зони вільної торгівлі з ЄС українські експортери та імпортери отримали змогу ще активніше інтегруватися у світові торгові потоки та європейські виробничі мережі. Щоб відповідати на ці виклики сьогодення, зовнішньоторговельна політика країни має бути гнучкою та актуальною та відповідати геополітичним інтересам країни. Безумовно, і показники зовнішньої торгівлі зазнають суттєвого скорочення в нинішніх умовах функціонування економіки. Визначення конкретних проблем, що виникли на фоні ситуації сьогодення, дає змогу працювати над їх вирішенням та формувати оптимальну стратегію експортно-імпоротної діяльності України в сучасних умовах.

3.2. Механізми та інструменти розвитку зовнішньої торгівлі України

Набрання чинності Угоди про ПВЗВТ між Україною та ЄС дало потужний імпульс до стійкого зростання ролі євро в зовнішньоторговельних операціях. Серед основних чинників, що вплинули на валютну структуру розрахунків за експорт, були лібералізація митних тарифів, надання безмитних квот українським

експортерам з боку ЄС, підвищення продуктивності сільськогосподарського сектору та переорієнтація експортних поставок з ринку країн СНД.

Україна укладає угоди про вільну торгівлю (ЗВТ) для сприяння двосторонній торгівлі. На сьогодні Україна уклала 18 угод про ЗВТ з 47 державами. ЗВТ з ЄС і Канадою набули чинності в 2017 році. У 2018 році Україна приєдналася до Регіональної конвенції про Пан-Євро-Середземноморські преференційні правила походження (Пан-Євро-Мед Конвенція). Угоди про зону вільної торгівлі з Великою Британією та Ізраїлем набули чинності 1 січня 2021 року. Зараз тривають переговори щодо угоди про зону вільної торгівлі з Туреччиною та оновлення Угоди про вільну торгівлю з ЄС.

Сполучені Штати мають двосторонню інвестиційну угоду (БІТ) з Україною, яка набула чинності в 1996 році. БІТ гарантує американським інвесторам недискримінаційний режим, право здійснювати фінансові перекази вільно та без затримок, міжнародні правові стандарти щодо експропріації, включаючи компенсацію, і доступ до міжнародного арбітражу в разі інвестиційного спору.

1 січня 2001 року набула чинності «Угода США про податок на прибуток – Конвенція» між Сполученими Штатами та Україною щодо уникнення подвійного оподаткування та попередження податкових ухилень щодо податків на доходи та капітал. Сполучені Штати та Україна підписали Угоду про торговельну та інвестиційну співпрацю (ТІСА) 1 квітня 2008 року. ТІСА створила спільну американо-українську раду з торгівлі та інвестицій, яка займається широким спектром питань торгівлі та інвестицій, включаючи доступ до ринку, інтелектуальну власність, праці та екології.

16 травня 2008 року Україна стала 152-м членом Світової організації торгівлі (СОТ). Ставши членом СОТ, на Україну поширюються вимоги Угоди СОТ про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності «Угода ТРІПС».

У березні 2016 року Україна офіційно приєдналася до Угоди СОТ про державні закупівлі. Це дає право українським компаніям брати участь у державних

закупівлях 45 країн-учасниць угоди СОТ про державні закупівлі (GPA), включаючи країни ЄС, Японію, США, Корею, Тайвань, Сінгапур, Гонконг і Канаду. Окрім відкриття іноземних ринків державних закупівель, ця угода також вимагатиме від України дотримання правил СОТ щодо державних закупівель.

Україна має Угоду про партнерство та співробітництво (УПС) з Європейським Союзом. Згідно з умовами угоди, Україна має статус найбільшого сприяння з ЄС, але не зобов'язана встановлювати власні тарифи.

21 березня 2014 року Європейський Союз і Україна підписали основні елементи угоди про політичну асоціацію, що передують Угоді про поглиблену та всеосяжну вільну торгівлю (ПВЗВТ), яку вони почали застосовувати з 1 січня 2016 року.

Хоча Україна була однією з трьох країн-засновниць і ратифікувала Угоду про створення в грудні 1991 року, Україна не вирішила ратифікувати Статут Співдружності Незалежних Держав (СНД). У 1993 році Україна стала «асоційованим членом» СНД. Україна підписала Угоди про вільну торгівлю (ЗВТ) з дев'ятьма країнами СНД: Вірменією, Азербайджаном, Білоруссю, Казахстаном, Киргизстаном, Молдовою, Таджикистаном, Узбекистаном, Росією. Після ймовірної анексії Криму Росією в 2014 році Україна поступово виходить з угод СНД, хоча її ЗВТ з країнами СНД формально залишаються чинними, за винятком угоди з Росією. 16 грудня 2015 року президент Росії Володимир Путін підписав указ про призупинення дії зони вільної торгівлі з Україною з 1 січня 2016 року, дати набуття чинності ПВЗВТ. ЗВТ з Росією діє з 21 лютого 1994 року.

Україна уклала торговельні угоди з Вірменією, Азербайджаном, Білоруссю, Канадою, Грузією, Ісландією, Казахстаном, Киргизстаном, Ліхтенштейном, Македонією, Молдовою, Чорногорією, Норвегією, Росією, Швейцарією, Туркменістаном, Таджикистаном, Узбекистаном. Ці угоди надають на взаємній основі статус найбільшого сприяння (РНС) у торгівлі з країнами, які їх підписали. Як і у випадку УПС, за цими угодами Україна отримує переваги від тарифних поступок, зроблених її країнами-партнерами, які є членами СОТ, без прив'язування

власних тарифів. ЗВТ з Ізраїлем, ратифікована українським парламентом у липні 2019 року, набула чинності 1 січня 2021 року. У 2020 році Україна також підписала ЗВТ з Великобританією, яка набула чинності 1 січня 2021 року. ЗВТ з Туреччиною було підписано 1 січня 2021 року. 3 лютого 2022 р. Інші важливі домовленості між США та Україною включають підписання 7 лютого 2017 р. міжурядової угоди про імплементацію Закону про дотримання оподаткування іноземних рахунків (FATCA), яка передбачає, що Україна погоджується централізовано ділитися інформацією про рахунки в США з IRS на невзаємна основа. 29 жовтня 2019 року Верховна Рада України ратифікувала Угоду FATCA, яка набула чинності 18 листопада 2019 року. 23 березня 2017 року Україна стала 47-ю країною, яка приєдналася до Декларації ОЕСР про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства. Декларація зобов'язує Україну забезпечувати відкрите та прозоре середовище для міжнародних інвестицій і заохочувати позитивний внесок іноземних інвестицій в економічний і соціальний прогрес.

Одним із контрольних завдань українського Уряду є сприяння експорту. Наприкінці 2017 року Кабінет Міністрів України (КМУ) затвердив Експортну стратегію України на 2017-2021 роки. Це план дій, який вказує на ключові стратегії розвитку експорту в Україні, включаючи інституційну реформу та вдосконалення відомств, які зосереджені на просуванні експорту. Зараз уряд оновлює Експортну стратегію.

Щоб акцентувати увагу на стратегічних напрямках розвитку зовнішньої торгівлі України, по-перше, необхідно звернути увагу на негативні фактори, які прямо чи опосередковано впливають на її розвиток. Вони є:

1. Відносно низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг. Продукція вітчизняних виробників енергоносіїв через зношеність основних засобів та застарілу техніку. На 1 долар український ВВП витрачає в 5,5 разів більше енергії, ніж країни Центральної Європи. Як наслідок, українські компенсаційні продукти мають високу вартість. Тому не дивно, що ціни на деякі види української продукції на 30-70% вищі за ціни на міжнародних ринках [1].

2. Нерозвиненість базових інститутів ринкової економіки. Експортерам з України нелегко конкурувати на зовнішніх ринках в умовах невизначеності щодо прав власності та правил ведення бізнесу.

3. Недостатній розвиток ринкової інфраструктури підтримки експорту – відсутність надійних та ефективних систем фінансування та страхування експорту, ефективних механізмів просування товарів на міжнародні ринки.

Крім того, виходячи із засад зовнішньоекономічної політики держави основними напрямками її розвитку є:

1) Азіатський напрямок. Цей регіональний ринок є наймасовішим. Там проживає більше половини населення світу (60,0%). Тут знаходяться всі багаті ресурси природних ресурсів і виробляється близько 50% ВВП світу. В економічній сфері національні інтереси України відображаються у зміцненні співробітництва з провідними країнами Азії: Японією, КНР, Республікою Корея, Сінгапуром, Індонезією, Таїландом, Малайзією, Туреччина та ін. Для закріплення своєї ролі на азіатському ринку Україна має постійно стимулювати торгівлю високоякісною продукцією машинобудування, суднобудування та електроніки.

2) Американський напрямок. Відносини стратегічного партнерства між Україною та Сполученими Штатами Америки є актуальним питанням сьогодення. Статус Америки визначається економічним і військовим потенціалом, впливом на міжнародні фінансові організації, лідерством у розробці та впровадженні нових технологій і багатьма іншими факторами, незважаючи на жорстку конкуренцію з боку Японії та Німеччини.

