

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра «Міжнародних економічних відносин»

«Допущено до захисту»
Зав. кафедрою МЕВ
д.е.н., професор

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за другим (магістерським) рівнем вищої
освіти

на тему
«**Фактори географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі**
України»

Виконала здобувачка вищої освіти
2 курсу, групи МЕВ-21м(1,4)
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»

_____ Дейнеко І.С.
« ____ » _____ 2022 р.

Керівник роботи
д.е.н., професор

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2022 р.

Рецензент к.е.н., доцент

Анотація

Фактори географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі України. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня “магістр” за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини» – Центральноукраїнський національний технічний університет. – Кропивницький. – 2022.

У роботі досліджено сутність та основні чинники диверсифікації зовнішньої торгівлі. Розглянуто теоретичні підходи до оцінки впливу диверсифікації зовнішньої торгівлі на економічний розвиток країн. Узагальнено методичні підходи до визначення факторів, що впливають на ступінь географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі. Проаналізовано динаміку географічної структури зовнішньої торгівлі України та структурні зміни у торгівлі товарами з основними країнами-партнерами. Визначено основні фактори географічної диверсифікації експорту України. Обґрунтовано напрями підвищення ефективності використання потенціалу експорту України до країн-членів ЄС та структурних змін у переробній промисловості як основи географічної диверсифікації експорту товарів.

Ключові слова: зовнішня торгівля, географічна диверсифікація, товарна структура торгівлі, інвестиції, структура промисловості, цінові умови торгівлі

Anotation

Factors of Geographical Diversification of Foreign Trade in Ukraine.

Qualifying work on obtaining a higher education degree "Master" in the educational-professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – Central Ukrainian National Technical University. - Kropyvnytskyi. - 2022 .

The work examines the essence and main factors of diversification of foreign trade. Theoretical approaches to assessing the impact of foreign trade diversification on the economic development of countries are considered. Methodological approaches to determining the factors affecting the degree of geographical diversification of foreign trade are summarized. The dynamics of the geographical structure of Ukraine's foreign trade and structural changes in trade in goods with the main partner countries are analyzed. The main factors of geographical diversification of Ukrainian exports are determined. The directions for increasing the efficiency of using Ukraine's export potential to EU member states and structural changes in the processing industry as a basis for geographical diversification of goods exports are substantiated.

Key words: foreign trade, geographical diversification, commodity structure of trade, investments, structure of industry, price terms of trade

Зміст

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ.....	9
1.1. Сутність диверсифікації зовнішньої торгівлі	9
1.2. Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі та її значення для економіки	16
1.3. Методичні підходи до оцінки факторів географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі.....	24
Висновки до розділу.....	31
РОЗДІЛ 2. ДЕТЕРМІНАНТИ ГЕОГРАФІЧНОЇ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	33
2.1. Загальна характеристика географічної структури зовнішньої торгівлі України.....	33
2.2. Товарна структура зовнішньої торгівлі України з основними країнами-партнерами.....	41
2.3. Оцінка взаємозв'язку макроекономічних факторів та географічної диверсифікації експорту України	50
Висновки до розділу.....	59
РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ГЕОГРАФІЧНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	62
3.1. Напрями підвищення ефективності використання потенціалу експорту з країнами ЄС.....	62
3.2. Диверсифікація внутрішнього виробництва як інструмент географічного розширення експорту товарів України	71
Висновки до розділу.....	80
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах глобалізації посилюється інтеграція країн в світову економіку та їх залучення до міжнародних ланцюжків створення доданої вартості. Участь країни у міжнародному поділі праці створює низку можливостей для розширення зовнішньої торгівлі. Водночас, відбувається закріплення спеціалізації країни на виготовленні певних товарів. Країни, що розвиваються, експортують переважно сировинні товари, а розвинені країни – значний асортимент товарів з високим ступенем переробки. Відповідно, високий рівень відкритості економік цих країн по різному впливає на їх економічний розвиток. Експорт товарів з високою доданою вартістю забезпечує розвиненим країнам провідні позиції в світовій економіці та доступ до ринків більшості країн світу, у той час, як країни, що розвиваються, мають відносно обмежене коло країн-споживачів сировинних товарів, не зважаючи на великий обсяг експорту.

Географічна структура зовнішньої торгівлі країни значною мірою залежить від набору товарів, які формують основу експорту та імпорту, що, своєю чергою, визначається рівнем технологічного, промислового та ринкового середовища в країні. Збільшення кількості країн-торговельних партнерів та рівномірний розподіл експортних та імпортних поставок дозволяє знизити ризики недоотримання експортної виручки внаслідок погіршення умов чи закриття доступу до ринку основної країни-партнера, а також ризик надмірного узалежнення від країни, що є основним постачальником сировини, матеріалів, комплектуючих.

У зв'язку з цим актуальним є дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників, що обумовлюють географічну структуру зовнішньої торгівлі України, та визначення основних напрямів просторової диверсифікації експорту та імпорту товарів.

Метою дослідження є визначення факторів географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі України та окреслення напрямів їх активізації на сучасному етапі економічного розвитку.

Відповідно до мети визначені такі завдання дослідження:

- визначити сутнісні характеристики основних видів диверсифікації зовнішньої торгівлі та взаємозв'язки між ними;
- окреслити поняття географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі та узагальнити теоретичні підходи до пояснення її значення для економічного розвитку;
- узагальнити методичні підходи до визначення основних факторів, що впливають на ступінь географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі;
- охарактеризувати динаміку географічної структури зовнішньої торгівлі України упродовж останніх десяти років;
- проаналізувати товарну структуру зовнішньої торгівлі України з основними країнами-партнерами з точки зору можливостей її диверсифікації;
- на основі оцінки взаємозв'язку макроекономічних факторів та ступеня географічної диверсифікації експорту України визначити основні чинники подальшого покращення географічної структури зовнішньої торгівлі;
- обґрунтувати напрями підвищення ефективності використання потенціалу експорту України до країн-членів ЄС;
- визначити напрями диверсифікації переробної промисловості як основи покращення географічної структури експорту товарів України.

Об'єктом дослідження є географічна структура зовнішньої торгівлі України.

Предметом дослідження є процес географічної диверсифікації експорту України на основі активізації основних макроекономічних факторів.

Методи дослідження. Теоретико-методичною основою дослідження є базові положення економічної теорії в частині макроекономіки та міжнародної економіки, теорії міжнародних відносин та теорії економічного зростання, публікації зарубіжних та вітчизняних вчених з проблем диверсифікації зовнішньої торгівлі та її взаємозв'язку з економічним розвитком. У роботі використано метод узагальнення для визначення сутності поняття диверсифікації зовнішньої торгівлі, метод систематизації для характеристики

основних видів диверсифікації зовнішньої торгівлі, метод аналізу для дослідження динаміки географічної структури експорту та імпорту України, метод структурного аналізу для визначення основних географічних напрямів експорту України та оцінки товарної структури експорту (імпорту) з провідними країнами-партнерами. За допомогою методу регресійного аналізу було визначено основні фактори, що вплинули на географічну диверсифікацію експорту України за період 2010-2021 рр.

Інформаційною базою дослідження стали дані офіційної статистики, що оприлюднюються Державною службою статистики України, Міністерством фінансів України, Національним банком України, аналітичні матеріали інформаційних видань, монографії та статті вітчизняних і зарубіжних вчених.

Основний зміст роботи викладений на 83 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 14 рисунків та список використаних джерел з 86 найменувань на 8-ми сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ

1.1. Сутність диверсифікації зовнішньої торгівлі

Забезпечення конкурентних позицій країни на міжнародних ринках пов'язується із спроможністю національної економіки виготовляти широкий асортимент товарної продукції, яка відповідає потребам споживачів у якомога більшості країн світу. Водночас, здійснення імпорту сировини та матеріалів для виготовлення продукції також повинно відбуватися з багатьох країн для запобігання раптового припинення поставок, що призведе до зниження виробництва промислових товарів в середині країни. Тому, кожна країна прагне диверсифікувати географічну структуру експорту та імпорту, яка дуже часто дозволяє розширити номенклатуру експортних товарів за рахунок збільшення продажу продукції переробної промисловості.

Термін «диверсифікація» утворився від поєднання латинських слів «diversus» та «facere», що відповідно означають «різний» та «робити» [1, с. 99]. Тобто, в сфері зовнішньої торгівлі цей термін означає урізноманітнення товарів, які експортуються чи імпортуються, та країн, з якими відбувається товарообмін.

Проблемам диверсифікації зовнішньої торгівлі присвячені праці зарубіжних вчених, які розглядають цей процес насамперед стосовно експорту товарів. Так, Алі Р. та Алван Дж. визначають диверсифікацію як «зміну в структурі кошику експортної продукції або країн призначення експортних поставок» [2, с. 7]. Досліджуючи структурні зміни в економіці азійських країн, Бертелемі Ж. та Шовен С. під диверсифікацією розуміли «розширення виробництва та експорту товарів за галузями економіки» [3, с. 10].

Агозін М. та Алварез Р. досліджували диверсифікацію «як зміну структури зовнішніх товарних потоків країни, яка досягається за рахунок зміни наявного експортного чи імпортного кошику товарів та послуг, або завдяки модернізації продукції в існуючих торговельних потоках» [4, с. 2]. Денніс А. та

Шеферд Б. розглядають експорту диверсифікацію як «розширення асортименту продукції, яку суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності постачають на зовнішні ринки» [5, с. 5].

За визначенням Іванова Є.І, «диверсифікація зовнішньої торгівлі – це розширення номенклатури товарів і послуг та географічних векторів експортно-імпоротної діяльності на загальнонаціональному рівні» [6]. Наголошуючи на тому, що цей процес відбувається на рівні держави, вчений підкреслює важливість державних механізмів у забезпеченні диверсифікації зовнішньої торгівлі, які спрямовані на «оптимізацію галузево-географічної структури зовнішньоторговельних потоків для зниження залежності від кон'юнктури світових ринків та забезпечення ефективного товарообміну в системі міжнародних економічних відносин» [Там же].

З метою окреслення сутності диверсифікації зовнішньої торгівлі застосуємо основні підходи до розуміння змістовного наповнення поняття «міжнародна торгівля»: «операційний та державно-політичний» [7, с. 9-10]. Операційний підхід дозволяє розглядати зовнішню торгівлю як процес товарообміну між підприємствами різних країн, між державами та міжнародними організаціями. З позицій державно-політичного підходу, зовнішня торгівля є специфічною формою суспільних відносин у світовому господарстві в процесі обміну товарами та послугами між країнами, які відрізняються між собою за рівнем економічного розвитку, технологічним рівнем промислових підприємств та галузевою структурою економіки.

Відповідно до цих підходів диверсифікацію зовнішньої торгівлі можна розглядати як процес на мікрорівні, «пов'язаний переважно з маркетинговими аспектами діяльності фірми», і як процес на макрорівні – «пов'язаний з необхідністю мінімізації ризиків залежності, як від обмеженої кількості споживачів, так і від вузького кола постачальників» [8, с. 42].

На основі аналізу теоретичних підходів вчених до трактування сутності поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі» можемо виділити такі змістовні характеристики цього процесу:

- зниження ризиків зовнішньоторговельної діяльності та зменшення потенційних загроз для діяльності експортерів та імпортерів;

- необхідність забезпечення високого рівня конкурентоспроможності експортерів на зовнішніх ринках, а імпортерів – на внутрішньому ринку товарів і послуг;

- інструмент оптимізації галузевої структури внутрішнього виробництва товарів з метою підвищення ефективності експортно-імпортних операцій.

Залежно від напрямів товарних потоків зовнішньої торгівлі розрізняють диверсифікацію експорту та диверсифікацію імпорту. Відповідно до структури зовнішньої торгівлі виділяють товарну диверсифікацію та географічну диверсифікацію (рис. 1.1).

Крім цього, товарна диверсифікація може відбуватися у формі горизонтальних, вертикальних та діагональних змін. Під горизонтальною формою диверсифікації розуміють відповідний процес, що відбувається «в межах одного сектору економіки країни (сировинного, аграрного, промислового) та полягає у реструктуризації експорту шляхом додавання нових товарів до наявної номенклатури зовнішніх поставок у межах однієї товарної групи для пом'якшення несприятливого впливу кон'юнктури світових ринків» [9, с. 32].

Вертикальна форма диверсифікації «передбачає перехід між секторами економіки (наприклад, від сировинного до промислового), що зумовлює розвиток економічної активності у сфері обробки продукції, маркетингу та інших супровідних послуг. Саме тому, вертикальна диверсифікація розглядається як ефективний засіб «розширення ринкових можливостей та сприяння економічному зростанню, оскільки оброблені товари у цілому мають більшу цінову стабільність, ніж сировина» [9, с. 33].

Діагональна форма диверсифікації «полягає у розширенні імпортного кошика комплектуючих і обладнання для оптимізації виробничих процесів підприємств переробної промисловості» [10, с. 262].