3) Європейський напрямок. Цей напрям є найважливішим пріоритетом сучасної геополітики. Серед визначальних факторів очікуваної ефективності торговельно-економічних відносин з європейськими країнами: географічна близькість країн; близькість мови, релігії, традицій тощо.

Наприклад, серед цілей торговельно-економічних відносин є співпраця чорноморських держав у різних галузях економіки, насамперед у промисловості, сільському господарстві, транспорті, торгівлі, розвитку туризму тощо.

Україна обрала стратегічний напрямок розвитку інтеграції до європейського економічного, політико-правового простору. Ключовим зовнішньополітичним пріоритетом і стратегічною метою України на найвищому державному рівні визначено вступ до Європейського Союзу (ЄС).

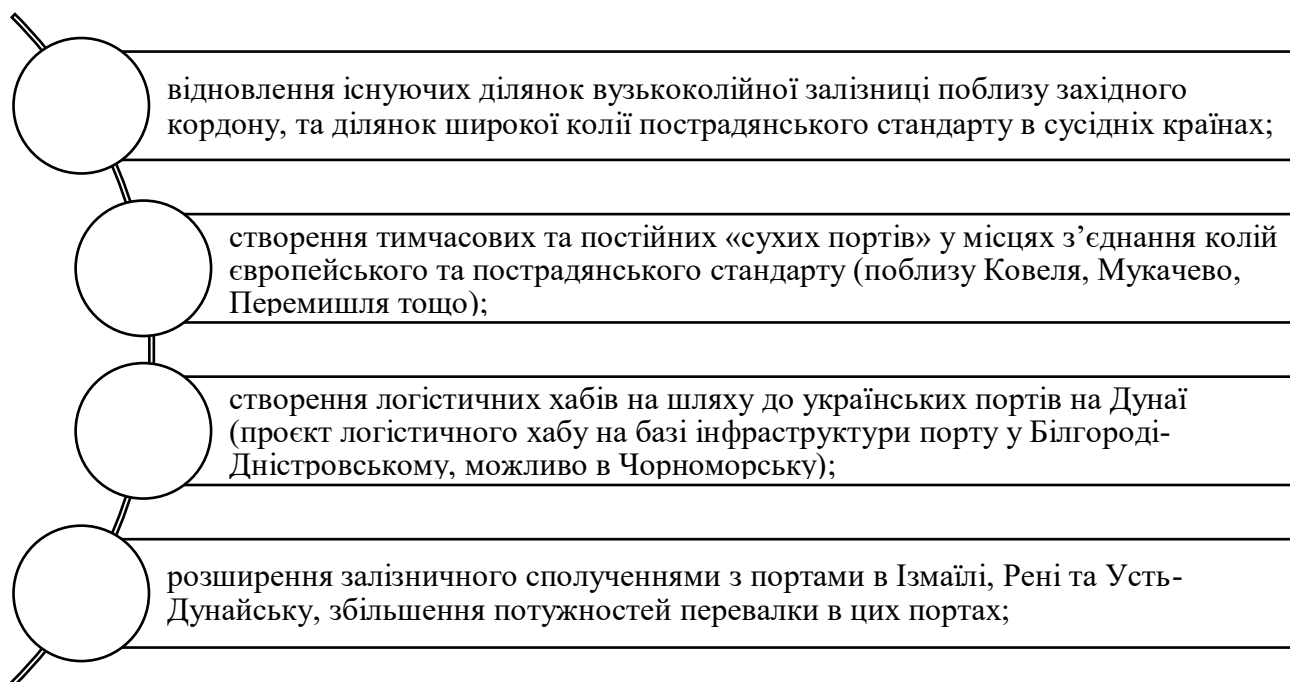


Рис. 3.3 – Розширення альтернативних можливостей для експорту України

Джерело: розроблено автором на основі [59]

Основаючись на вище викладеній інформації та проведеного аналізу проблем зовнішньої торгівлі України на фоні затяжної коронавірусної кризи та воєнних дій, що тривають на території країни вже близько 10 місяців, пропонуємо використання конкретних інструментів підтримки експорту послуг України, представлених в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Інструменти підтримки експорту послуг України в умовах російсько-української війни [29]

Напрями підтримки експорту послуг	Інструменти підтримки експорту послуг
Підтримка експорту послуг у сферах ІТ, креативної індустрії, інжинірингу, консалтингу	Інструмент підтримки: «Biz For Ukraine» для українських компаній, які мають можливість дистанційно надавати сервісні послуги для іноземних компаній.
Захист міжнародних ланцюгів постачання	Інструмент підтримки: Ініціатива «The Supply Chain Resilience platform», яка передбачає пошук міжнародних партнерів, захист міжнародних ланцюгів постачання (збереження, реструктуризація або заміна існуючих ланцюгів), а також пошук/пропозиція компонентів та послуг, необхідних для підтримки ІТ сфери та цифрових послуг.
Просування українського малого та середнього бізнесу за кордоном	Інструмент підтримки: B2B-платформа «Do Business With Ukrainians», яка дає можливість іноземним замовникам працювати з малими та середніми бізнесами з України у таких сферах: розвиток бізнесу, консалтингові послуги з розвитку бізнесу, розробка та продаж програмного забезпечення, освіта, інженерно-конструкторські послуги, послуги з управління фінансами та іншими активами, ІТ-послуги, логістичні/транспортні послуги, маркетингові та рекламні послуги, туризм, організація заходів тощо.
Страховання зовнішньоекономічних договорів (контрактів)	Інструмент підтримки: Послуга страхування зовнішньоекономічних договорів (контрактів) ПрАТ «Експортно-кредитне агентство» (ЕКА), яка передбачає страхування дебіторської заборгованості за зовнішньоекономічним договором на умовах відстрочки платежу до 180 днів та урегулювання збитку експортера

Джерело: розроблено на основі [20; 5]

В додатку В представлено механізм вирішення наявних проблем із зовнішньою торгівлею України.

Таким чином, протягом останніх років вітчизняному експорту властиві суттєві трансформації внаслідок як євроінтеграційних процесів, так політичних та воєнних викликів. Після підписання Угоди про зону вільної торгівлі з ЄС Україна втратила найбільший ринок збуту — Російську Федерацію, а військова агресія з її боку посилила зміну вектору зовнішньоекономічної діяльності. Для України нині Європейський Союз стає основним зовнішньоторговельним партнером. З метою розвитку зовнішнього ринку товарів та послуг, а саме їх експорту та імпорту, а

також підтримання на стабільному рівні запропоновано конкретні інструменти та шляхи вирішення визначених проблем.

3.3. Стратегія розвитку зовнішньої торгівлі України на європейському ринку товарів та послуг

Для України торговельні відносини з ЄС є додатковим кроком до вступу до Євросоюзу та можливістю відкрити нові ринки. Вільна торгівля дасть Україні певні можливості, продемонстровані на рис. 3.4.

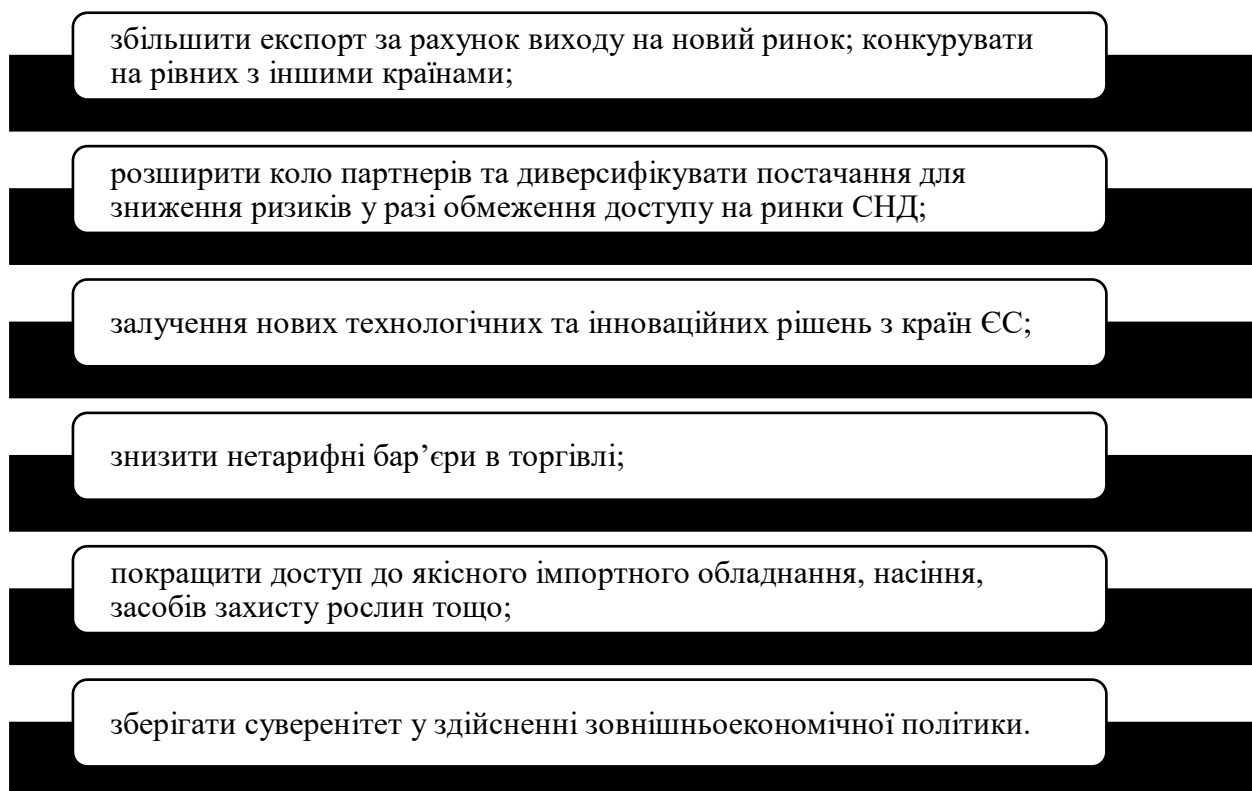


Рис. 3.4 – Можливості для України, що відкриє Вільна торгівля в ЄС

Джерело: розроблено автором

Варто відмітити, що більше половини товарообігу України, а саме 52,2 %, припадає на країни ЄС, що суттєво посилює їх значення для зовнішньої торгівлі України. Це пояснюється тим, що експорт та імпорт до/з ЄС став пріоритетом для України з початку війни 2022 р. Згідно з даними Національного інституту