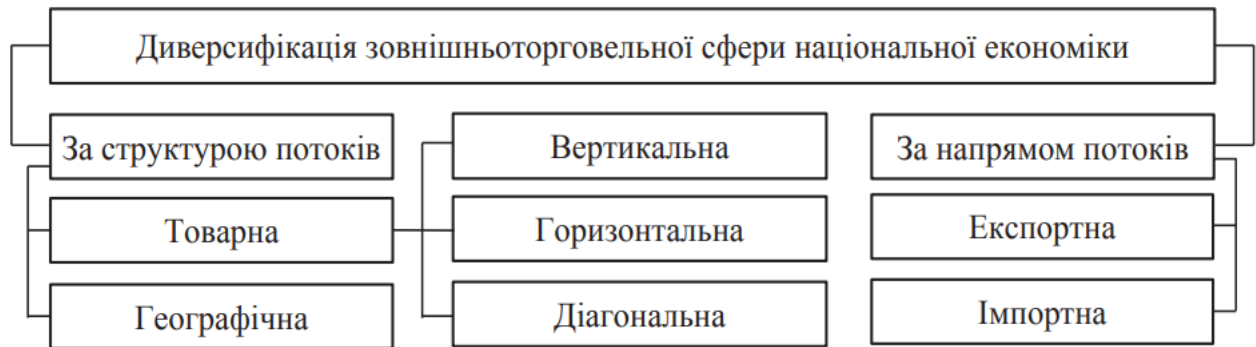


Рис. 1.1. Місце географічної структури зовнішньої торгівлі в системі диверсифікації торговельних потоків

Джерело: [6, с. 18]

Залежно від рівня та форми диверсифікації зовнішньої торгівлі потреба у ресурсах для забезпечення цього процесу може відрізнятися за обсягами інвестицій в основний капітал, впровадження новітніх технологій, за вимогами до кваліфікації управлінського персоналу та робочої сили. Як зазначає Іванов Є., «стале довгострокове зростання експорту потребує як горизонтальної (розширення номенклатури), так і вертикальної (перехід від сировинних товарів до продукції з більш високою доданою вартістю) диверсифікації, що «... може бути досягнуто шляхом зміни частки товарів у наявній структурі експорту або додавання нових видів продукції до наявного експортного кошику» [6, с. 18].

Семенюк В. розглядає процеси диверсифікації зовнішньої торгівлі за видами (рис. 1.2), які визначаються такими критеріями, як: «напрямок товаропотоків, рівень прояву, структура товаропотоків» [8, с. 42].

Диверсифікація зовнішньої торгівлі за напрямом товаропотоків потребує «здійснення заходів щодо покращення ситуації у експортній та імпорتنій діяльності», зокрема, «передбачається уникнення різних типів ризиків, що пов'язані з товаропотоками» [8]. Така диверсифікація зовнішньої торгівлі необхідна насамперед країнам, «які експортують та (або) імпортують один чи кілька товарів, що мають значну частку у структурі експорту (імпорту) країни» [Там же].



Рис. 1.2. Види диверсифікації міжнародної торгівлі

Джерело: [8, с. 43]

Поряд з товарною диверсифікацією, Семенюк В. виділяє регіональну диверсифікацію, яка «передбачає зміни в географічній структурі експорту (імпорту) та спрямована на збалансування торгівлі з різними країнами світу і уникнення ризиків від масштабної торгівлі з однією або кількома країнами-партнерами» [8, с. 44]. Дослідження, проведене Реголо Дж. з використанням панельних даних про двосторонню торгівлю між 116 країнами з 1090 промисловими товарами за період 2000–2010 рр. та побудова моделі напрямків експорту товарів, дозволило виявити слабку залежність зміни асортименту товарів від їх «новизни». Вчений пояснив такі результати моделювання тим, що «нові експортні товари з'явилися в тих галузях, де країна має високі витрати на виробництво та експорт», тому було зроблено висновок про те, що «диверсифікація експорту супроводжується регіоналізацією торгівлі, принаймні в середньостроковій перспективі» [11].

Відповідно до ієрархічних рівнів управління, Семенюк В. виділяє диверсифікацію, що здійснюється на «корпоративному, національному, міждержавному, наднаціональному та глобальному рівнях» [8, с. 45]. У зв'язку

з цим зауважимо, що формування географічної структури зовнішньої торгівлі країни відбувається в кількох напрямках.

Насамперед, це вектор диверсифікації, спрямований від корпоративного рівня («знизу») на національний та наднаціональний («до верху»). Географічна диверсифікація у цьому випадку є важливою з точки зору зниження ризиків збуту товарів на зарубіжних ринках. Ступінь диверсифікації експорту товарів на корпоративному рівні обумовлена асортиментом продукції, яку виготовляє підприємство, її конкурентоспроможністю на міжнародних ринках, відмінностями умов торгівлі з контрагентами з різних країн та економічною ефективністю експортних операцій для підприємства. Також географічна диверсифікація у цьому напрямку визначається потребами підприємств-імпортерів у сировині, матеріалах та комплектуючих. Відповідно до цього вектору географічна диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності корпорацій визначає географічну структуру експорту та імпорту країни.

Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі, яка спрямована з національного рівня до корпоративного визначається державною політикою (протекціонізм чи лібералізація). Залежно від того, які державні програми реалізуються для підтримки експорту певних товарів чи розвитку співпраці з окремими країнами або інтеграційними об'єднаннями, географічна диверсифікація експорту може передбачати зміну основних торговельних партнерів в результаті розширення асортименту високотехнологічних товарів та продукції з вищим ступенем переробки, обмеження експорту сировинної продукції або збільшення імпорту окремих товарів.

Диверсифікація зовнішньої торгівлі залежить від економічної диверсифікації в середині країни, яка своєю чергою потребує диверсифікації імпорту. Різні форми диверсифікації пов'язані між собою і не можуть розглядатися окремо. На рисунку 1.3 показані основні елементи диверсифікації, включаючи диверсифікацію експорту товарів і послуг, диверсифікацію внутрішнього виробництва та підвищення якості вже виробленої продукції.

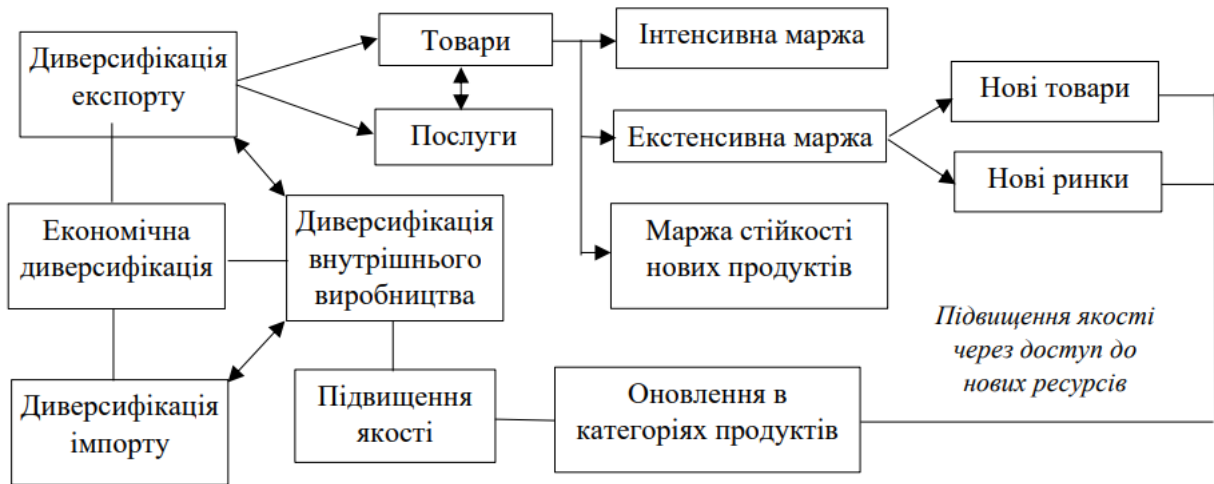


Рис. 1.3. Елементи та зв'язки диверсифікації зовнішньої торгівлі

Джерело: побудовано за [12]

Розширення асортименту продукції, як важливий чинник просторової диверсифікації експорту, повинне передбачати підвищення якості продукції завдяки покращенню доступу національних виробників товарів до ресурсів і технологій, зокрема імпортованих, що також може досягатися за рахунок географічної диверсифікації імпорту.

Важливою передумовою державної політики щодо зміни географічної структури зовнішньої торгівлі є стан та технологічний рівень підприємств різних галузей економіки, зниження прибутковості експортних операцій, неефективна система оподаткування, розбіжності у структурі виробництва товарів та структурі їх споживання. Державна політика диверсифікації зовнішньої торгівлі повинна мати довгостроковий характер, передбачати підтримку важливих експортоорієнтованих галузей або стратегічних видів економічної діяльності. Тому напрями та заходи з диверсифікації зовнішньої торгівлі повинні розроблятися в межах національних стратегічних документів розвитку економіки і бути чітко окресленими з урахуванням довгострокового ефекту від їхнього впровадження.

1.2. Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі та її значення для економіки

Глобалізація, розширення світової торгівлі та офшоринг є ключовими елементами економіки 21 століття. Високотехнологічні товари, які випускаються компаніями розвинутих країн, насправді є результатом виробничого ланцюга, який поєднує декілька країн. Фрагментація виробничих процесів є сучасним явищем, яке стає все більш поширеним у всіх великих компаніях. Початковий дизайн продукту, виготовлення компонентів, складання і навіть процеси продажу становлять набір видів діяльності, які зараз поширені на різних континентах у пошуках більшої спеціалізації. Це передбачає поділ виробничого ланцюга таким чином, щоб кожна складова продукту вироблялася в найкращому місці, що забезпечує зниження витрат і випуск продукції, яка краще адаптована до потреб ринку.

Дослідження зв'язку між диверсифікацією експорту та економічним зростанням мають як теоретичний, так і емпіричний характер. Диверсифікація визначається як «зміна структури експорту країни» [13], що обумовлює низку позитивних зовнішніх ефектів, таких як вищий дохід на душу населення, диверсифікація державних доходів [14], підвищення добробуту [15], створення робочих місць [16] і підвищення продуктивності [17]. Диверсифікація зазвичай має три взаємопов'язані цілі: «стабілізація доходів, збільшення доходів від експорту та підвищення доданої вартості» [18].

Дослідження, здійснені зарубіжними вченими, підтвердили позитивний зв'язок між диверсифікацією експорту та економічним зростанням. Зокрема, у країнах Азії спостерігалися вищі темпи економічного зростання завдяки значному збільшенню експорту промислових товарів протягом останніх кількох десятиліть, демонструючи, що розвиток експорту та диверсифікація є новим двигуном зростання [16]. Таким чином, країни повинні реалізовувати відповідну політику для диверсифікації своєї економіки (особливо експорту) і прискорення зростання.

Щоб вивчити зв'язок між диверсифікацією експорту та економічним зростанням, Герцер Д. і Новак-Ленманн Д. провели розрахунки з використанням розширеної виробничої функції Кобба–Дугласа на основі даних часових рядів із Чилі за період 1962–2001 років. Результати проведеного ними дослідження показують, що горизонтальна та вертикальна диверсифікація експорту може прискорити економічне зростання [19].

Вчені доводять, що диверсифікація експорту, яка передбачає розширення експорту технологічної продукції, сприятиме економічному розвитку. Крім того, диверсифікація експорту «може генерувати вищі темпи зростання та сприяти підвищенню добробуту нації» [15]. У відповідному дослідженні Мехія Дж. стверджує, що диверсифікація експорту «була запропонована як політичний механізм, спрямований на стабілізацію доходів від експорту, головним чином у країнах, що розвиваються» [20].

Нещодавні емпіричні дослідження в цій галузі підтверджують тезу про те, що диверсифікація експорту позитивно впливає на ефективність економіки. На основі застосування тесту причинності Грейнджера, вчені виявили, що економічна диверсифікація є необхідною для Нігерії для збільшення внеску інших секторів у соціально-економічний розвиток [21]. Цей висновок підтверджується Саннассі Р. та іншими у дослідженні, яке виявило, що диверсифікація експорту дозволяє урядам досягти економічного зростання, задовільного стану платіжного балансу, високого рівня зайнятості та перерозподілу доходів [14]. Подібні результати були отримані Лотфі Б. та Карім М. при дослідженні економіки Марокко. Використовуючи векторну модель корекції помилок, вони продемонстрували, що «диверсифікація експорту позитивно впливає на економічне зростання та забезпечує вищий рівень економічного розвитку Марокко» [22].

Крім того, диверсифікація експорту відіграє важливу роль у «стабілізації доходів і захисті економіки від непередбачуваних загроз» [22; 23]. На думку Саннассі Р. та інших, «розширення експортної бази за рахунок більш диверсифікованого національного торговельного портфеля може стабілізувати

надходження від експорту та сприяти довгостроковому економічному зростанню» [14]. Отже, це дозволяє розподілити інвестиційні ризики між більшою кількістю секторів економіки. Подібний результат був отриманий Мудендою К. та іншими, які дійшли висновку, що «диверсифікація експорту може стабілізувати доходи від експорту і, як наслідок, зробити країни менш чутливими до непередбачуваних зовнішніх шоків» [23]. Ці висновки підтвердили Лотфі Б. та Карім М., які стверджують, що «чим більше диверсифікована економіка, тим менш чутлива вона до циклічних коливань» [22].

Однак, низька диверсифікація експорту призводить до зменшення і нестабільності надходжень експортної виручки, що «негативно впливає на доходи, інвестиції та зайнятість у країнах, що розвиваються» [24]. Хаммуда Х. та інші, пояснюють повільне зростання економік африканських країн та їхню маргіналізацію у світовій економіці саме «недостатньою диверсифікацією економік цих країн» [25]. Крім того, Самен С. підкреслив, що диверсифікація експорту «може сприяти зниженню безробіття та прискоренню зростання в багатьох країнах, що розвиваються» [16].

Диверсифікація експорту є важливою детермінантою зростання продуктивності. Використовуючи річні дані за 1995-2014 рр., Рат Б. і Акрам В. виявили позитивний зв'язок між диверсифікацією експорту та зростанням сукупної факторної продуктивності у регіоні Південної Азії [26]. Результати дослідження, проведеного цими вченими, показали, що диверсифікація експорту генерує зростання товарних та грошових потоків у довгостроковій перспективі. Цей висновок підтверджується доказами, наданими Хатемі Дж. А. та Айрандаустом М., які продемонстрували, що диверсифікація експорту збільшує торговельні потоки через вдосконалення навичок і технологій [27].

З іншого боку, диверсифікацію експорту можна стимулювати хорошим вибором торгових партнерів. Дійсно, «подібність між торговельними партнерами у фізичному капіталі та забезпеченні землею та людським капіталом на одного працівника разом із низькими двосторонніми

торговельними витратами є необхідними для диверсифікованого експорту» [28].

Герцер Д. і Новак-Ленманн Д. вважають, що «диверсифікація експорту промислових товарів та збільшення рівня їх технологічності створює більше можливостей для отримання додаткових позитивних ефектів, ніж торгівля сировинними товарами» [19]. Крім того, Алі Р. та інші висловили думку, що «існує більший потенціал для виробництва товарів з вищою доданою вартістю, коли виробничий сектор розвинений» [13]. Марконі Н. та інші на основі динамічного панельного набору даних для вибірки з 63 країн із середнім і високим рівнем доходу за 1990–2011 рр. дійшли висновку, що «посилення виробничого сектора призводить до збільшення економічного зростання та продуктивності, а експорт промислової продукції є основним визначальним фактором активізації процесу розробки нових товарів» [17]. Базіль Р., Партека А. та Піттільо Р. використали підхід просторово-динамічних панельних даних для вивчення зв'язку між диверсифікацією експорту та економічним розвитком. Вони виявили, що «існує сильний вплив економічного розвитку на ступінь диверсифікації експорту» [29].

Останні наукові публікації в сфері зовнішньої торгівлі доводять важливість просторової диверсифікації для економічного зростання. Зв'язок між географічною диверсифікацією та зростанням підтверджений результатами багатьох наукових досліджень. Наприклад, використовуючи дані 99 країн за 1995–2004 рр., Брентон П. і Ньюфармер Р. стверджують, що «відкриття нових географічних ринків важливіше, ніж відкриття нових експортних продуктів» [30]. Цей висновок узгоджується з результатами, отриманими Амурго-Пачеко А. та П'єролою М. Д. На основі вибірки з 24 розвинутих економік і країн, що розвиваються, за період 1990–2005 рр., автори виявили, що «просторова диверсифікація має бути важливішою за диверсифікацію продукції, особливо для країн, що розвиваються» [31].

У роботі Хінло Дж. та Аррангуес Г. підтверджено, що «просторова диверсифікація експорту є ключовим чинником економічного зростання,

оскільки вона розширює експортні ринки, зменшує торговельні шоки, а також створює побічні ефекти та сприяє економічному зростанню» [32].

Така залежність виявлена і в результаті досліджень, проведених вченими для Португалії. На рисунку 1.4 показано залежність темпів зміни обсягів експорту від кількості географічних напрямків експорту в Португалії. У 2016 році було в середньому 92 напрямки експорту для досліджуваних видів економічної діяльності, тоді як у 2017 році їх було майже 116, тобто зростання приблизно на 26%. Ці результати вказують на те, що тенденції глобалізації (наприклад, створення глобальних фірм) і державна політика заохочували фірми до експорту. Крім того, вони підтверджують посилену залежність португальської економіки від експорту протягом останнього десятиліття, при цьому, як це видно з рис. 1.4, після експорту в 165 країн для кожної нової долі експорт практично не зростає.

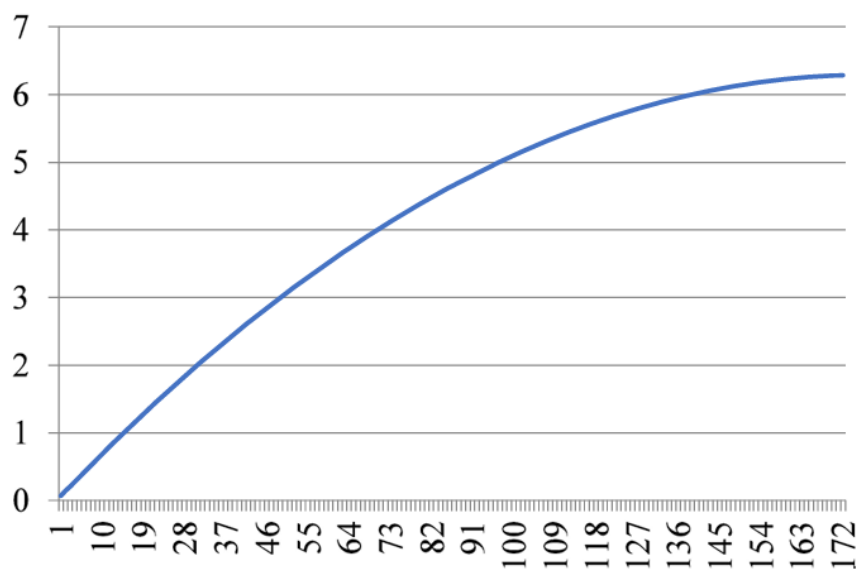


Рис. 1.4. Залежність темпів зміни обсягів експорту від кількості географічних напрямків експорту в Португалії у 2006-2017 рр.

Джерело: [33]

Розглядаючи промисловий експорт Саудівської Аравії, вчені звернули увагу на його дуже низькі обсяги, які складаються в основному з продукції хімічної промисловості, нафти та продуктів її переробки. Географічна структура експорту промислової продукції Саудівської Аравії обмежена

кількома країнами (у 2017 році 10 із 77 партнерів отримували близько 60% експорту промислової продукції Саудівської Аравії). Тому, одним із основних напрямків розвитку Саудівської Аравії до 2030 року є «пошук нових ринків для подолання низького міжнародного попиту на саудівські промислові товари країни» [34]. Таким чином, просторова диверсифікація, спрямована на відкриття нових ринків, може істотно збільшити експорт промислової продукції.

Деякі дослідження зосереджені на важливості просторової диверсифікації для оцінки потенціалу торгівлі. Використовуючи дані за період 1992–2015 рр., Іршад М. та інші оцінили торговий потенціал Пакистану у торгівлі з Китаєм. Вони дійшли висновку, що «експорт Пакистану до Китаю завжди нижчий за потенціал» [35]. На основі методу найменших квадратів для розрахунку потенційного експортного потоку південнокорейського експорту до 189 партнерів за період 2001–2016 рр. вчені виявили, що «Південна Корея має потенційну торгівлю з 94 країнами (особливо з Китаєм, Японією, Гонконгом, Німеччиною, Францією, Індією та Великобританією), проте найбільші обсяги експорту здійснюються в інші країни (В'єтнам, США, Сінгапур, Мексика та Австралія – країни з вичерпаним потенціалом)» [36].

Янг В. та інші досліджували просторову конфігурацію японського експорту за 1995-2014 рр. та виявили, що «на японський експорт вплинуло географічне розташування країни-партнера з експорту». Крім того, вчені стверджують, що «Японія розширила експорт переважно до країн Східної Азії, тоді як японський експорт до США вичерпаний» [37].

З точки зору забезпечення економічного зростання країн, що розвиваються, важливе значення диверсифікації зовнішньої торгівлі обумовлене виникненням додаткових ризиків та загроз в середньостроковій та довгостроковій перспективі через зосередження експорту на невеликій кількості основних експортних товарів, переважно сировинного характеру або з низьким рівнем доданої вартості.

У короткостроковому періоді виникають ризики підвищення волатильності та посилення нестабільності надходження валютної виручки в країну, що негативно впливає на економічний розвиток через «зменшення рівня зайнятості, виведення з економіки іноземних інвестицій, негативне сальдо торговельного балансу, девальвацію національної грошової одиниці, підвищення темпів інфляції та збільшення зовнішнього боргу» [38]. Переважання сировинних товарів у експорті призводить у довгостроковому періоді до «поглиблення розриву в економічному розвитку країн, що розвиваються, та провідними розвиненими країнами, які експортують переважно продукцію переробної промисловості, оскільки емпірично доведено, що відносні світові ціни на сировинну продукцію мають тенденцію до зниження, зокрема упродовж останніх 140 років відбувалося їх зниження у середньому на 1% за рік» [39, с. 187].

Водночас, зниження еластичності попиту на сировину призводить до сповільнення темпів зростання обсягів експортної виручки навіть за умови зростаючою цінової кон'юнктури на світових ринках. Це пояснюється тим, що «виробництво сировинної продукції потребує низько кваліфікованих працівників та не передбачає застосування високотехнологічного обладнання, а ланцюг створення доданої вартості в середині країни не передбачає високого рівня кооперації, тому нарощення обсягів експорту сировини в умовах сприятливої кон'юнктури на світових ринках обумовлює незначне економічне зростання в країні, оскільки відсутній належний мультиплікативний ефект» [6, с. 18]. Тому, позитивний вплив експортної диверсифікації на економічне зростання виникає у випадку, «якщо відбувається перехід від експортної залежності щодо сировинної та низькотехнологічної продукції до високотехнологічних товарів та послуг із високим рівнем доданої вартості» [Там же, с. 19].

Вплив диверсифікації експорту товарів на економічне зростання країни може відбуватися через позитивні зовнішні фактори неторговельного характеру, до яких зокрема відносяться управлінські інновації та удосконалені

технології виробництва продукції. Відповідно, «країни з диверсифікованою структурою експорту мають змогу одержувати переваги від використання цих зовнішніх чинників і стимулів для формування капіталу, що має наслідком більш високі темпи економічного зростання» [40].

Ступінь диверсифікації імпорту також є важливим чинником економічного зростання, оскільки надходження в країну більшої кількості імпортованих товарів різного асортименту підвищує рівень конкуренції на внутрішньому ринку країни-імпортера та стимулює вітчизняних виробників аналогічної продукції до більш ефективного використання сировини, матеріалів чи людських ресурсів. Крім цього, діагональна диверсифікація імпорту забезпечує надходження зарубіжних технологій в країну у вигляді нового обладнання, машин та устаткування. В результаті диверсифікації імпорту матеріалів та комплектуючих відбувається збільшення асортименту товарів, які виготовляються вітчизняними підприємствами (виробнича диверсифікація) для внутрішнього споживання та експортуються (експортна диверсифікація). З огляду на взаємозв'язок імпорту матеріалів (комплектуючих) та експорту виготовлених з них товарів «захист від імпорту засобів виробництва є інструментом обмеження експорту» [41].

Таким чином, позитивно впливає на економічне зростання країни диверсифікація імпорту в частині товарів, які не відносяться до готової продукції. Розширення асортименту імпортованих матеріалів та комплектуючих, які є складовими готової продукції в країні-імпортері та відповідають потребам підприємств для оновлення продукції і покращення її якості, дозволяє підвищити технологічний рівень виробництва, налагодити випуск більш сучасної продукції та збільшити рентабельність роботи підприємства. Своєю чергою, така імпортована диверсифікація є важливим чинником економічного зростання в довгостроковій перспективі за рахунок виходу з цими товарами на зовнішній ринок та збільшення обсягів виручки від експорту.

Отже, теоретичні положення та результати емпіричних досліджень вчених доводять безпосередній зв'язок між змінами товарної структури та

географічної структурою зовнішньої торгівлі. Продуктова диверсифікація експорту позитивно впливає на економічне зростання країни у випадку збільшення асортименту експортних товарів з високим рівнем доданої вартості, що обумовлює підвищення ефективності експорту та збільшення експортної виручки. Диверсифікація імпорту повинна здійснюватися в сегменті проміжних товарів, які є складовими готової продукції підприємств-імпортерів, що забезпечує збільшення обсягів якісної продукції сучасного рівня та позитивно впливає на економічне зростання країни.

1.3. Методичні підходи до оцінки факторів географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі

Диверсифікація експорту визначається як зміна складу існуючої номенклатури продукції країни або призначення експорту та залежить від технологічного рівня та обсягів виробництва товарів в різних секторах економіки. Продуктова диверсифікація досягається шляхом зміни або розширення існуючого кошика експортованих товарів, що також може стати основою географічної диверсифікації, яка передбачає розширення набору ринків, на які постачається продукція з країни. Географічну диверсифікацію певною мірою можна розглядати як іншу стратегію міжнародної диверсифікації, її можна визначити як розширення торгівлі через кордони глобалізованих регіонів і країн. Диверсифікувавши експортні портфелі, країни, що розвиваються, потенційно можуть отримати більш стабільний потік доходу, ніж концентрація лише на кількох продуктах або ринках. Відповідно, для обґрунтування торговельної стратегії країни та напрямів диверсифікації експорту необхідно мати інформацію про фактори, які впливають на диверсифікацію зовнішньої торгівлі, та оцінити їхній вплив на рівень географічної диверсифікації.

Дослідження географічної диверсифікації експорту вчені зосереджують на вивченні основних факторів, що впливають на зміну географічної структури

зовнішньої торгівлі [42; 43]. Фаршбаф А. також досліджував взаємозв'язок географічної диверсифікації з нестабільністю ділового циклу [44].

Крім цього, результати наукових досліджень пояснюють зв'язок між експортом і продуктивністю. Наприклад, відходячи з припущення про те, що «вихід на експортні ринки передбачає постійні витрати, очікується, що більш ефективні компанії активно нарощують експорт» [45]. Компанії, які планують вийти на зовнішні ринки, повинні здійснити витрати, пов'язані з дослідженням ринку та розробкою нових маркетингових стратегій, переговорами з іншими партнерами, наймом працівників, які мають досвід роботи в провідних офшорних мережах, створенням додаткових дистрибуторських і транспортних мереж, адаптацією асортименту вітчизняної продукції до іноземного споживання. Лише компанії з досить низькими граничними витратами можуть отримати прибуток, необхідний для компенсації зазначених витрат. Згідно «моделі самовідбору», «фірми-експортери, як правило, більш ефективні, оскільки їхній рівень продуктивності є вищим» [33].

Наукова література щодо процесів інтернаціоналізації, засвідчує, що обсяг експорту та кількість пунктів призначення позитивно пов'язані: «фірми починають диверсифікувати свій експорт до країн, які географічно наближені, а більша кількість напрямків експорту призводить до збільшення обсягу міжнародних продажів» [46]. Така залежність обумовлена тим, що, по-перше, «посилення комерційної діяльності в тому самому регіоні дозволяє використовувати подібність у ринковій поведінці та управлінських знаннях на різних територіях, що зменшує граничні витрати на ринкову адаптацію» [47].