стратегічних досліджень [60], у товарній структурі експорту українських паливно-енергетичних товарів у першій половині 2022 р. провідною позицією є постачання електроенергії на зовнішні ринки, переважно до країн ЄС, з часткою 39,3 %. Протягом перших двох місяців 2022 р. експорт електроенергії з України збільшився більш ніж учетверо і становив 97,5 млн дол. США. Згодом його темпи зменшилися (за березень–червень – 72,5 млн дол. США).

Агропромисловий сектор займає провідне місце в економіці, Україна посідає:

- 1 місце в рейтингу зростання агроекспорту до країн ЄС.
- 1 місце з виробництва насіння соняшнику, 3 місце з експорту меду, 4 місце з експорту кукурудзи на світовому продовольчому ринку

За маркетинговий рік 2019/2020 Україна експортувала на зовнішні ринки рекордну кількість зерна – 56,7 млн тонн.

Важливі дані щодо розвитку аграрного бізнесу в Україні:

- 12% ВВП і близько 40% загальних надходжень від експорту.
- В Україні зосереджено 33% світових чорноземів.
- 68,7% території України – сільськогосподарські землі (= 41,5 млн га).
- Майже 50 тис. суб'єктів господарювання, які займаються агробізнесом.
- 49 208 агропідприємств, у тому числі 33 164 фермерських господарств.

Дозвіл на експорт до ЄС мають 362 виробники продукції тваринництва.

Україна увійшла до ТОП-3 найбільших країн-експортерів сільськогосподарської продукції до Європейського Союзу. Основними експортними товарами є зернові та олійні культури, жири та олії, відходи переробної промисловості.

Співпраця Україна-ЄС у сфері сільського господарства регулюється, насамперед, Угодою про асоціацію Україна-ЄС (УА), яка включає поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі (ПВЗВТ), і, зокрема, її розділом 17 «Сільське господарство та сільські розвитку» Розділу V «Економічне та галузеве співробітництво». Ключовими сферами двостороннього співробітництва у сфері

сільського господарства є: органічне землеробство, стандарти торгівлі рослинами та політика якості харчових продуктів. Сторони співпрацюють у рамках Кластеру V «Сільське господарство та розвиток сільських територій, рибальство та морська політика, річка Дунай, транскордонне та регіональне співробітництво» Підкомітету з економічних питань та співробітництва інших галузей Комітету асоціації Україна-ЄС.

Угода про асоціацію/ПВЗВТ має на меті стимулювати торгівлю товарами та послугами між Україною та ЄС шляхом поступового зниження тарифів і приведення українських правил у відповідність із правилами ЄС щодо певної сільськогосподарської продукції.

Для кращої інтеграції з ринком ЄС Україна гармонізує свої норми та стандарти сільськогосподарської продукції з європейськими. Україна також адаптує своє законодавство до законодавства ЄС у сферах, пов'язаних з торгівлею, таких як: конкуренція, технічні бар'єри в торгівлі (ТВТ), санітарні та фітосанітарні (SPS), митниці та сприяння торгівлі, захист прав інтелектуальної власності.

Іншою основою для співпраці Україна-ЄС у сфері сільського господарства є Меморандум про взаєморозуміння щодо започаткування діалогу з питань сільського господарства та розвитку сільських територій.

Найбільш очевидною перевагою укладеної Угоди про асоціацію та створення зони вільної торгівлі Україна-ЄС вважається лібералізація взаємного доступу до ринків. Слід зазначити, що графіки лібералізації, викладені в Угоді, були розтягнуті в часі та є більш поширеними та довшими щодо експорту з ЄС в Україну, що загалом вважається сприятливим фактором для України, оскільки дає Україні деякий час для адаптації та конкуренції в ряді чутливих секторів.

Однак ця формальна асиметрія графіка лібералізації нейтралізується двома невідгідними для України режимами. Перший – це застосування тарифних квот до значної кількості експорту української агропродовольчої продукції до ЄС, а другий – високі технічні бар'єри для доступу ЄС до промислової продукції України. Перша з цих перешкод трохи стримує розвиток українського експорту на

європейський ринок, а друга справді створює ситуацію, коли переваги лібералізації торгових тарифів для України значною мірою нівелюються неможливістю або складнощами виходу на ринок ЄС через технічне регулювання.

Водночас представники української чорної металургії лише обмежено скористалися тарифним відкриттям ринку ЄС, що, насамперед, пояснюється структурним дисбалансом (перевищенням пропозиції над попитом) на світовому ринку чорних металів. Успіхи на європейському ринку українських виробників техніки та різної готової продукції начебто неухильно зростають, але в цілому вони досить помірні за обсягом: не компенсують втрат на російському напрямку, спричинених тривалими торговими війнами та політикою цілеспрямованого витіснення України з ринків Росії. Через такий асиметричний вплив процесу лібералізації торгівлі на різні сектори економіки динаміка українського експорту до ЄС у 2021 році була досить різною в галузевому розрізі.

Європейський Союз є провідним торговим партнером України завдяки Угоді про вільну торгівлю. Зараз ми бачимо дефіцит торгівлі українськими товарами з країнами Європи через високу частку в імпорті товарів з високою доданою вартістю.

В українській економіці також відбулися значні зміни, які поряд із прискоренням євроінтеграційних процесів вплинули на трансформацію зовнішньоторговельних потоків. Основні проблеми: анексія частини країни та бойові дії в країні. Наслідками цього стали: уповільнення процесів структурної перебудови вітчизняної економіки та високий рівень імпортозалежності економіки; деформація товарної структури імпорту та експорту, а також їх незбалансованість, що свідчить про необхідність вжиття невідкладних заходів щодо стимулювання зовнішньоекономічної діяльності для подолання накопичених соціально-економічних проблем. Одним із шляхів зміни сировинної спрямованості експорту нашої країни є інтеграція в глобальні ланцюжки створення вартості.

Наведені вище проблеми свідчать про необхідність трансформувати товарну структуру експорту України до країн ЄС. Напрямки трансформації зовнішньоторговельної політики України в контексті угоди про вільну торгівлю з ЄС:

- Україна повинна прискорити процес виконання Угоди про асоціацію, оскільки зволікання в Україні обмежують потенціал зони вільної торгівлі з ЄС і, як наслідок, стримують інвестиції та економічне зростання;

- залучення інвестицій в аграрний сектор та переробну промисловість зменшить сировинну спрямованість експорту України; в рамках виконання Угоди про асоціацію також сприятиме виконанню технічних вимог до продукції;

- пріоритет – інтеграція до єдиного цифрового ринку ЄС; розвиток електронного уряду та електронних послуг, гармонізація нашого законодавства також є сферами, у яких слід активізувати дії;

- для стимулювання зовнішньоекономічної діяльності для подолання накопичених соціально-економічних проблем та зміни сировинної спрямованості експорту нашої країни Україні також необхідно інтегруватися в глобальні ланцюжки доданої вартості.

Сьогодні дуже важко робити якісь прогнози через бойові дії на території України:

- щодня руйнуються промислові об'єкти,
- сільськогосподарські поля заміновані або знаходяться під контролем окупантів,
- людський фактор також під загрозою через величезну кількість біженців.

Це впливає на глобальні ланцюги поставок і продовольчу безпеку в усьому світі.

Тому всі пропозиції та рекомендації мають сенс у разі якнайшвидшого припинення бойових дій на території України.

Пожвавлення інвестиційного та споживчого попиту значною мірою спиратиметься на імпортні поставки (зокрема транспорту та обладнання). Зростанню експорту сприятиме як збільшення обсягів виробництва в країні завдяки зниженню безпекових ризиків, так і безпосередньо налагодження логістичних процесів, у тому числі морськими шляхами. У результаті швидшого відновлення імпорту в наступному році від'ємний внесок чистого експорту розшириться. Але завдяки відновленню повноцінної роботи чорноморських портів він стане додатним вже у 2024 році.