По-друге, «збільшення багатонаціональності забезпечує ширший доступ до іноземних інноваційних продуктів і технологічних знань, урізноманітнює міжнародні мережі для протидії внутрішній конкуренції, забезпечує економію на масштабі, зменшує вплив внутрішніх економічних і ділових коливань, уможлиблює використання відмінності у факторах витрат між країнами, дозволяє уникати цінової дискримінації, покращує перехресне субсидування та арбітражний потенціал із ширшою географічною амплітудою» [48].

Крім того, вчені стверджують, що диверсифікація експорту є «найефективнішою терапією в періоди фінансової кризи, невизначеності та коливань, оскільки вона дозволяє уникнути недоліків концентрації експорту» [19]. Наприклад, за допомогою цієї стратегії можна запобігти коливанням обсягів продажів, необґрунтованим цінам, нестабільності обмінних курсів та інвестиційним ризикам. Азіатські «тигри» є доказом життєво важливої ролі географічної диверсифікації: прийняття політики такого характеру забезпечило плідну економічну віддачу для цих країн. Дослідження на цю тему продемонструвало, що багатонаціональність допомогла «зменшити вплив ерозії торгівлі та зовнішніх потрясінь, а також підвищити ефективність експорту та загальне економічне зростання» [49].

Проте роботи, які постулюють цей позитивний зв'язок, також визначають численні причини того, чому витрати, пов'язані з географічною диверсифікацією, можуть компенсувати потенційні вигоди. Наприклад, «обмежена раціональність може перешкоджати здатності менеджерів успішно справлятися з більшою складністю, пов'язаною з багатонаціональністю. Таким чином, збільшення багатонаціональності може негативно вплинути на продуктивність» [50].

Крім того, «високий ступінь географічної диверсифікації негативно впливає на продуктивність внаслідок надмірного розподілу управлінських можливостей і проблем координації» [51]. Зокрема, «підвищення операційної складності (наприклад, логістики та виробництва) може призвести до дисфункції всієї системи, знищивши початкові переваги від навчання та синергетичного ефекту диверсифікації» [52]. У зв'язку з цим, «географічна диверсифікація може означати коригування витрат у виробництві, стратегіях експортного комплексу маркетингу та логістиці, які, у свою чергу, залежать від таких змінних, як відстань та нормативне середовище» [53].

На основі подібних аргументів вчені доводять, що «після певного ступеня географічної диверсифікації вигоди від диверсифікації врівноважуються інформаційними та транзакційними витратами» [54]. Ці аргументи

підтверджуються дослідженням Контрактора Ф. та інших, в результаті якого виявлено, що «високий рівень географічної диверсифікації перешкоджає продуктивності» [48].

Це пов'язано з тим, що «різноманітністю стає важче керувати», коли діапазон напрямків експорту надто широкий, «оскільки кожна країна має специфічні економічні, географічні, адміністративні та культурні характеристики» [55]. Таким чином, на цьому етапі розширення в інші географічні регіони передбачає коригування міжнародного маркетингу, проведення досліджень та розробки продукту, а також модифікації в ланцюжку постачання та відповідній логістиці, «що може значно збільшити організаційну складність і, як наслідок, зашкодити роботі фірми через обмежені управлінські можливості» [47]. Наприклад, країни Центральної Америки, такі як Коста-Ріка, Сальвадор, Гватемала та Гондурас, «практикували політику диверсифікації, але не змогли забезпечити економічну стабільність» [56]. Таким чином, «позитивний вплив багатонаціональності на обсяг експорту не завжди підтверджується з однаковою інтенсивністю» [48], і оскільки існують також змінні, які негативно впливають на вплив географічної різноманітності щодо ефективності, то величина цього зв'язку залежить від кількості напрямків експорту [33].

Для оцінки ступеня географічної диверсифікації експорту найчастіше застосовують індекс концентрації експорту Герфіндаля. Індекс Герфіндаля був запропонований для оцінки розміру фірми відносно галузі, до якої вона належить, та вказує на ступінь конкуренції між фірмами, тому є мірою промислової концентрації. Індекс підсумовує концентрацію контролю над ринком найбільшою фірмою в галузі та наскільки галузь є олігополістичною. Значення індексу коливається від 0 до 1. Чим вищий індекс Герфіндаля, тим нижча конкуренція в галузі. Таким чином, велика частина ринку контролюється невеликою кількістю фірм. Індекс Герфіндаля для зовнішньої торгівлі країни обчислюється як:

$$HHI_j = \sum_{i=1}^N \left(\frac{x_i}{X_j} \right)^2 \quad (1.1)$$

де: « X_i – обсяг експорту до i -тої країни; X_j – загальний обсяг експорту країни» [57].

Географічна диверсифікація експорту оцінюється за допомогою індексу, який вимірює концентрацію, що є протилежністю диверсифікації. Індекс Герфіндаля, близький до нуля, означає, що експорт цієї країни не зосереджений у вузькому асортименті товарів, отже, структура експорту країни добре диверсифікована [58]. У таблиці 1.1 наведені значення показників індексу Герфіндаля, які визначають відповідний рівень концентрації експорту.

Таблиця 1.1

Ступені концентрації експорту залежно від значення індексу Герфіндаля

Значення індексу	Ступінь концентрації
$HHI \leq 0.01$	Низька концентрація / Висока диверсифікація
$HHI = 0.01-0.15$	Неконцентрований / Диверсифікований
$HHI = 0.15-0.25$	Помірна концентрація / Помірна диверсифікація
$HHI \geq 0.25$	Висока концентрація / Низька диверсифікація

Джерело: [57]

Досліджуючи взаємозв'язки між географічною диверсифікацією експорту та економічним зростанням країн АСЕАН, Аррангуес Г. і Хінло Дж. розглядали три початкові гіпотези: вплив ВВП країн на географічну диверсифікацію експорту (індекс Герфіндаля); вплив географічної диверсифікації експорту на ВВП; двосторонній зв'язок між ВВП та географічною диверсифікацією експорту.

Вчені виявили у Малайзії двонаправлений зв'язок між зростанням ВВП на душу населення та географічною диверсифікацією експорту. Причинно-наслідковий зв'язок, який показує залежність індексу Герфіндаля від зміни ВВП, відповідає неокласичній торговій теорії експорту, орієнтованого на зростання, тоді як «причинно-наслідковий зв'язок, який спрямований від

індексу Герфіндаля до ВВП, відповідає гіпотезі зростання, спричиненого експортом» [57]. На Філіппінах було виявлено наявність залежності ВВП від ступеня географічної диверсифікації експорту, у той час як оцінка для решти країн, Індонезії, Сінгапуру та Таїланду не показала істотного причинно-наслідкового зв'язку для жодної зі змінних, оскільки ці країни можуть бути не надто залежними від експорту, щоб стимулювати економічне зростання збільшенням обсягів експорту через географічну диверсифікацію.

Індекс Герфіндаля використовувався також в якості залежної змінної для дослідження чинників експортної диверсифікації країн Африки із застосуванням базової міжкраїнової економетричної моделі, яка має вигляд:

$$y_{it} = \alpha y_{it-1} + \beta X'_{it} + \lambda_t + \eta_i + \varepsilon_{it}, \quad (1.2)$$

де: «залежна змінна, y_{it} представляє нормалізований індекс Герфіндаля-Хіршмана (ННІ) і вимірює ступінь диверсифікації експорту для країни i в період t , y_{it-1} - значення ННІ на початку періоду, X_{it} - вектор детермінантів диверсифікації експорту (ВВП на душу населення, внутрішні інвестиції, прямі іноземні інвестиції (ППІ), умови торгівлі, інституції та політика), λ_t - часові фіктивні параметри, які фіксують вплив спільних глобальних шоків у країнах, η_i - позначає неспостережувану неоднорідність країни, ε_{it} - рівень помилки» [59, с. 151].

Поряд з ВВП на одного мешканця, важливим чинником диверсифікації експорту вважаються внутрішні приватні та державні інвестиції. Внутрішні приватні інвестиції стимулюють диверсифікацію експорту. Ефект державних інвестицій полягає у «прискоренні диверсифікації залежно від того, який обсяг державних інвестицій спрямовується на забезпечення інфраструктури та основних послуг, які сприятимуть зростанню нових секторів економіки» [59, с. 152]. Водночас, державні інвестиції можуть стримувати диверсифікацію, якщо спрямовувати їх на підтримку існуючих експортних галузей, які характеризуються низьким рівнем доданої вартості та впливом на диверсифікацію.

Коефіцієнти міжнародних потоків капіталу, таких як ПП, можуть мати будь-який знак залежно від спроможності поглинання та політики країни. Вчені зазначають, що «ПП стимулюють диверсифікацію експорту, якщо вони сприяють пошуку нових ринків та поширенню технологій та інформації із інших країн до місцевих фірм» [60]. Негативний вплив ПП буде спостерігатися тоді, коли вони зосереджені у секторах природних ресурсів. Таким чином, якість, а не кількість ПП має найбільше значення для визначення ефективності диверсифікації [59, с. 152].

Умови торгівлі, розраховані як відношення індексу вартості одиниці експорту до індексу вартості імпорту, можуть збільшувати галузеву концентрацію експорту через підвищення цін на товари, що стимулює збільшення експорту необробленої сировини. Завищений реальний ефективний обмінний курс стримує диверсифікацію експорту внаслідок зниження конкурентоспроможності експортного сектора країни через високі ціни порівняно з іншими країнами.

Отже, ґрунтуючись на результатах проведеного огляду методичних підходів до оцінки факторів географічної диверсифікації торгівлі, можемо зробити висновок, що у наукових публікаціях переважно оцінюються зміни структури експорту як одного з основних чинників економічного зростання країни. Вивченню факторів географічної диверсифікації експорту приділяється мало уваги, а тому методика їх оцінки зводиться до виявлення впливу макроекономічних показників на індекс концентрації торгівлі.

У нашому дослідженні ми визначимо залежність географічної диверсифікації експорту від зміни обсягу та структури внутрішнього виробництва товарів, а також від якісних показників інвестицій та умов торгівлі. Як основу для нашого дослідження використаємо рівняння (1.2), яке дозволяє обґрунтувати побудову моделі лінійної залежності географічної диверсифікації експорту від низки залежних змінних:

$$GD = \beta_0 + \beta_1 \cdot Prod + \beta_2 \cdot Invest + \beta_3 \cdot Terms_trade + u, \quad (1.3)$$

де GD – географічна диверсифікація експорту, $Prod$ – обсяги внутрішнього виробництва товарів експортоорієнтованими галузями, $Invest$ – інвестиції в основний капітал; $Terms_trade$ – індекс цінових умов зовнішньої торгівлі; u – випадкова похибка, розподіл якої в загальному випадку визначається незалежними змінними, але математичне сподівання якої дорівнює нулю.

Залежна змінна, яка характеризує географічну диверсифікацію експорту, буде описуватися статистичними даними про експорт товарів з України до країн, які є основними торговельними партнерами, за період з 2010-2021 рр. Обсяги внутрішнього виробництва визначаються набором показників про обсяги реалізованої продукції за галузями промисловості, продукція яких становила основу експорту України упродовж 2010-2021 рр. Дані про інвестиції в основний капітал, які описують незалежну змінну, також повинні відображати галузеву структуру інвестицій.

Висновки до розділу

1. В умовах глобалізації та загострення конкуренції на світових ринках актуальною стає проблема диверсифікації експорту як одного з чинників відновлення темпів економічного зростання. Диверсифікація експорту стосується не лише диверсифікації продукції, а й розширення кількості ринків, на які країна експортує товари. Високий рівень залежності експорту від вузького кола торговельних партнерів робить економіку вразливою до кризових ситуацій в середині країни та кон'юнктурних коливань на світових ринках. Отже, країни можуть зменшити залежність від кількох джерел попиту за допомогою географічної диверсифікації, яка сприятиме зменшенню ризиків. Важливою передумовою географічної диверсифікації експорту є підвищення якості продукції на основі покращення доступу національних виробників товарів до ресурсів і технологій, зокрема імпортованих, що також може досягатися за рахунок географічної диверсифікації імпорту.

2. Географічна диверсифікація реалізується для забезпечення стабільного та збалансованого експорту товарів з урахуванням коливань попиту та пропозиції на зовнішніх ринках. Географічна диверсифікація експорту сприяє зростанню виробництва в країнах, що розвиваються, завдяки стабілізації експорту за рахунок зменшення залежності від обмеженої кількості країн-торговельних партнерів, створюючи додаткові позитивні ефекти та збільшуючи зростання продуктивності. Вченими доведено позитивний вплив диверсифікації експорту на економічний розвиток, що проявляється через пришвидшення темпів економічного зростання, підвищення добробуту нації, зростання доходів на одного мешканця, стабілізацію доходів від експорту та покращення стану платіжного балансу країни.

3. Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі насамперед пов'язана із товарною структурою експорту та імпорту, які, своєю чергою, залежать від диверсифікації галузевої структури внутрішнього виробництва. З точки зору забезпечення кращої якісної структури зовнішньої торгівлі, яка також є чинником географічної диверсифікації, необхідно збільшувати інвестування секторів економіки, які виготовляють продукцію з вищим рівнем доданої вартості. Розширення внутрішнього виробництва товарів та ефект масштабу від нарощення обсягів технологічної продукції сприяють виходу конкурентоспроможних галузей на нові міжнародні ринки. Отже, у нашому дослідженні за допомогою регресійного аналізу перевіримо залежність географічної диверсифікації експорту України від таких основних чинників: обсяги реалізованої продукції основних експортоорієнтованих галузей, інвестицій в основний капітал за цими галузями, індекс цінових умов торгівлі.

РОЗДІЛ 2. ДЕТЕРМІНАНТИ ГЕОГРАФІЧНОЇ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

2.1. Загальна характеристика географічної структури зовнішньої торгівлі України

Загальна динаміка обсягів зовнішньої торгівлі України упродовж останніх десяти років має хвилеподібний характер, що відображає чергування криз, які виникають під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників, та періодів відновлення обсягів експорту та імпорту в результаті певних позитивних інституційних та кон'юнктурних змін. Так, стала зростаюча тенденція обсягів експорту, яка характеризувалася високим щорічним приростом експорту (2007 р. – 28,5%, 2008 р. – 35,8% відносно попереднього року), була перервана різким спадом у зовнішній торгівлі внаслідок світової фінансово-економічної кризи. Внаслідок цього обсяги експорту України за результатами 2009 р. становили лише 59,3% від обсягів 2008 р., а обсяги імпорту – 53,1% відповідно.

Після поступового відновлення обсягів зовнішньої торгівлі упродовж 2010-2012 рр. починаючи з 2013 р. почалася спадна динаміка експорту та імпорту внаслідок економічної кризи в Україні, що виникла після революційних подій, анексії Росією Криму та початку війни на Донбасі. Найбільших втрат зазнала зовнішня торгівля України у 2014-2015 рр., коли щорічні темпи зниження обсягів експорту та імпорту були на рівні 30%.

Зростаюча динаміка зовнішньої торгівлі почала відновлюватися у 2017 р., коли порівняно з 2016 р. експорт збільшився на 18,9%, а імпорт – на 26,4%. Проте, у 2020 р. відбулося зниження обсягів експорту (на 1,7%) та імпорту (на 10,6%) порівняно з попереднім роком через сповільнення ділової активності у зв'язку із обмеженнями, запровадженими для протидії поширення пандемії COVID-19. Після цієї кризи, у 2021 р. почалося швидке зростання обсягів зовнішньої торгівлі, про що свідчить збільшення експорту на 38,4% та імпорту на 34,1% порівняно з попереднім роком.

Внаслідок відкритої російської агресії проти України, охоплення значної території активними бойовими діями та порушення логістичних маршрутів

доставки сировини, матеріалів, готової продукції в середині країни та за її межі, відбулося зниження обсягів виробництва товарів та скорочення обсягів зовнішньої торгівлі. Так, за інформацією Державної служби статистики України, у січні-травні 2022 р. експорт зменшився до 19594,3 млн. дол. США порівняно з аналогічним періодом 2021 р. (23591,6 млн. дол. США), а імпорт – відповідно до 20472,7 порівняно з 24546,7 млн. дол. США [61; 62].

Такі коливання обсягів зовнішньої торгівлі відбувалися під впливом геополітичних чинників, як негативних, так і позитивних, що значною мірою відобразилося й у зміні географічної структури експорту та імпорту України. Перші істотні зміни у структурі зовнішньоторговельного обороту України стали чітко вираженими у 2015 р., коли відбулося зменшення частки країн СНД у загальних обсягах експорту товарів до 7,8% порівняно з 11,1% у 2008 р., а також скорочення частки Російської Федерації – з 23,5% у 2008 р. до 12,7% у 2015 р. (рис. 2.1).

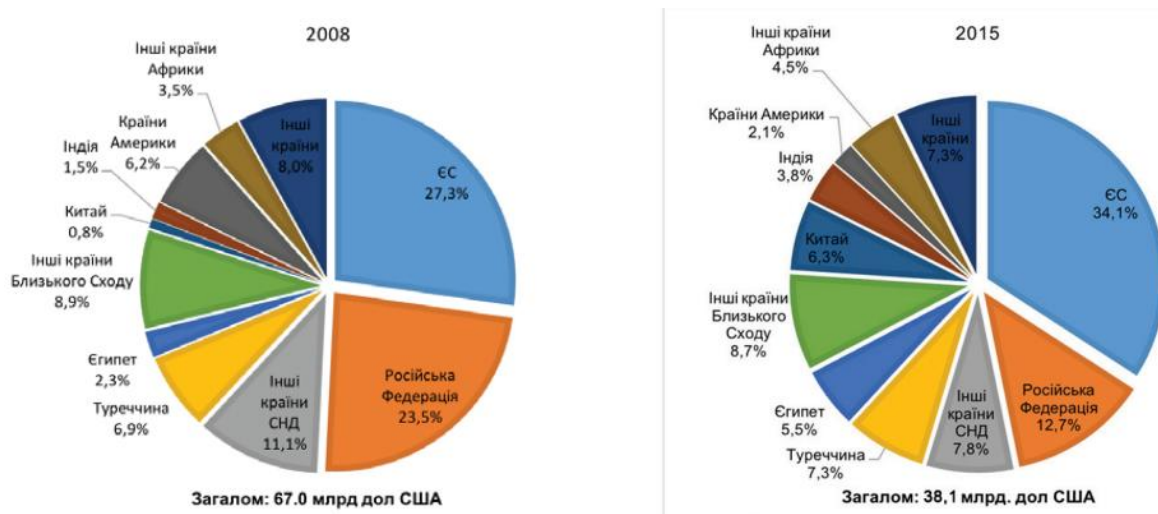


Рис. 2.1. Географічна структура експорту України у 2008 р. та 2015 р.

Джерело: [63]

Як видно з рисунку, український експорт у 2015 р. став більш диверсифікованим за рахунок скорочення часток країн СНД та Росії, а також збільшення в загальних обсягах експорту товарів часток країн ЄС, Туреччини, Єгипту, Китаю, Індії, країн Африки. Хоча у 2015 р. Росія ще залишалася провідним торговельним партнером України, незважаючи на її приховану

підтримку воєнних дій на Донбасі та анексію Криму, починаючи з 2016 р. українські експортери практично втратили доступ до російського ринку внаслідок припинення дії «Договору про зону вільної торгівлі Російської Федерації з Україною». Насамперед, такі зміни умов торгівлі негативно вплинули на діяльність підприємств, що експортували свою продукцію до Росії та залежали від ринку цієї країни, зокрема виробники машин та обладнання.

Українським експортерам вдалося поступово переорієнтовуватися на ринки інших країн та частково компенсувати втрати валютної виручки після закриття російського ринку. Більше уваги експортери стали приділяти ринкам країн ЄС, вихід на які потребує забезпечення високої якості продукції та відповідності її характеристик європейським стандартам. Сумарна частка країн ЄС в загальних обсягах українського експорту товарів збільшилася з 27,3% (2008 р.) до 34,1% (2015 р.) завдяки підписанню «Угоди про асоціацію між Україною та країнами ЄС».

Як зазначають експерти, «зарубіжні ринки є досить сегментованими для українського експорту, оскільки продукція машинобудування була орієнтована, головним чином, на пострадянські ринки та, зокрема, ринок Російської Федерації, а експорт на європейські ринки складається в основному з товарів з низькою доданою вартістю» [63, с. 7]. У зв'язку з цим звернемо увагу, що низка інституційних змін, які відбулися після підписання угоди про «Поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі України та ЄС», яка набула чинності з 1 січня 2016 р., істотно вплинули на географічну структуру експорту України.

Станом на 2021 р. найбільша частка в експорті товарів з України (39,4%) належала країнам ЄС (27), частка країн Азії становила 36,4%, інших країн Європи – 10,9%, Африки – 8,3% (рис. 2.2.). Частка країн Америки була на рівні 0,1% загального обсягу експорту товарів, тому на рисунку ці країни не виокремлені, а включені до позиції «інші країни світу». Як видно з рисунку, частка інших країн зменшилася з 40,5% у 2010 р. до 5% у 2021 р. в основному за рахунок істотного зниження частки країн СНД (з 36,5% у 2010 р. до 14,8% у 2018 р., подальшим зниженням, що стало однією з причин припинення

статистичних спостережень за показниками зовнішньої торгівлі з цими країнами).

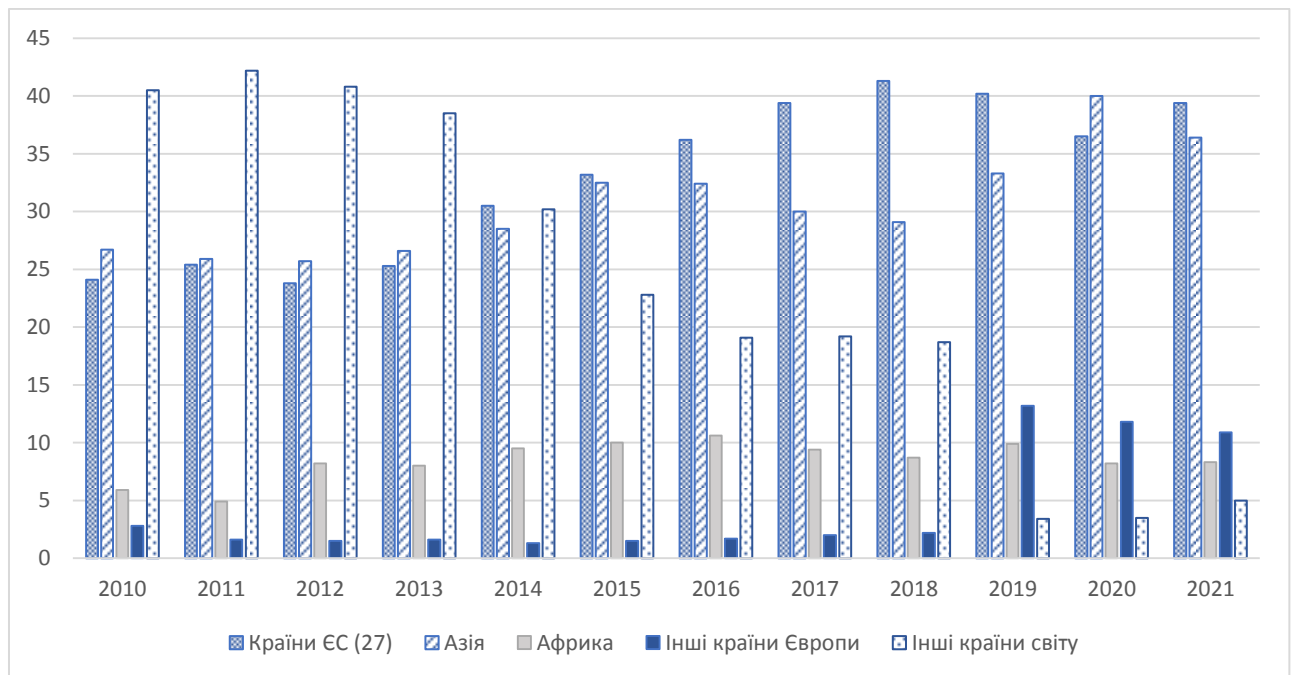


Рис. 2.2. Динаміка географічної структури експорту України у 2010-2021 рр., % у загальних обсягах експорту

Джерело: розраховано автором за [64]

Частка країн ЄС (27) в загальних обсягах експорту України збільшилася з 24,1% у 2010 р. до 39,4% у 2021 р. При цьому найбільший приріст цього показника спостерігався у 2014 р. (+5,2 відсоткових пункти (в. п)), що стало результатом як підписання «Угоди про асоціацію між Україною та країнами ЄС» та впровадження в дію її основних положень на тимчасовій основі, так і переорієнтації багатьох вітчизняних експортерів з ринків країн СНД на європейський ринок. До 2018 р. відбувалося щорічне зростання частки країн ЄС в загальних обсягах експорту України на 2-3 в. п. У 2019 р. у зв'язку із перевиборами президента України та відповідними політичними змінами в країні частка країн ЄС в українському експорті товарів зменшилася на 1,1 в. п. відносно 2018 р., а у 2020 р., через зниження ділової активності внаслідок пандемії, частка країн ЄС у експорті знизилася на 3,7 в. п. порівняно з 2019 р.

Починаючи з 2019 р. спостерігається істотне зростання частки інших країн Європи у загальних обсягах експорту України, коли цей показник зріс у 6 разів порівняно з 2018 р. Таку динаміку можемо пояснити розширенням торговельних відносин з цими країнами, що, з певним часовим лагом, стало результатом збільшення обсягів експорту до країн ЄС (27). Частка країн Азії у загальних обсягах експорту товарів з України у 2021 р. збільшилася на 9,7 в. п. - до 36,4% порівняно з 26,7% у 2010 р., що відбулося в основному за рахунок збільшення експорту до Китаю.

За останні 10 років відбулися істотні зміни у структурі експорту українських товарів за країнами (рис. 2.3).

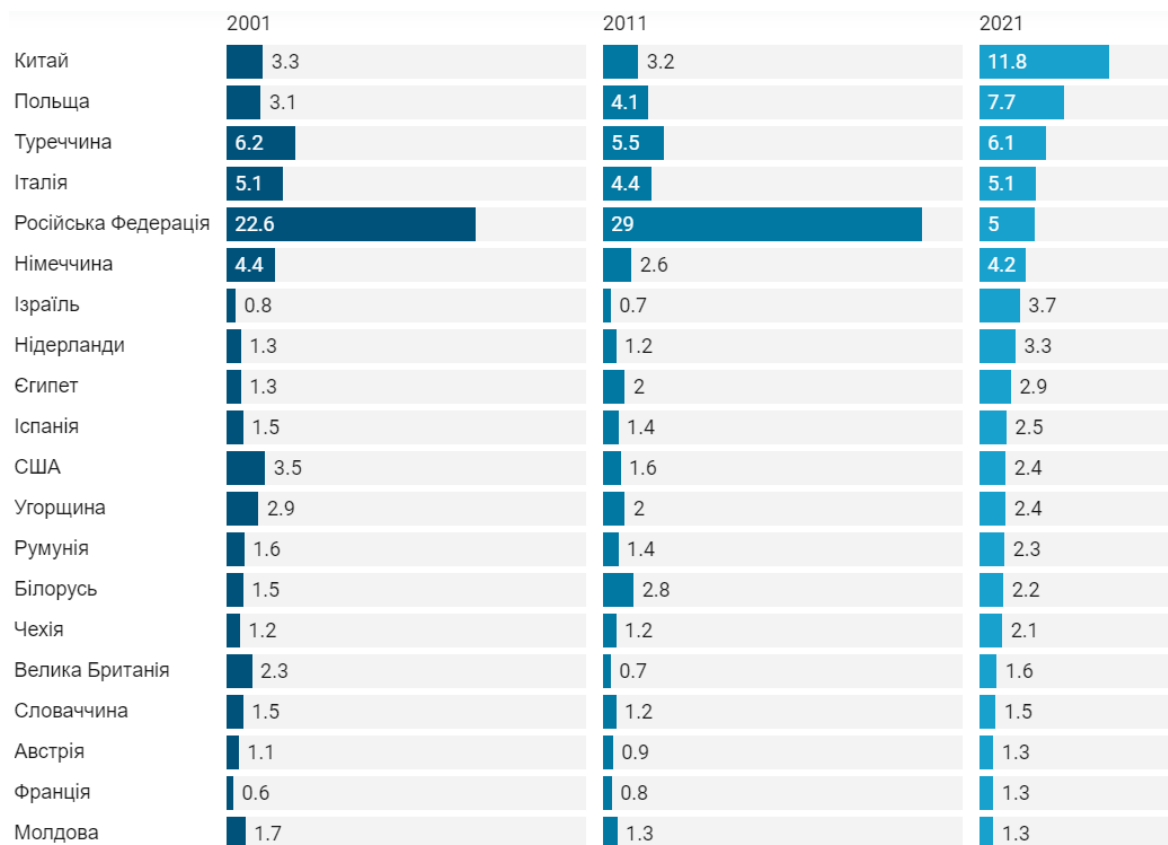


Рис. 2.3. Динаміка географічної структури експорту товарів з України до основних країн-партнерів у 2001-2021 рр.