Через активізацію внутрішнього попиту імпорту товарів порівняно з експортом зростатиме швидшими темпами, у результаті чого буде розширено дефіцит торгівлі товарами.

Відміна пільгового оподаткування імпорту та корекція офіційного обмінного курсу гривні пригальмували швидке відновлення імпорту в III кварталі. Ці зміни передусім позначилися на закупівлях легкових автомобілів, обсяги яких суттєво зменшилися порівняно з рекордним показником попереднього кварталу (53 тис. шт. порівняно з 231 тис. шт. у II кварталі). Крім того, в умовах надвисоких цін на європейському ринку та браку коштів імпорту газу здійснювався в мінімальних обсягах.

Водночас через значне нарощування поставок нафтопродуктів та окремої продукції машинобудування імпорту відновлювався швидше, ніж експорт. У результаті дефіцит торгівлі товарами в III кварталі розширився до 4.6 млрд дол.

До кінця 2023 р. прогнозується поступове відновлення імпорту, зокрема за рахунок нарощування закупівель енергоносіїв, що потрібні для проходження опалювального сезону. Слід зауважити, що енергетична сфера, як і раніше, буде відігравати вагомий роль і у наступному році, з врахуванням критичної потреби в поповненні запасів і високих цін на газ та продукти нафтопереробки. На 2024 р. прогнозується, що обсяг імпорту енергоресурсів знизиться (приблизно на 20,6%) під впливом зменшення світових цін.

Напрямки трансформації зовнішньоторговельної політики України в контексті угоди про вільну торгівлю з ЄС представлені на рис. 3.5.

ІНТЕГРАЦІЯ ДО ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО РИНКУ ЄС - пріоритет

прискорення процесу виконання Угоди про асоціацію задля мінімізації обмежень потенціалу України відносно зони вільної торгівлі з ЄС і, та стримування інвестицій та економічного зростання

зменшення сировинної спрямованості експорту України через залучення інвестицій в аграрний сектор та переробну промисловість

розвиток електронного урядування та електронних послуг, гармонізація законодавства

інтеграція в глобальні ланцюжки доданої вартості для стимулювання зовнішньоекономічної діяльності для подолання накопичених соціально-економічних проблем та зміни сировинної спрямованості експорту України

Рис. 3.5 – Напрямки трансформації зовнішньоторговельної політики України в контексті угоди про вільну торгівлю з ЄС

Джерело: розроблено автором на основі [58]

Держава повинна визначити розвиток промисловості як пріоритет. І, відповідно, сформувати набір інструментів, які сприятимуть розвитку високотехнологічних виробництв. Жодна країна світу не змогла досягти розвитку переробної промисловості в рамках концепції вільного ринку. Усі розвинені країни застосовували широкий спектр стимулів для розвитку цієї галузі.

Звичайно, перемога у війні дасть значний поштовх для розвитку економіки і промисловості зокрема. Основні інструменти, які можуть сприяти створенню промисловості вже під час війни:

По-перше, страхування військових ризиків.

По-друге, доступ до довгих і дешевих грошей. У розвинених країнах доступ до дешевих грошей надає Банк розвитку. В Україні такого банку немає. Але є, наприклад, програма пільгового кредитування «5-7-9%». Але в основному його використовують торгові компанії, а не виробники. Тому слід переглянути її пріоритети.

В Україні є грантова програма від уряду для переробної промисловості. Він передбачає, що виробник може отримати грант у розмірі 8 млн грн. Але кількість цих грантів обмежена. Необхідно збільшити обсяги фінансування цієї програми.

Третій – компенсація витрат на капітальні інвестиції в переробну промисловість за рахунок податків. Таким чином наші західні сусіди переманюють до себе українські підприємства.

Четверте – стимулювання експорту переробної промисловості. Вже кілька років в Україні є Експортно-кредитне агентство. Вона вже надає послугу кредитування продукції під експортні контракти, але в невеликих обсягах. Ці ліміти необхідно збільшити, а також розширити спектр послуг з експортного фінансування.

П'яте – розширення локалізації в державних закупівлях. Відповідний закон (№ 1977-IX) було ухвалено у грудні 2021 року, а він набув чинності вже під час війни – у липні 2022 року. Цей інструмент потрібно постійно посилювати, спираючись на наявні виробничі потужності країни.

До переліку розвитку індустріальних парків також можна додати інструменти підтримки промисловості.

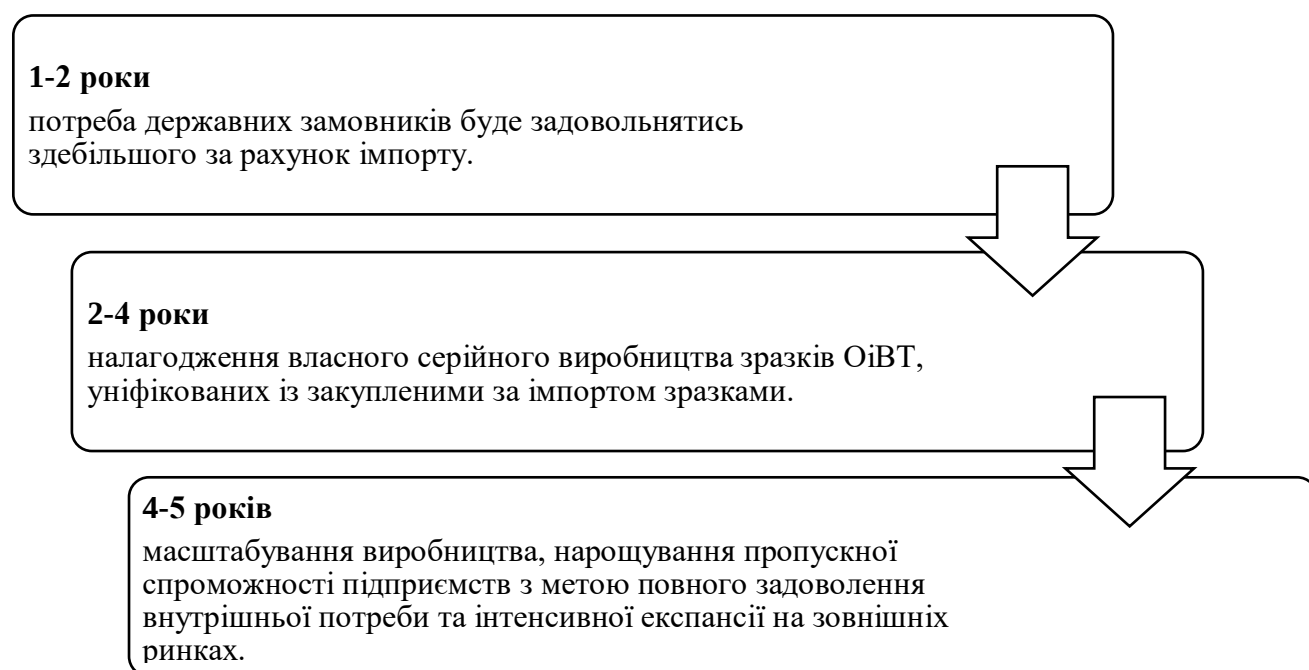


Рис. 3.6 –Стратегія розвитку ОПК України на 2023-2028 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [59]

Особливої уваги потребує і потребуватиме сектор військово-промислового комплексу. Тут держава має перетворитися з пасивного спостерігача на вимогливого та дієздатного клієнта. Є перевірене практикою правило: якщо держава не купує військову продукцію власного виробника, то й інші держави цього ніколи не будуть робити.

ВИСНОВКИ

Таким чином, провівши ґрунтовне дослідження зовнішньої торгівлі країни, а саме її теоретичних та практичних аспектів, можемо дійти наступних висновків:

1. З'ясовано, що в основі міжнародної торгівлі лежить концепція абсолютних і порівняльних переваг, де головний принцип - це свобода торгівлі, тобто експорт та імпорт однаково важливі для економіки. Розглянуто фактори формування ефективної інфраструктури країни на світовому ринку, серед яких ефективність транспортної сфери: якісні автотраси, залізниці, порти і повітряний транспорт, безперебійне енерго-постачання та надійна і розгалужена телекомунікаційна мережа.

2. Виділено етапи розвитку світового ринку товарів і послуг. Також було з'ясовано що світове господарство як цілісна система сформувалося наприкінці XIX ст., передумовами для чого стали завершення епохи Великих географічних відкриттів та закріплення конкретних територій за відповідними національно-державними утвореннями, із загальним їх взаємним визнанням.

3. Встановлено, що з метою виміру зовнішньоторговельної інтенсивності країн можна використовувати два типи показників: відношення показників міжнародної торгівлі до ВВП країни та обсяг зовнішньої торгівлі на душу населення. При статистичному аналізі показників зовнішньої торгівлі, сформованих за даними митної статистики, застосовуються різні прийоми та методи, серед яких використання абсолютних та відносних величин, індексний, балансовий та графічний методи. Використання таких методів, як індексний та індикативний, дає можливість систематизувати та формалізувати дані стосовно поточного стану зовнішньої торгівлі, а також визначати ключові тенденції та чинники впливу та ресурси зростання обсягів ЗЕД.