Джерело: побудовано за [65]

Довгий час провідним торговельним партнером України була Російська Федерація, частка якої в експорті товарів за період 2001-2011 рр. збільшилася на 6,4 в. п. На російський ринок у 2011 р. надходило 29% загального обсягу

експорту українських товарів, що свідчило про експортну залежність нашої країни від провідної країни-партнера та було загрозливим з точки зору критеріїв економічної безпеки.

З 2014 р. ситуація почала змінюватися і у 2021 р. географічна структура українського товарного експорту стала більше диверсифікованою, зокрема завдяки збільшенню поставок товарів до країн Європейського Союзу. За період з 2011 р. до 2021 р. у загальних обсягах експорту України збільшилася частка Польщі (з 4,1% до 7,7%), Німеччини (з 2,6% до 4,2%), Нідерландів (з 1,3% до 3,3%). Вагомою також стала частка Китаю в загальних обсягах експорту України: відбулося збільшення цього показника з 3,2% у 2011 р. до 11,8% у 2021 р.

У географічній структурі імпорту також відбулися зміни, проте, поряд з істотним зниженням частки країн СНД у загальних обсягах імпорту товарів (з 44% у 2010 р. до 23,1% у 2018 р.), співмірного зростання частки імпорту з країн ЄС не відбулося (рис. 2.4). У загальних обсягах імпорту частка країн ЄС у 2021 р. збільшилася лише на 9,8 в. п. порівняно з 2010 р., причому ця динаміка є нижчою, порівняно з динамікою частки українського експорту товарів до цих країн (у 2021 р. зафіксоване зростання на 15,3 в. п. порівняно з 2010 р.), що підтверджує користь від підписання Угоди про асоціацію України з ЄС саме для українських експортерів товарів.

Натомість, частка інших країн Європи збільшилася у 7 разів (з 3% у 2010 р. до 21,2% у 2021 р.), що свідчить про переорієнтацію підприємств, що імпортували товари з країн СНД, більшою мірою на постачальників з інших європейських країн (поза межами ЄС-27). Водночас, частка імпорту з Азійських країн у загальних обсягах імпорту України збільшилася майже удвічі (з 16,5% у 2010 р. до 30,5% у 2021 р.) і у 2021 р. була лише на 9,2 в. п. меншою за частку країн ЄС. Частка країн Африки в імпорті товарів до України збільшилася неістотно – з 1,4% у 2010 р. до 1,7% у 2021 р., а частка країн Америки зменшилася з 0,4% до 0,2%, що також пов'язано з більшою зацікавленістю

підприємств у імпорті товарів на ринках європейських країн, які є ближчими географічно.

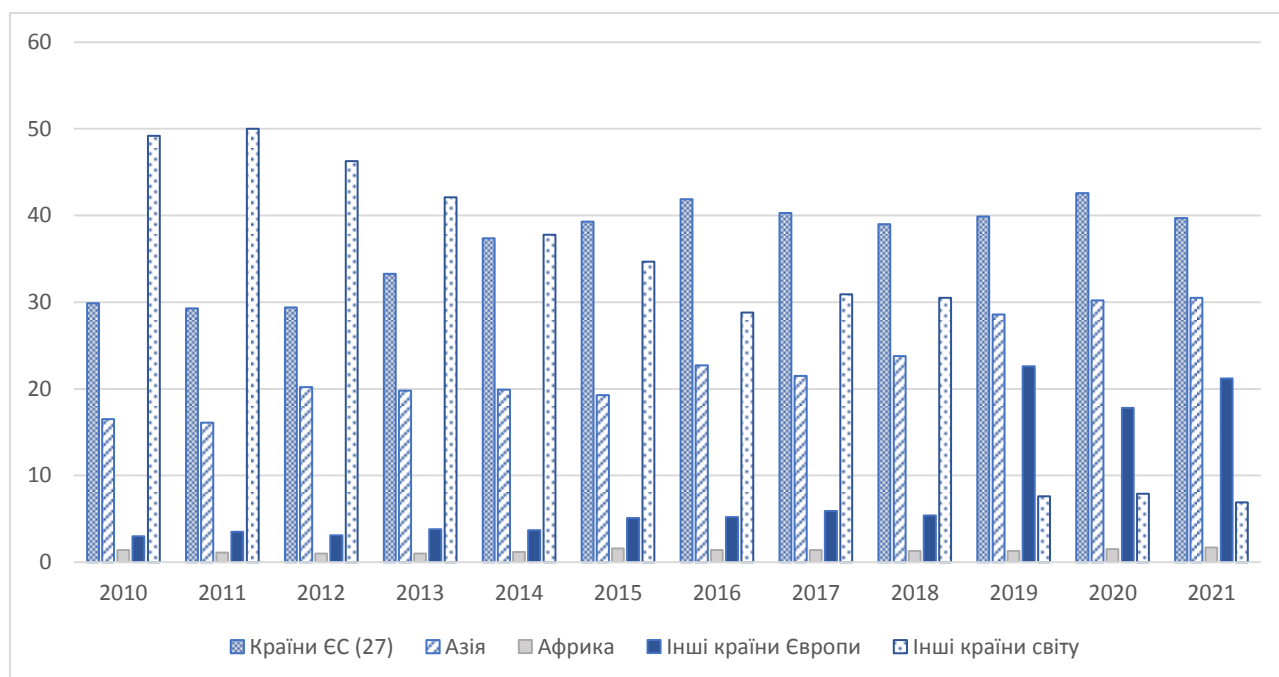


Рис. 2.4. Динаміка географічної структури імпорту України у 2010-2021 рр., % у загальних обсягах експорту

Джерело: розраховано автором за [64]

У розрізі основних країн-партнерів, з яких надходить імпортна продукція до України, найбільша частка належить Китаю. Як видно з рис. 2.5, за період з 2001 р. по 2021 р. частка китайських товарів в імпорті України збільшилася майже у 13 разів. Частка імпорту з Російської Федерації у 2021 р. зменшилася у 4,5 рази, порівняно з 2001 р. Відповідно відбулося збільшення часток імпорту з інших країн-партнерів. Серед країн ЄС найбільшу частку в загальних обсягах імпорту товарів до України у 2021 р. мали Німеччина (8,6%) та Польща (6,8%), причому частка Польщі збільшилася майже удвічі порівняно з 2011 р.

Таким чином, за останні 10 років відбулися структурні зміни в зовнішній торгівлі, які характеризуються поглибленням торговельних зв'язків з країнами Європи та Азії, а також зменшенням залежності від торгівлі з країнами СНД, зокрема Росією. Збільшення частки експорту українських товарів до країн ЄС підтверджує отримання вітчизняними підприємствами істотних переваг в

результаті покращення умов торгівлі з цими країнами, що відбулося після підписання Угоди про асоціацію України з ЄС.

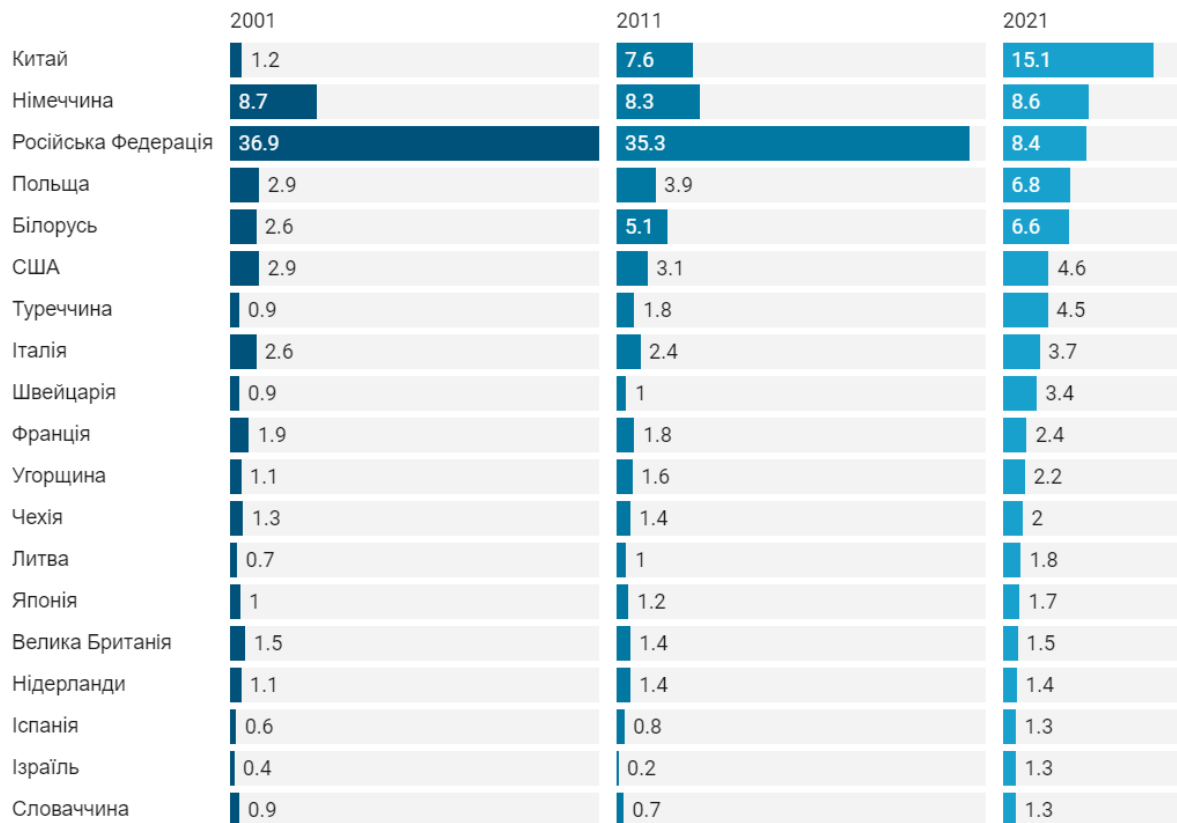


Рис. 2.5. Динаміка географічної структури імпорту товарів з України до основних країн-партнерів у 2001-2021 рр.

Джерело: побудовано за [65]

Поряд з цим спостерігалось зростання частки експорту до Китаю та істотне зменшення частки експорту до Російської Федерації, що з одного боку, припинило залежність українських експортерів від російського ринку, а з іншого – призводить до збільшення експортних витрат у зв'язку із транспортуванням товарів на більш віддалений географічно китайський ринок.

Географічна структура товарного імпорту України також зазнала подібних змін: зросла частка європейських країн в загальних обсягах імпорту України, відбулося зменшення частки країн СНД та Росії, збільшилася частка Китаю. Загалом, результати проведеного аналізу свідчать про те, що географічна структура зовнішньої торгівлі України за останні 10 років стала

більше диверсифікованою, оскільки збільшилася кількість країн з часткою 7-15% у загальних обсягах зовнішньоторговельного обороту.

2.2. Товарна структура зовнішньої торгівлі України з основними країнами-партнерами

Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі України відбувається як під впливом геополітичних чинників, так і в результаті економічних факторів, що залежать від технологічного укладу національної економіки, технічного стану підприємств переробної промисловості, якості та ціни виготовленої продукції, ступеня залучення різних галузей промисловості до участі у міжнародних ланцюгах створення доданої вартості, умов торгівлі з різними країнами. Саме тому, як було показано у підрозділі 1.2, одним з ключових факторів, що визначають ступінь географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі країни є її товарна структура, сформована під впливом диверсифікації національної економіки.

Зважаючи на те, що у географічній структурі зовнішньої торгівлі провідні позиції посідають країни ЄС, важливим етапом нашого дослідження є аналіз товарної структури експорту та імпорту з цією групою країн. У 2021 р. в експорті товарів з України до ЄС (рис. 2.6) переважала сировинна продукція: чорні метали (20,3% обсягів експорту товарів до ЄС), руди, шлак і зола (11,2%), сільськогосподарська сировина (зернові культури – 7,2%, насіння і плоди олійних рослин – 5,5%), деревина і вироби з деревини (5,4%).

Причому, у 2021 р. порівняно з попереднім роком відбулося істотне зростання обсягів експорту чорних металів (на 126,8%) та руди, шлаку та золи (на 107,6%). Експорт інших груп сировинних товарів зростав меншими темпами, зокрема у 2021 р. було експортовано деревини і виробів з деревини на 46,5% більше ніж у 2020 р., зернових культур – на 16,3%, насіння і плодів олійних рослин – на 29,2%.

Частка товарів з вищим ступенем переробки та високотехнологічних товарів в експорті товарів з України до ЄС є дещо меншою. Так, у 2021 р.

частка електричних машин становила 9,6%, а обсяг їх експорту збільшився на 20,3% порівняно з 2020 р., що є позитивною тенденцією з точки зору високотехнологічності цього виробництва.

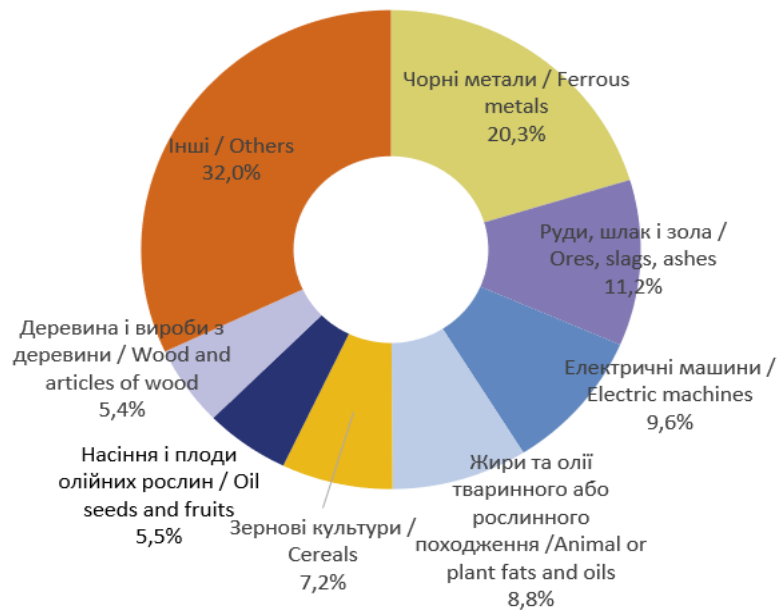


Рис. 2.6. Товарна структура експорту України до країн ЄС у 2021 р.

Джерело: побудовано за даними [66]

Водночас, частка інших високотехнологічних товарів у структурі експорту України до ЄС була дуже низькою: фармацевтична продукція (0,08%), літальні апарати (0,02%), прилади та апарати оптичні (0,17%). Така структура високотехнологічного експорту свідчить про те, що лише виробники електричних машин змогли знайти свою нішу на європейському ринку, а підприємства інших високотехнологічних галузей промисловості ще не змогли забезпечити конкурентоспроможність своєї продукції на ринках країн ЄС.

Частка жирів та олій тваринного або рослинного походження в експорті товарів до ЄС становила у 2021 р. 8,8%, а обсяги експорту цієї продукції збільшилися на 35,3% порівняно з 2020 р. Враховуючи, що ця продукція характеризується вищим рівнем доданої вартості, порівняно з сільськогосподарською сировиною для їх виготовлення, зростання їх експорту можна вважати позитивним явищем. Водночас, не високою залишається частка продукції харчової промисловості в експорті товарів до ЄС. У 2021 р. готові

харчові продукти становили 4% від загального обсягу експорту товарів до цих країн, а обсяги їх експорту порівняно з 2020 р. збільшилися на 13,3%. Серед цієї групи товарів найбільші темпи зростання експорту у 2021 р. порівняно з 2020 р. спостерігалися для алкогольних та безалкогольних напоїв (183,6%) та готових продуктів з зерна (128,8%).

Структура імпорту товарів з країн ЄС до України істотно відрізняється від структури експорту. Насамперед, варто звернути увагу на велику частку високотехнологічних товарів та продукції з високим рівнем доданої вартості (рис. 2.7). Зокрема, високотехнологічні товари становлять 14% імпорту (електричні машини та фармацевтична продукція). Також високою є частка товарів з середнім рівнем технологічності, до яких відносяться реактори ядерні, котли та машини (13,3%) та засоби наземного транспорту, крім залізничного (11,3%) та засоби залізничного (11,3%).

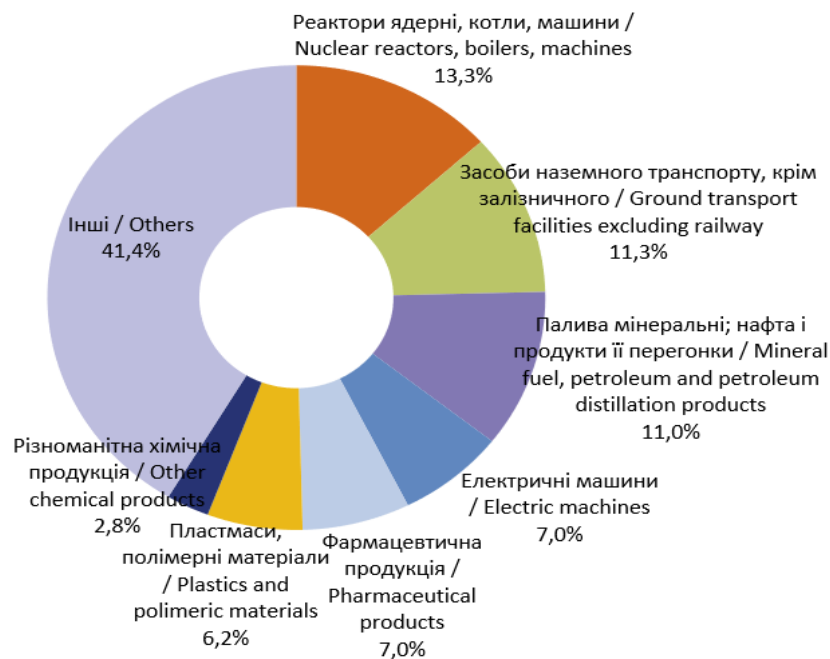


Рис. 2.7. Товарна структура імпорту України з країн ЄС у 2021 р.

Джерело: [66]

При цьому, позитивною є тенденція до зростання додатнього сальдо торгівлі України з країнами ЄС електричними машинами. У 2021 р. цей показник становив 556,9 млн. дол. США, що було у 2,8 раза більше за показник 2020 р. (197 млн. дол. США). З огляду на те, що темпи зростання обсягів

експорту електричних машин у 2021 р. становили 120,3% порівняно з 2020 р., а темпи імпорту цієї продукції були значно нижчими (103,8%), можемо очікувати подальшого збільшення позитивного сальдо за цією товарною групою.

Провідним торговельним партнером України за останні кілька років стала Польща, частка якої в загальних обсягах експорту у 2021 р. збільшилася до 7,7%, а в імпорті - до 6,8%. Зовнішня торгівля України з країнами ЄС характеризується також переважанням у зовнішньоторговельному обороті Польщі. Обсяги українського експорту до Польщі у 2021 р. становили 19,5% від експорту до країн ЄС, що на 1,9 в. п. перевищило показник 2020 р. (17,6%). В імпорті товарів до України частка Польщі у 2021 р. становила 17,1% від обсягу імпорту з країн ЄС. Збільшення експорту з України до Польщі почалося ще у 2015-2018 рр. завдяки високим темпам економічного зростання в Польщі (у середньому 4% за рік), а також як заміщення втраченого російського експорту через закриття ринку Росії.

У структурі українського експорту до Польщі переважають товари з низьким рівнем доданої вартості. Так, у 2021 р. найбільшою була частка чорних металів (26,6%) та руди, шлаків і золи (10,6%), причому темпи зростання експорту чорних металів були найвищими серед основних товарних груп і становили 369,2% відносно попереднього року (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні товари в експорті України до Польщі у 2021 р.

Номер товарної групи	Назва товару	Вартість, тис. дол. США	% до 2020 р.	Частка в обсягах експорту, %
15	жири та олії тваринного або рослинного походження	394954,7	143,4	7,6
20	їстівні плоди та горіхи	109647,7	190,1	2,1
22	залишки і відходи харчової промисловості	193710,3	126,6	3,7
26	руди, шлаки і зола	555902,6	147,7	10,6
39	пластмаси, полімерні матеріали	109173,3	234,6	2,1
44	деревина і вироби з деревини	341328,3	145,7	6,5
72	чорні метали	1391324,9	369,2	26,6
73	вироби з чорних металів	152484,4	173,9	2,9
85	електричні машини	395334,9	100,7	7,6
94	меблі	359744,4	136,5	6,9

Джерело: складено за [67]

Поряд з чорними металами, які є сировиною, Україна експортує до Польщі вироби з чорних металів, які мають вищий рівень доданої вартості. За період з 2013 р. по 2021 р. обсяги експорту виробів з чорних металів збільшилися майже у три рази - з 57,7 млн. дол. США до 152,5 млн. дол. США. З високотехнологічних товарів в експорті України найбільшу частку займають електричні машини (7,6%), а частка інших товарів є надзвичайно малою (фармацевтична продукція – 0,1%, прилади та апарати оптичні – 0,2%). Однак у динаміці експорту електричних машин спостерігається тенденція до зростання обсягів продаж до Польщі - з 293,8 млн. дол. США у 2013 р. до 395,3 млн. дол. США у 2021 р.

Разом з цим, відзначимо позитивну динаміку збільшення обсягів експорту до Польщі українських товарів з вищою доданою вартістю. У 2021 р. порівняно з 2013 р. відбулося значне зростання експорту жирів та олій рослинного або тваринного походження (з 60,5 млн. дол. США до 394,9 млн. дол. США) та скорочення обсягів експорту насіння і плодів олійних рослин, які є сировиною для виготовлення олії, з 97 млн. дол. США до 66,9 млн. дол. США.

В експорті України однакову частку у 2021 р. становили зернові культури та готові продукти з зерна – по 0,3% від експорту товарів до Польщі. І хоча темпи нарощення експорту зернових культур є більшими (317,5% відносно 2020 р.) порівняно з темпами експорту готових продуктів з зерна (137,5%), за період з 2013 р. по 2021 р. відбулося істотне збільшення готової продукції (з 1,6 млн. дол. США до 15 млн. дол. США), що є позитивною тенденцією.

За період 2013-2021 рр. обсяги експорту до Польщі українських меблів збільшився з 61,9 до 359,7 млн. дол. США, пластмас та полімерних матеріалів – з 9,7 до 109,2 млн. дол. США, одягу – з 31,5 до 46,8 млн. дол. США. Загалом, сумарна частка десяти найбільших товарних груп в експорті України до Польщі у 2021 р. становила 76,6% від обсягу експорту до цієї країни, що склало лише 5,9% від загальних обсягів експорту товарів нашої країни. Жоден вид товару, експортованого до Польщі, не перевищує 10% загальноукраїнського експорту,

що дозволяє вважати експорт українських товарів достатньо диверсифікованим, що зменшує чутливість до зміни ціни та попиту на ці товари.

Структура імпорту товарів з Польщі до України істотно відрізняється від структури експорту, що обумовлено істотними відмінностями у галузевій структурі економік та у рівнях економічного розвитку цих країн. Найбільшою є частка високотехнологічних та середньотехнологічних товарів, імпорт яких у сукупності становить 25,8% від обсягу імпорту з Польщі (табл. 2.2). Інші товари, що ввозяться до України з Польщі є товарами з високим рівнем доданої вартості, які виготовляються й в Україні, проте обсяг вітчизняного виробництва або якість цих товарів є не достатніми для задоволення попиту споживачів.

Таблиця 2.2

Основні товари в імпорті України до Польщі у 2021 р.

Номер товарної групи	Назва товару	Вартість, тис. дол. США	% до 2020 р.	Частка в обсягах імпорту, %
04	молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	132227,8	99,7	2,7
27	палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	236003,0	123,7	4,8
31	добрива	234255,9	230,4	4,7
34	мило, поверхнево-активні органічні речовини	112871,3	112,2	2,3
39	пластмаси, полімерні матеріали	449012,6	131,0	9,0
48	папір та картон	121852,9	116,9	2,5
73	вироби з чорних металів	145169,8	118,2	2,9
84	реактори ядерні, котли, машини	420193,8	117,1	8,5
85	електричні машини	343458,1	104,7	6,9
87	засоби наземного транспорту крім залізничного	516686,0	137,6	10,4

Джерело: складено за [67]

Імпорт палив мінеральних, нафти і продуктів її перегонки з Польщі у 2021 р. збільшився на 23,7% порівняно з 2020 р. З початком повномасштабного вторгнення російських військ до України забезпечення української економіки нафтопродуктами опинилося під загрозою припинення, оскільки імпортери перестали закуповувати цю продукцію з Білорусі та Росії (до війни з цих країн

надходило 43% споживаного в Україні бензину та 67% дизельного пального [68]). Тому імпортери переорієнтовуються на ринок країн ЄС.

Зважаючи на складну ситуацію в Україні, яка виникла внаслідок значних руйнувань російськими ракетами нафтобаз та фактичного знищення нафтопереробного заводу в Кременчуці, імпорт палива, нафти та продуктів її перегонки буде й надалі збільшуватися. Така ж тенденція очікується й щодо імпорту добрив до України, оскільки в умовах війни вітчизняне виробництво цього товару практично припинилося через близьке розташування цих заводів до зони бойових дій та небезпеку вибухів. Тенденції щодо значного зростання обсягів імпорту добрив з Польщі проявилися вже на початку 2022 р. Зокрема, якщо імпорт добрив з Польщі за весь 2021 р. становив 234,2 млн. дол. США (230,4% до річного імпорту за 2020 р.), то лише у січні 2022 р. з цієї країни було імпортовано добрив на 38,2 млн. дол. США, що становило 370,8% до січня 2021 року [69].

Незважаючи на те, що зовнішньоторговельний оборот з країнами ЄС перевищує третину загальних обсягів зовнішньої торгівлі, він є диверсифікованим за різними країнами-членами ЄС, що забезпечується й відносно високою товарною диверсифікацією експорту та імпорту. Після істотного скорочення обсягів торгівлі з Російською Федерацією, як було показано в підрозділі 2.1, перше місце за обсягами зовнішньоторговельного товарообороту України займає Китай.