4. Під час аналітичного дослідження структури зовнішньої торгівлі України з'ясовано, що основними споживачами є країни Європи, а також що основна частина експорту послуг припадає на транспортні послуги, що становлять 40%

всього експорту. В їх складі – послуги повітряного транспорту склали 32,5%, трубопровідного – 31,5%. Також було проаналізовано економічні наслідки вторгнення. А саме що рівень бідності буде ще вищим у регіонах, розташованих ближче до лінії фронту, через дефіцит. Це призведе до прискорення темпів інфляції та зниження купівельної спроможності. Державна підтримка верств населення з низькими та середніми доходами є вирішальною в цій ситуації.

5. Визначено, що Україна є виступає активним експортером та імпортером у взаємовідносинах з іншими країнами Європейського Союзу. Відмічено, що питома вага імпорту в загальному обсязі переважає експорт. Але частка імпорту впродовж 3 аналізованих років зростала значнішими темпами за частку імпорту. Лідируючу позицію протягом досліджуваного періоду в ролі імпортера товарів України займає Польща. Щодо експорту – на першому місці Німеччина. Серед регіонів України лідерами за часткою експорту товарів до ЄС є м. Київ, Дніпропетровська, Донецька та Львівська області. Водночас саме в цих регіонах України внаслідок ризиків пандемії, зокрема порушення торговельно-економічних потоків та ланцюгів постачань, спостерігаємо зменшення експорту товарів у 2020 р. порівняно із 2019 р.

6. Досліджено систему інноваційного розвитку підприємств сфери послуг у контексті експортної стратегії України, глобалізаційних процесів та умов воєнного стану та цілі інноваційного розвитку підприємств сфери послуг в умовах глобалізації та у контексті експортної стратегії України, а саме розбудову інноваційної екосистеми України для розвитку інновацій та створення сприятливого бізнес–середовища, розвиток та використання інноваційних фінансових послуг та кадровий розвиток.

7. Визначено ключові проблеми зовнішньої торгівлі України в 2022 р., серед яких: логістична проблема, заборона на некритичні імпортні операції, забруднення ґрунту боєприпасами, руйнування інфраструктури та підвищення торговельних витрат. Щоб відповідати на ці виклики сьогодення, зовнішньоторговельна політика

країни має бути гнучкою та актуальною та відповідати геополітичним інтересам країни.

8. Запропоновано інструменти підтримки експорту послуг України в умовах російсько-української війни, серед яких: підтримка експорту послуг у сферах ІТ, креативної індустрії, інжинірингу, консалтингу, захист міжнародних ланцюгів постачання, просування українського малого та середнього бізнесу за кордоном, страхування зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Розроблено механізм вирішення наявних проблем із зовнішньою торгівлею України.

9. Визначено можливості для України, що відкриє Вільна торгівля в ЄС. Встановлено, що через активізацію внутрішнього попиту імпорту товарів порівняно з експортом зростатиме швидшими темпами, у результаті чого буде розширено дефіцит торгівлі товарами. Щодо розглянутих напрямків трансформації зовнішньоторговельної політики України в контексті угоди про вільну торгівлю з ЄС, пріоритетом є інтеграція до єдиного цифрового ринку ЄС. Іншими напрямками визначено: прискорення процесу виконання Угоди про асоціацію задля мінімізації обмежень потенціалу України відносно зони вільної торгівлі з ЄС і, та стримування інвестицій та економічного зростання, зменшення сировинної спрямованості експорту України через залучення інвестицій в аграрний сектор та переробну промисловість, розвиток електронного урядування та електронних послуг, гармонізація законодавства, інтеграція в глобальні ланцюжки доданої вартості для стимулювання зовнішньоекономічної діяльності для подолання накопичених соціально-економічних проблем та зміни сировинної спрямованості експорту України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Braun O. International Trade and Imperialism. New Jersey : Humanities Press Inc. and Institute of Social Studies, 2007. 412 p.
2. Central Intelligence Agency. URL:: <https://www.cia.gov/index.html>
3. De Courcy, J. Research Joint Ventures and International Competitiveness: Evidence from the National Cooperative Research Act // *Economics of Innovation and New Technology*. Vol. 16. № 1. 2007. pp. 51–65(15).
4. Irwin D., Terio M. Does Trade Raise Income? Evidence from the Twentieth Century // *Journal of International Economics*. 2012. Vol. 107. № 1. P. 1–18.
5. Kliuvak O., Vagner I. System of formation, evaluation and increasing of the level of international investment attractiveness of enterprises of the tourism industry in the context of innovative development. *Zeszyty naukowe WSTiE*. 2020. tom 17, rocznik IX, numer 1, S. 60-76. URL: <https://zn.wste.edu.pl/images/zn17a.pdf>
6. O'Rourke K. Tariffs and Growth in the Late 19th Century // *Economic Journal*. 2011. Vol. 110. P. 456–483.
7. Russia-Ukraine conflict puts fragile global trade recovery at risk. *World Trade Organization*. URL: https://www.wto.org/english/news_e/pres22_e/pr902_e.pdf (дата звернення: 16.11.2022).
8. Sarkar A. N. Promoting Eco-innovations to Leverage Sustainable Development of Eco-industry and Green Growth // *European Journal of Sustainable Development*, Rome, 2013. V. 2, n. 1. P. 171–224.
9. The Economic Report of the President. Washington // *U.S. Government Printing Office*. 2016. 781 p.
10. Trade And Development Report 2022. Development prospects in a fractured world // *Global disorder and regional responses*. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2022_en.pdf
11. Trade Profiles 2021 // World trade organization. 2022. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_profiles21_e.htm

12. Александрова Р. А., Платошина Г. М., Платошин А. С. Статистичне дослідження зовнішньої торгівлі товарами України // *Вісн. Приазов. держ. техн. ун-ту*. 2009. № 19. С. 362–365.

13. Бураковський. Теорія міжнародної торгівлі: Навч. посібник. 2-ге вид. К.: Основи, 2000. 240 с.

14. Відновити експорт в умовах війни: складно, але життєво необхідно. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3449529-vidnoviti-eksport-v-umovah-vijni-skladno-ale-zittevo-neobhidno.html>

15. Горник В. Г. Механізми формування конкурентних переваг країни, які забезпечують національну безпеку і відповідають національним інтересам // *Інвестиції: практика та досвід*. № 4. 2011. С. 64–67.

16. 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.

17. Дацко О. І. Застосування ціннісного підходу для забезпечення конкурентоспроможності регіону в умовах глобалізації // *Вісн. Донец. нац. ун-ту. Економіка і право*. 2011. № 1. С. 78–90.

18. Дедяєва Л. М. Сучасні тенденції розвитку експортного потенціалу України // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2012. № 2. С. 171–175.

19. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

20. Експорт в умовах війни. URL: https://export.gov.ua/business_during_war

21. Єлісеєнко О. В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України // *Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу*. 2014. № 4. С. 9–12.

22. Єріна А.М., Пальян З.О. Статистика: підручник. Київ: КНЕУ, 2010. 351 с.

23. Жабинець О. Й. Чинники глобальних змін у міжнародній торгівлі та військова агресія росії: вплив на розвиток експортної діяльності регіонів України // *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2022. Том 75. № 2. С. 82–91.

24. За місяць війни експорт продукції з України скоротився вдвічі. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/ekonomika/20220402-za-misyacz-vijny-eksport-produkcziyi-z-ukrayiny-skorotyvsya-vdvichi-minekonomiky/>.

25. Інституціональна модель інноваційної економіки: колективна монографія / за ред. В. І. Ляшенка, О. В. Прокопенка, В. А. Омеляненко. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2019. 327 с.

26. Інфляційний звіт, жовтень 2022 р. // Національний банк України. 2022. 49 с. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2022-Q4.pdf?v=4

27. Калюжна Н. Зовнішня торгівля України: методологія дослідження // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. Серія. Економічні науки. 2017. № 1. С. 16-31.

28. Кисельова О. М. Структурні особливості зовнішньоекономічної діяльності України // *Економіка і прогнозування*. 2012. № 4. С. 93–101. URL: <http://nbuv.gov.ua>.

29. Клювак О. В. Інноваційний розвиток експорту послуг України в умовах мирного та воєнного часу // *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18(1). С. 157-168.

30. Крищенко Д. В. Визначення рівня конкурентоспроможності української економіки // *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2008. № 4. С. 51–57.

31. Крос-сектор «Торговельна інформація та просування експорту». URL: <https://me.gov.ua>

32. Крос–секторальна експортна стратегія 2019–2023: інновації для експорту // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. 2019. <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=308d7f4c-4b86-42ad-b526-3cd3e0023cd9>

33. Кульганік О. М. Ефективність системи державного стимулювання експорту // *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8341>

34. Мазаракі А. А. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України // *Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2011. № 2. С. 5–14.

35. Мазаракі А.А., Мельник Т.М., Іксарова Н.О. Зовнішня торгівля України: XXI століття: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 600 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/71b98caa3e46dab7dd15e73-1093dbd4d.pdf>

36. Малкина М. Ю. Особенности измерения и способы повышения конкурентоспособности российской экономики // *Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Эконом. науки*. 2014. № 3. С. 529–537.

37. Международная торговля: конспект лекций [Электронный ресурс] : учеб. пособ. для студ. специальности 051 «Экономика», специализации «Международная экономика» / КПИ им. Игоря Сикорского ; составит.: Моисееко Т. Е. Электронные текстовые данные. Киев : КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. 289 с.

38. МЗС: Росіяни замінували близько 13% території України. Заміновані продовольчі об'єкти, приватне житло і трупи людей. URL: <https://babel.ua/ru/news/77534-foreign-ministry-the-russians-mined-about-13-of-ukraine-s-territory-food-mines-and-corpses-weremined>

39. Міжнародна торгівля : підруч. для студ. вищ. навч. закл. [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Барановська М.І. та ін.]; За редакцією Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.І. Барановської [4-те вид.] К.: Центр учбової літератури, 2010 441 с.

40. Міжнародна торгівля: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Міжнародна економіка» / КПП ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Моисееко Т. Є. Електронні текстові дані (1 файл: 4,52 Мбайт). Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2018. 287 с.

41. Міжнародна торгівля: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» / КПП ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К.О. Кузнецова, В.В. Чорний, О.С. Ченуша. Електронні текстові дані. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 191 с.

42. Міжнародна торгівля: конспект лекцій для студентів ступеня «бакалавр» економічних спеціальностей, денної та заочної форм навчання / Укладачі: Величко К.Ю., Печенка О.І. Х. : ХДУХТ, 2018.

43. Мних О., Сапотницька Н. Поява нових експортних можливостей українських підприємств на міжнародних конкурентних ринках як стратегічний пріоритет формування інноваційної економіки // *Інноваційна економіка*. 2018. (1-2), 75-80. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/233/295>
44. Назиров К. З. Сучасні фактори конкурентоспроможності національної економіки. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2014_3_16
45. Осацька Ю.Є., Зінченко О.М. Міжнародна торгівля: сучасний стан та перспективи розвитку // *«Молодий вчений»*. Вип. № 12 (39). 2016. с. 814-817
46. Панчишин С. Макроекономіка: Навч. посібник для студ. Вузів // 2-е вид., стереотип. К.: Либідь, 2002. 614 с.
47. Попов Д. В. До питання про статистичний аналіз зовнішньої торгівлі / / Освіта. Культура. Суспільство : *Збірник обраних статей за матеріалами Міжнародної наукової конференції*, 28 грудня 2019 року. Приватна науково-освітня установа додаткової професійної освіти Гуманітарний національний дослідницький інститут, 2020. С. 81-83.
48. Портер М. Международная конкуренция // пер. с англ. В.Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 2013. 49 с.
49. Росіяни використовують на Харківщині свою нову залпову систему дистанційного мінування «Земледелие», URL: <https://censor.net/en/n3329242>
50. Сидяга Б. Проблеми розвитку торговельного потенціалу України // *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2014. Вип. 1 (10). С. 250–256. URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14sbvtpu.pdf>.
51. Соколовська О.М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи // *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 97-102.
52. Співробітництво між Україною та країнами ЄС 2021: Статистичний збірник // Державна служба статистики України. 2022. 52 с. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/07/zb_ES_%202021.pdf

53. Статистика международной торговли товарами: Руководство для составителей, первое пересмотренное издание (СМТТ 2010-РС) // Департамент по экономическим и социальным вопросам Статистический отдел. Организация Объединенных Наций. 2015. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_87Rev1_r.pdf

54. Стратегічний план діяльності міністерства економіки України на 2022 – 2024 роки // Міністерство економіки України. 2022. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=1abfbdf7-3b2d-49db-b388-12ad8815d505>

55. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали III-ої Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 11-12 травня 2022 року. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 410 с. URL: https://zp.edu.ua/sites/default/files/konf/conference_2022.pdf

56. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Польщею // Посольство України в Республіці Польща. 2022. <https://poland.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo>

57. Тоцька О. Зовнішня торгівля товарами України з Польщею, Румунією, Словаччиною та Молдовою: аналіз і прогнозування. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. №2, 30. 2022. С. 90–98.

58. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

59. Україна 2022: як не втратити свій шанс стати сильною державою // Український інститут майбутнього. 2022. 114 С. URL: <https://drive.google.com/file/d/1bVEYJ4Zgj3f8XPHh1C2h99TvfLOh2snh/view>

60. Ус І., Гавриленко Н. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р.) // *Національний інститут стратегічних досліджень. Центр зовнішньополітичних досліджень*. 2022. 12 С.

61. Хрупович С. Є. Сучасні форми організації міжнародної торгівлі // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» та I Міжнародного студентського наукового форуму «Креативна економіка очима молоді», 29-31 березня 2018 року. Т. : ФОП Паляниця В.А., 2018. Том 1. С. 138–139.

62. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. Посібник. К.: КНЕУ, 2001. 488 с.

63. Шиманська К. В., Бондарчук В. В. Ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на вітчизняний імпорт та експорт. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. №2(96). С. 25-30. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2021-2\(96\)-25-30](https://doi.org/10.26642/ema-2021-2(96)-25-30).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця - Історичні форми глобалізації за Девідом Хелдом

Історичні форми глобалізації							
Періоди	Політична	Мілітаристська	Фінансова	Виробнича	Міграційна	Культурна	Довкілля
Домодерний >1500 р.					√	√	√
Ранній модерн 14-18 ст.	√	√					
1500-1760 р.				√	√		√
1500-1850 р.						√	
Ранній модерн, перед індустріальною революцією			√				
Модерн 19-20 ст.	√	√	√	√			
1760-1945 р.					√		√
1850-1945 р.						√	
Сучасний 1945- сьогодні	√	√			√	√	√
“Бреттон-вудський період” 1945-1973 р.			√	√			
1973- сьогодні			√	√			

Додаток Б

Таблиця – Систематизація методів/підходів дослідження структури та динаміки зовнішньої торгівлі України

Категорія	Група	Метод/підхід	Сутність	Застосування у контексті дослідження зовнішньої торгівлі України
Неформалізовані (якісні)	Факторний підхід	Описовий підхід	Базується на виявленні, описі та систематизації факторів, що чинять вплив на динаміку та структуру зовнішньої торгівлі і зумовлюють тенденції її розвитку	Оцінювання стану та визначення перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України на підставі логічних міркувань та узагальнення статистичних даних
		Узагальнення статистичних даних		
Формалізовані (кількісні)	Методи аналізу збалансованості і зовнішньої торгівлі	Індикативний метод	Передбачає розрахунок основних показників зовнішньої торгівлі та їх порівняння з пороговими значеннями	Розрахунок експортної/імпортної/зовнішньоторговельної квоти, сальдо торговельного балансу, коефіцієнта покриття імпорту експортом
		Індексний метод	Передбачає розрахунок індексів, базованих на співвідношеннях певних показників зовнішньої торгівлі та дозволяє оцінювати ефективність її здійснення	Розрахунок індексів: Ласпейреса, Пааше, вартості експорту/імпорту, умов торгівлі, цінових співвідношень зовнішньоторговельного обороту
	Метод міжнародних зіставлень		Зіставлення у вартісній формі показників розвитку національних економік	Вдосконалений (за рахунок застосування корегувальних показників) метод зіставлення даних
	Метод структурного аналізу		Аналіз структури зовнішньої торгівлі у товарному та/або географічному розрізі	АВС-аналіз структури експорту/імпорту товарів Харківського регіону за УКТ ЗЕД
	Метод матричного аналізу		Визначення характеристик зовнішньої торгівлі як функції конкретних параметрів ситуації з можливістю графічного узагальнення	Матричний аналіз структури зовнішньої торгівлі України з ЄС за товарами та країнами
	Методи статистичного аналізу	Дисперсійний аналіз	Оцінювання достатності вибірових показників зв'язку результативної і факторних ознак для поширення на генеральну сукупність даних	Дисперсійний аналіз середньорічних базисних темпів зростання експорту/імпорту товарів Харківського регіону
		Кореляційно-регресійний аналіз	Виявлення математичної залежності між досліджуваними ознаками і встановлення за допомогою коефіцієнта кореляції порівняльної оцінки щільності взаємозв'язку	Встановлення зв'язку між обсягом ВВП України та експортом до країн СНД

Продовження таблиці

Категорія	Група	Метод/підхід		Сутність	Застосування у контексті дослідження зовнішньої торгівлі України
Формалізовані (кількісні) (продовження)	Економіко-математичне моделювання	Сценарне планування (прогнозування)		Конструювання варіантів розвитку економічного суб'єкта на основі визначення загальних факторів впливу	Використання автоматизованих моделей загальної економічної рівноваги та міжгалузевого балансу: <i>СТАР</i> , <i>АЛЬФА</i> та ін.
		Гравітаційне моделювання		Базується на ідеї гравітаційного тяжіння: сила взаємодії між економічними суб'єктами є прямо пропорційною добутку показників їх значущості та зворотно пропорційною відстані між ними	Гравітаційна модель торгівлі України з країнами Європейського Союзу
		Методологія нечіткої логіки		Побудова лінгвістичної моделі кількісно невимірюваних економічних величин з подальшою їх трансформацією у числову модель на основі системи правил	Модель прогнозування успішності здійснення експортно-імпортних операцій країн Центральної та Східної Європи
		Імітаційне моделювання		Відтворення в часі (прогнозування) розвитку зовнішньої торгівлі за переліком сценаріїв	Прогнозування розвитку зовнішньої торгівлі товарами України з ЄС на середньостроковий період
		Економічні моделі	Моделювання одновимірних часових рядів (детерміністський підхід)	Сукупність математико-статистичних методів аналізу, призначених для виявлення структури часових рядів та їх прогнозування, є підґрунтям для побудови детермінованих (зазвичай, трендових) моделей певного функціонального типу	Трендові моделі двосторонньої торгівлі між Україною та Болгарією; економетричні моделі зовнішньоторговельного обороту України загалом та з окремими групами країн (СНД, Європа, Азія)
			Стохастичне моделювання (ймовірнісний підхід)	Визначення ймовірностей різних станів системи в майбутньому на основі відомої інформації щодо її поточного та попереднього станів	Гнучкий інструментарій аналізу та прогнозування зовнішньої торгівлі

Джерело: розроблено [27]

Додаток В





List of possible text manipulation attempts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet	Б	0
Spreads	A→	0
Micro spaces		21
Hidden characters	Б	0

Record of similarities

Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.



SC1

25

The phrase length for the SC 2



SC2

14807

Length in words



LAD

113022

Length in characters

Active lists of similarities

Scroll the list and analyze especially the fragments that exceed the SC 2 (marked in bold). Use the link "Mark fragment" and see if they are short phrases scattered in the document (coincidental similarities), numerous short phrases near each other (mosaic plagiarism) or extensive fragments without indicating the source (direct plagiarism).

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)	
1	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/2250/1/%D0%A4%D0%B5%D1%81%D1%83%D0%BD.pdf	80	0.54 %
2	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/2250/1/%D0%A4%D0%B5%D1%81%D1%83%D0%BD.pdf	63	0.43 %
3	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/2250/1/%D0%A4%D0%B5%D1%81%D1%83%D0%BD.pdf	59	0.40 %
4	http://www.vtei.com.ua/doc/2018/konf18/3.pdf	44	0.30 %
5	https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/4753/dynamichnakonkurenciya.pdf	24	0.16 %
6	https://www.epravda.com.ua/publications/2022/05/2/686503/	23	0.16 %
7	https://www.epravda.com.ua/publications/2022/05/2/686503/	21	0.14 %
8	https://monetary-policy-debates.bank.gov.ua/admin_uploads/article/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_pr_2022-11-03.pdf?v=4	21	0.14 %

УДК 339.9(477)(06)

Р 64

Організаційний комітет:

Бурмака Микола Олексійович - к.е.н., доцент

Вінська Оксана Йосипівна – к.е.н., доцент

Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор

Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент

Максименко Анна Вікторівна - к.е.н., доцент

Олійник Вікторія Володимирівна - к.е.н., доцент

Поплюйко Андрій Миколайович – к.е.н., доцент

Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент

Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор

Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент

Черницька Тетяна Володимирівна - к.е.н., доцент

(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.

Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст

Р 64 Розвиток економіки України в нових реаліях міжнародних відносин:
зб. матеріалів студентської наук.-практ. інтернет-конф., 7 грудня
2022 р., м. Київ. [Електронний ресурс]. – Київ: КНЕУ, 2022. – 270 с.
ISBN 978-966-926-420-6

У збірнику подано тези доповідей студентів факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

УДК 339.9(477)(06)

Літвінчук П.О.	230
Сучасні тенденції та особливості розвитку глобального автомобільного ринку	
Шипова Є.К.	232
Залежність енергетичного ринку ЄС від іноземних енергоносіїв	
Коломацька Л.О.	235
Міграційні кризи в ЄС	
Кухнюк К.М.	238
Економічне співробітництво України з Німеччиною	
Радутна Є.Ю.	240
Роль енергетичної політики у процесі екологізації економічного розвитку країн ЄС	
Корчак М. І.	242
Сучасний стан та особливості міжнародного ринку харчових продуктів в контексті забезпечення цілей сталого розвитку	
Сорокіна Д.В.	245
Перспективи розвитку європейського енергетичного ринку	
Єлісеєва А.О.	247
Сценарії розвитку глобального енергетичного ринку	
Стеценко С.О.	249
Особливості єдиного ринку ЄС	
Попов О.І.	251
Сутність та механізми функціонування національних систем підтримки експорту	
РОЗДІЛ 4. АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ	256
ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ	
Торутько І.О.	256
Мета та особливості аудиту імпортних операцій	
Федик О.Р.	258
Сучасні виклики та фактори фінансової нестабільності транснаціональних корпорацій	
Лесько Д.С.	260
Методика обліку та аудиту оборотних активів у міжнародних корпораціях	
Закаблуківська В.В.	261
Офшорні юрисдикції у міжнародному податковому плануванні	
Войтенко О. В.	264
Процес відновлення економіки України та його аналітичне забезпечення	
Бойко О.Ю.	266
Глобальні імперативи зеленого розвитку: виклики і перспективи для України	
Білялов А.Р.	267
Механізми відновлення потенціалу мегаполіса	

За оцінками, покращення функціонування єдиного ринку могло б щорічно призводити до [3]:

- 183-269 мільярдів євро на промислову продукцію;
- 297 мільярдів євро на ринки послуг.

Лише ці показники можуть збільшити економічні вигоди приблизно до 12 % додаткового ВВП.

Отже, єдиний ринок є найціннішим економічним активом Європи, але він також вразливий до раптових збоїв. Усунення перешкод для вільного руху товарів, послуг, людей і капіталу між державами-членами забезпечило важливіші та диверсифікованіші джерела фінансування, більш динамічне бізнес-середовище, критичну масу для досягнення економії на масштабі та більш ефективний розподіл факторів виробництва. Він також надав підприємствам більший запас джерел внутрішнього попиту та пропозиції разом із торговельною інтеграцією ЄС з рештою світу.

Єдиний ринок надає підприємствам великий запас внутрішнього попиту та диференційовані джерела пропозиції. Це, разом з інтеграцією ЄС у світову економіку, є одним із головних активів економіки навіть під час кризи. У цьому контексті імплементація та дотримання правил єдиного ринку залишаються вирішальними, як відповідно до довгострокових, так і короткострокових пріоритетів.

Список літератури:

1. Yuki J. M. Acs. EU Single Market Freedoms Overview. – Academia. URL: https://www.academia.edu/40080000/EU_Single_Market_Freedoms_Overview. (Accessed: 01.11.2022).

2. Договір про заснування Європейської Спільноти (Договір про заснування Європейського економічного співтовариства). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_017#Text. (Accessed: 01.11.2022).

3. Infographic – EU without the single market. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/infographics/single-market/>. (Accessed: 01.11.2022).

Попов О. І.

СУТНІСТЬ ТА МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ЕКСПОРТУ

Заохочення фірм до експорту - це постійний напрям діяльності урядів усього світу. Важливим інструментом державної політики для спонукання фірм розглянути питання експорту є програми сприяння експорту (export promotion programs - EPP). Ці ініціативи спрямовані на спонукання фірм, особливо менших, які, як правило, не діють на міжнародному рівні, розпочати експорт. Процес інтернаціоналізації, як правило, починається з експорту та передбачає вихід на

зовнішній ринок за межами звичайного операційного обсягу фірми. Як і інші нові бізнес-ініціативи, перший вихід на міжнародний ринок включає як інновації, так і ризик. Оскільки інновації та прийняття ризиків переплітаються з підприємництвом, нові ініціативи з питань інтернаціоналізації, особливо першого експорту, є підприємницькими. Насправді, ЕРР мають на меті спонукати міжнародні підприємницькі прагнення менших фірм, що не експортують, заодно заохочуючи нинішніх експортерів глибше проникати на існуючі ринки та орієнтуватися на нові експортні ринки [1]. Таким чином, незалежно від того, спрямовані на ініціювання експорту вперше або на розширення міжнародної ділової діяльності серед поточних експортерів, ЕРР повинні містити важливий підприємницький вміст, щоб бути ефективними.

Хоча процес інтернаціоналізації може розпочатися з будь-якого режиму виходу на ринок, експорт є першим кроком у підприємницькій діяльності фірми на зовнішньому ринку. Дійсно, це залишається найбільш часто використовуваним засобом для виходу менших фірм на зовнішні ринки, оскільки порівняно з іншими варіантами:

- експорт практично не чинить тиску на фірму або її організаційну структуру (наприклад, додавання нового відділу);
- він є і менш ризикованим, і лише мінімально залежним від ресурсів.

Експорт також пропонує значні вигоди як для національної економіки (наприклад, збільшення робочих місць, заробляння іноземної валюти для фінансування імпорту, створення зворотного та майбутнього зв'язків) та окремої фірми (наприклад, розробка нових технологій, сприяння організаційному зростанню, поліпшення фінансового становища) [4]. Ці позитивні «побічні переваги» експорту пропонують фірмам додаткові стимули для пошуку нових споживачів на ринках за кордоном, тоді як вигоди на рівні країни, що виникають внаслідок збільшення рівня експорту, виправдовують зусилля уряду щодо сприяння пов'язаному з експортом підприємництву через ЕРР.

Однак залучення малих фірм до експортної діяльності є непростим завданням. Меншим фірмам заважають численні внутрішні перешкоди (наприклад, недостатній обсяг фінансових ресурсів) та зовнішні виклики (наприклад, інтенсивна конкуренція на зовнішньому ринку), а також внутрішні перешкоди (наприклад, недостатня інфраструктура) та бар'єри за кордоном (наприклад, введення тарифів / нетарифні бар'єри) [4]. Ці перешкоди можуть серйозно заважати фірмам на будь-якій стадії процесу розвитку експорту та серйозно шкодити їх діяльності. Неекспортери можуть втратити інтерес і не бажати взагалі брати участь в експорті, експортери-неофіти можуть перервати або повністю відмовитись від іноземної діяльності, а досвідчені експортери можуть відкласти або навіть стримувати майбутні плани розширення експорту.

У світлі вищевикладеного, уряди часто пропонують допомогу фірмам у приватному секторі, намагаючись пом'якшити шкідливий вплив цих перешкод, а

також заохотити фірми розвивати ініціативи для кращого використання можливостей експортного ринку. Така допомога зазвичай має форму програм сприяння експорту, які можуть варіюватися від гарантій позики та податкових пільг до надання даних про іноземні країни та спонсорства торгових місій. Однак, щоб мати успіх, національна державна допомога на експорт повинна бути належним чином націлена і чітко зрозуміла поточним та потенційним експортерам. Хоча ці програми можуть відрізнятися залежно від економічних, політико-правових та культурних умов, що склалися в кожній країні, їх правильне використання може покращити підприємницькі якості фірми, що згодом може сприяти підвищенню ефективності експорту [2].

Не існує загального визначення підприємництва, яке передбачає процес, що веде до змін і часто асоціюється з новими підприємствами, включаючи вихід на експортний ринок та розробку нових продуктів. Загалом, підприємництво - це процес створення вартості в рамках організації, який має на меті зібрати унікальний набір ресурсів для використання бізнес-можливостей [3]. Як такий, він включає низку етапів, починаючи від виявлення можливостей та розробки нових бізнес-концепцій, до використання необхідних ресурсів (і можливостей) для реалізації концепції та експлуатації діючого підприємства. За замовчуванням процес підприємництва застосовується до будь-якого типу організації, незалежно від галузі, розміру або юридичного статусу. Незважаючи на те, що вчені в цій галузі застосовували підприємництво різними способами, зближення їх поглядів призводить до трьох основних вимірів, а саме - ризику, інноваційності та активності, які є важливими для розвитку експортної діяльності [6].

Що стосується ризику, то створення будь-якого нового підприємства включає певні елементи ризику (наприклад, особисті, соціальні, психологічні та фінансові), якими необхідно систематично керувати або пом'якшувати їх для досягнення успішних результатів. Таким чином, поведінка пошуку ризику полегшує використання ділових можливостей, хоча існує велика ймовірність того, що це призведе до провалу [6]. Подібним чином схильність фірми до експорту була пов'язана з менеджерами, які мають високий рівень толерантності до ризику, на відміну від менеджерів фірм, що не експортують, які в основному схильні до ризику. Оскільки велика кількість досліджень виявляють, що фірми мають тенденцію сприймати більші ризики при продажу на зовнішні ринки через високу волатильність та складність міжнародного ділового середовища, сприйняття менеджерами ризику особливо важливі для експорту.

Незважаючи на широку згоду щодо тісного взаємозв'язку між підприємництвом та інноваційністю [1], інноваційності бракує унікального визначення. Однак загальновизнано, що інноваційність відноситься до свідомих та цілеспрямованих зусиль для здійснення економічних, соціальних чи інших змін в організації, таких як розробка нових продуктів/послуг, унікальних технологій та нових процесів [5]. Для досягнення цього важливо, щоб люди розвивали високий

рівень інтуїції, творчості, незалежності, самостійності та відкритості. Інноваційність також має центральне значення для поведінки фірми в експорті, в тому сенсі, що ініціація експорту розглядається деякими вченими як інновація, як у випадку прийняття нових виробничих процесів або впровадження нових продуктів. Насправді багато досліджень [5] показали, що, на відміну від неекспортерів, фірми-експортери мають менеджерів, які є більш інноваційними та готовими відійти від існуючих норм та моделей поведінки.

Проактивність - це ступінь, в якому люди та організації роблять превентивні дії, щоб впливати на своє довкілля, як правило, виражаючись у постійній ініціативі, агресивному пошуку нових можливостей та експериментах з потенційними реакціями на зміни навколишнього середовища. Як так, проактивність включає елементи пристосованості до мінливих умов, значну наполегливість, а також готовність нести витрати на невдачу. Проактивність також викликає занепокоєння при експорті, особливо у сфері стимулювання експорту, при цьому активне стимулювання означає залучення експорту, що характеризується зацікавленістю у вивченні унікальних внутрішніх компетенцій (наприклад, володіння фінансовою конкурентною перевагою) та/або можливостями зовнішнього ринку. (наприклад, ексклюзивна інформація про конкретний зовнішній ринок). На відміну від реактивного стимулювання експорту, виявлено, що фірми, що активно стимулюють, демонструють більш агресивний, позитивний та довгостроковий підхід до експорту.

Вищезазначені підприємницькі виміри мають важливе значення не лише для полегшення експортної поведінки фірми, але й для підвищення її ефективності на зовнішніх ринках [4]. Обмежені емпіричні докази з цього приводу показують, що:

- підприємницька діяльність фірми в експортних операціях впливає на ефективність експорту (як фінансового, так і нефінансового);
- певні організаційні фактори (наприклад, розмір, вік та структура) пом'якшують здатність фірми зайняти підприємницьку позицію при наближенні до експортних ринків;
- контекстуальні фактори, такі як ступінь складності зовнішнього ринку, можуть пом'якшити вплив підприємництва на ефективність експорту [4].

Список літератури:

1. Ayranci, E. and N. Çolakoglu (2013), "The Linkage between Turkish Managers' Leadership Orientations and their Innovativeness Feature: An Empirical Study," *International Business Research*, 6(8), August, 26-37.

2. Chandra, Yanto, Chris Styles, and Ian Wilkinson (2009), "The Recognition of First Time International Entrepreneurial Opportunities: Evidence from Firms in Knowledge-Based Industries," *International Marketing Review*, 26 (1), 30 – 61.

3.Dibrell, C., J. Craig, and E. Hansen (2011), "Natural Environment, Market Orientation, and Firm Innovativeness: An Organizational Life Cycle Perspective," *Journal of Small Business Management*, 49 (3), 467-489.

4.Dimitratos, P. and E. Plakoyiannaki (2003), "Theoretical Foundations of an International Entrepreneurial Culture," *Journal of International Entrepreneurship*, 1(2), 187-215.

5.Gillespie, K. and L. Riddle (2004), "Export Promotion Organisation Emergence and Development," *International Marketing Review*, 21(4/5), 462-473.

6.Jones, M.V. and N.E. Coviello (2005), "Internationalisation: Conceptualising an Entrepreneurial Process of Behaviour in Time," *Journal of International Business Studies*, 36(3), 284-303.

Наукове видання

РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В НОВИХ РЕАЛІЯХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Збірник матеріалів

**Студентської науково-практичної
Інтернет-конференції**

7 грудня 2022 р.

Видано в авторській редакції

Підписано до друку 08.12.22. Формат 60×84/8
Друк. арк. 11,25. Зам. № 22-5737

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, Україна, м. Київ, пр. Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)

E-mail: litera_kneu@ukr.net

АНОТАЦІЯ

Попов О.І. Україна на європейському ринку товарів та послуг – Рукопис.

Кваліфікаційна магістерська робота за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», 2022.

Магістерська робота присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів сучасної міжнародної торгівлі товарами та послугами. Проаналізовано вплив світових подій на Україну та її позицію на ринку.

Проведено аналіз динаміки та структури міжнародної торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС.

Визначено механізми та інструменти формування ефективних зовнішньоекономічних зв'язків України. Запропоновано напрямки політики для відновлення виробничих потужностей України.

Ключові слова: міжнародна торгівля, торгівля товарами, зовнішньоторговельна угода, експортно-імпортна діяльність України.

ANNOTATION

Popov O. Ukraine on the European market of goods and services – Manuscript.

Qualifying master's thesis on specialty 292 "International economic relations", 2022.

The master's thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of modern international trade in goods and services. The impact of world events on Ukraine and its position on the market is analyzed.

An analysis of the dynamics and structure of international trade in goods and services between Ukraine and the EU has been carried out.

The mechanisms and tools for the formation of effective foreign economic relations of Ukraine have been determined. Policy directions for the restoration of Ukraine's production capacities are proposed.

Keywords: international trade, trade in goods, foreign trade agreement, export-import activity of Ukraine.