У товарній структурі експорту України до Китаю чітко простежується сировинна спеціалізація торгівлі (табл. 2.3), оскільки найбільшу частку в загальних обсягах експорту становлять руди, шлаки і зола (36,7%) та зернові культури (31,9%), що разом із чорними металами (3,4%) перевищує 70%.

Товари з високим рівнем доданої вартості представлені лише реакторами ядерними, котлами та машинами, що у 2021 р. становили 3,4% українського експорту до Китаю. Експорт інших товарів, у тому числі й високотехнологічних, відбувається у надзвичайно малих обсягах і не

перевищує 1%. Зокрема, експорт електричних машин становив 6682,1 тис. дол. США, що склало лише 0,1% від обсягу експорту до Китаю.

Таблиця 2.3

Основні товари в експорті України до Китаю у 2021 р.

Номер товарної групи	Назва товару	Вартість, тис. дол. США	% до 2020 р.	Частка в обсягах експорту, %
10	зернові культури	2552513,9	137,6	31,9
15	жири та олії тваринного або рослинного походження	987852,4	89,8	12,3
23	залишки і відходи харчової промисловості	607117,7	124,4	7,6
26	руди, шлаки і зола	2935354,8	117,3	36,7
72	чорні метали	311436,5	51,2	3,9
84	реактори ядерні, котли, машини	269810,9	109,0	3,4

Джерело: складено за [67]

Отже, експорт України до Китаю є більш сировинно містким та менш диверсифікованим, порівняно з експортом до країн ЄС, зокрема й Польщі, яка є однією з провідних країн-експортерів українських товарів. У 2022 р. ступінь диверсифікованості експорту України до Китаю може знизитися, оскільки скоротяться обсяги поставок зернових культур, руди, шлаків та золи, що пов'язане з блокадою російськими військами морських портів України та неможливістю забезпечення такої великої кількості вантажів сухопутними маршрутами.

Також зменшиться експорт чорних металів внаслідок практичного припинення його виробництва через руйнування промислових підприємств металургійної галузі. Відповідно, існує висока ймовірність ще більшої концентрації товарного експорту України, але позитивом є можливість забезпечення поставок товарів з високою доданою вартістю, ефективність експорту яких на такі значні відстані є вищою, порівняно із сировинною продукцією.

Імпорт товарів до України з Китаю характеризується вищим рівнем диверсифікації порівняно з українським експортом до цієї країни, про що свідчить наявність більшої кількості товарних груп, частка яких в імпорті

перевищує 2%. Частка високотехнологічних товарів в китайському імпорті до України у 2021 р. становила 30,8%, що включало фармацевтичну продукцію, електричні машини, прилади та апарати оптичні, фотографічні (табл. 2.4). Крім цього, решта товарних груп (крім чорних металів), які займають значну часту в імпорті, характеризуються відносно високою доданою вартістю. Зокрема, високою є частка середньотехнологічної продукції (24,1%), до якої відносяться реактори ядерні, котли, машини, а також засоби наземного транспорту, крім залізничного.

Таблиця 2.4

Основні товари в імпорті України до Китаю у 2021 р.

Номер товарної групи	Назва товару	Вартість, тис. дол. США	% до 2020 р.	Частка в обсягах імпорту, %
29	органічні хімічні сполуки	303959,1	124,6	2,8
30	фармацевтична продукція	240369,3	352,5	2,2
38	різноманітна хімічна продукція	368283,5	165,0	3,4
39	пластмаси, полімерні матеріали	447185,1	162,9	4,1
40	каучук, гума	263799,0	141,0	2,4
64	взуття	343748,7	145,1	3,1
72	чорні метали	326705,8	172,1	3,0
73	вироби з чорних металів	250699,1	132,5	2,3
84	реактори ядерні, котли, машини	2103632,8	138,9	19,2
85	електричні машини	2803513,7	125,7	25,5
87	засоби наземного транспорту крім залізничного	535505,0	155,0	4,9
90	прилади та апарати оптичні, фотографічні	340690,7	110,4	3,1

Джерело: складено за [67]

З огляду на те, що обсяги експорту України до Китаю у 2021 р. були на 27% меншими за обсяги імпорту товарів з цієї країни, а у структурі українського експорту переважають сировинні товари на відміну від китайського імпорту, який переважно складається з високотехнологічної продукції і товарів з високим рівнем доданої вартості, можемо зробити висновок про те, що ефективність такої торгівлі для України з точки зору отримання експортної виручки та витрат на придбання імпорту є низькою.

Підсумовуючи результати проведеного аналізу, звернемо увагу на те, що товарна структура зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС є більш диверсифікованою порівняно із торгівлею з Китаєм, який останні кілька років посідає перше місце за обсягами експорту та імпорту України. Очевидно, що структурні деформації українсько-китайської торгівлі та структурні трансформації, які відбудуться за результатами двосторонньої торгівлі у 2022 р. будуть мати істотний вплив на зміну географічної структури зовнішньої торгівлі не лише з азійськими країнами, але й з іншими країнами.

2.3. Оцінка взаємозв'язку макроекономічних факторів та географічної диверсифікації експорту України

Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі України, зокрема експорту, в останні п'ять років посилилася внаслідок вимушеної переорієнтації українських експортерів з російського ринку на європейський. Як було показано у підрозділі 2.1, основними ознаками географічної диверсифікації експорту України упродовж 2016-2021 рр. стало істотне зменшення частки Росії та збільшення частки країн ЄС в загальних обсягах експорту товарів. Збільшення експорту до ЄС також характеризується диверсифікованістю за рахунок торгівлі з усіма країнами Співтовариства. При цьому, частка основних країн-партнерів у зовнішній торгівлі не перевищує 10%, що дозволяє уникнути експортної залежності від однієї країни, як це було до 2015 р. у торгівлі з Російською Федерацією.

Для визначення основних факторів географічної диверсифікації українського експорту ми використаємо методичний підхід, обґрунтований у підрозділі 1.3. Згідно цієї методики визначимо вплив основних макроекономічних показників України на обсяги експорту до ЄС, а для порівняння буде оцінено вплив цих показників на обсяги експорту з України до Польщі та Китаю, які певною мірою характеризують концентрацію українського експорту відповідно в Європі та Азії.

До переліку залежних змінних включимо такі показники географічної диверсифікації, як обсяг експорту з України до країн ЄС (*Export_EU*), обсяг експорту до Польщі (*Export_Poland*) та обсяг експорту до Китаю (*Export_China*) за період 2010-2021 рр. На основі статистичних даних ми розрахували логарифми цих показників (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Обсяги експорту України за основними географічними напрямками

Рік	Статистичні дані			Логарифм		
	Обсяги експорту до Польщі, млн. дол.	Обсяги експорту до Китаю, тис. дол.	Експорт до ЄС, млн. дол.	Обсяги експорту до Польщі, млн. дол.	Обсяги експорту до Китаю, тис. дол.	Експорт до ЄС, млн. дол.
2010	1787,2	1316,5	51405,2	7,49	7,18	10,85
2011	2794,1	2180	68394,2	7,94	7,69	11,13
2012	2576,2	1777,2	68830,4	7,85	7,48	11,14
2013	2547,8	2726,6	63320,7	7,84	7,91	11,06
2014	2644,6	2674,1	53901,7	7,88	7,89	10,89
2015	1977,3	2399,1	38127,1	7,59	7,78	10,55
2016	2200	1832,5	36361,7	7,70	7,51	10,50
2017	2724,6	2039,3	43264,7	7,91	7,62	10,68
2018	3257,2	2200,1	47335	8,09	7,70	10,77
2019	3295,8	3593,1	50054,6	8,10	8,19	10,82
2020	3272,7	7099,9	49191,8	8,09	8,87	10,80
2021	5227,4	8003,5	68072,3	8,56	8,99	11,13

Джерело: складено та розраховано автором за [65]

Для побудови регресійної моделі згідно рівняння (1.3), необхідно підготувати дані про динаміку незалежних змінних, які описуються показниками обсягу реалізованої продукції за основними експортоорієнтованими галузями промисловості, обсягами капітальних інвестицій в ці галузі, а також індексами умов торгівлі України за період 2010-2021 рр.

Грунтуючись на результатах аналізу товарної структури експорту України ми виділили основні експортні групи товарів, обсяги внутрішнього виробництва яких, згідно нашого припущення, мають визначати обсяги експорту за основними географічними напрямками зовнішньої торгівлі України.

Отже, незалежна змінна, яка характеризує структуру внутрішнього виробництва експортоорієнтованих товарів описується переліком таких показників: обсяги реалізованої продукції добувної промисловості (*Prod_Mining*), обсяги реалізованої продукції харчової промисловості (*Prod_Food*), обсяги реалізованої продукції металургії (*Prod_Metal*), обсяги реалізованого електричного устаткування (*Prod_El_Equip*). На основі статистичних даних розраховані логарифми цих показників (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Обсяги реалізованої продукції України за основними галузями промисловості у 2010-2021 рр., млн дол. США

Рік	Добувна промисловість	Харчова промисловість	Електричне устаткування	Продукція металургії	Добувна промисловість	Харчова промисловість	Електричне устаткування	Продукція металургії
	Статистичні дані				Логарифм			
2010	13125,03	23647,16	1986,78	25220,92	9,48	10,07	7,59	10,14
2011	18058,76	27192,71	2099,95	30387,53	9,80	10,21	7,65	10,32
2012	18015,26	30772,18	2771,13	27946,7	9,80	10,33	7,93	10,24
2013	18970,63	31719,52	2732,47	25945,59	9,85	10,36	7,91	10,16
2014	13021,95	25453,86	1768,16	19982,58	9,47	10,14	7,48	9,90
2015	8772,862	18224,51	1100,66	12751,96	9,08	9,81	7,00	9,45
2016	9399,229	18098,59	1040,88	12453,85	9,15	9,80	6,95	9,43
2017	12167,37	20623,46	1240,58	15470,94	9,41	9,93	7,12	9,65
2018	14392,32	21685,83	1584,52	18114,22	9,57	9,98	7,37	9,80
2019	15566,28	23845,46	1580,91	16390,62	9,65	10,08	7,37	9,70
2020	13361,55	24779,74	1322,39	14673,2	9,50	10,12	7,19	9,59
2021	101717,9	24896,05	1491,16	21043,51	11,53	10,12	7,31	9,95

Джерело: розраховано автором за [70]

На основі даних, поданих у таблицях 2.5 та 2.6 ми побудували модель лінійної регресії, яка характеризує вплив внутрішнього виробництва промислових товарів в Україні на географічну диверсифікацію експорту. Обсяги експорту України до країн ЄС в основному визначаються обсягами реалізації продукції добувної промисловості, харчової промисловості та продукції металургії (табл. 2.7), про що свідчить міцний прямий зв'язок між залежною та незалежними змінними ($R=0,987$). При чому, експорт до ЄС на

97,4% пояснюється зміною обсягів реалізації зазначених видів продукції, і лише на 2,6% залежить від інших факторів, про що свідчить коефіцієнт детермінації. В результаті аналізу статистично значимого впливу обсягів реалізованого електричного устаткування на експорт України до ЄС не виявлено.

Найбільший вплив на обсяги українського експорту до ЄС здійснює внутрішнє виробництво і реалізація продукції харчової промисловості: при збільшенні незалежної змінної на 1% експорт збільшується на 0,56% за інших рівних умов. Тому, розширення потужностей підприємств з переробки сільськогосподарської сировини та поступова заміна сировинного аграрного експорту продукцією з вищим рівнем переробки можемо визначити одним з перспективних напрямів зміцнення позицій експортерів на ринку країн ЄС та підвищення ефективності українського експорту.

Таблиця 2.7

Взаємозв'язок експорту за основними географічними напрямками України та обсягів внутрішнього виробництва промислової продукції

Факторні ознаки	Залежна змінна		
	<i>Export_EU</i>	<i>Export_Poland</i>	<i>Export_China</i>
Кількість спостережень	12	12	12
Постійна величина	1,3787* (0,783)	4,4946*** (0,8362)	-25,086*** (6,209)
<i>Prod_Mining</i>	0,1212*** (0,0218)	0,3534*** (0,0861)	0,3014** (0,1179)
<i>Prod_Food</i>	0,5614*** (0,1286)	-	5,3565*** (1,0066)
<i>Prod_El_Equip</i>	-	-	-3,2320*** (0,5227)
<i>Prod_Metal</i>	0,2682*** (0,0745)	-	-
R	0,987	0,792	0,945
R ²	0,974	0,627	0,893
F-критерій	F(3,8)=103,52	F(1,10)=16,842	F(3,8)=22,416

* - рівень статистичної помилки 10%; ** - рівень статистичної помилки 5%;

*** - рівень статистичної помилки 1%.

Джерело: розраховано автором

Основною детермінантою обсягів експорту в Польщу, згідно наших розрахунків, є збільшення обсягів реалізованої продукції добувної

промисловості: при збільшенні незалежної змінної на 1% залежна змінна зростає на 0,353% за інших рівних умов. Зв'язок між обсягами експорту в Польщу та обсягами реалізації продукції добувної промисловості є прямим та істотним ($R=0,792$), але не щільним, про що свідчить не значне перевищення розрахунковим значенням критерія Фішера його табличного значення. Водночас, зауважимо що відсутній статистично значущий зв'язок між обсягами експорту в Польщу та обсягами реалізованої продукції металургії, харчової промисловості та електричного устаткування.

В результаті проведеного дослідження виявлено міцний ($R=0,945$) прямий зв'язок обсягів експорту України до Китаю з обсягами реалізованої продукції добувної промисловості та харчової промисловості. В даний час готові харчові продукти не займають значну частку в обсягах українського експорту до Китаю, але їх істотний вплив дозволяє визначити експорт цих товарів одним з пріоритетних напрямів розвитку українсько-китайських торговельних відносин. Заміщення продукції рослинництва та іншої аграрної сировини, яка експортується з України до Китаю, готовими харчовими продуктами сприятиме істотному підвищенню ефективності експорту до цієї країни.

Залежність між обсягами українського експорту до Китаю та обсягами реалізованого електричного устаткування є оберненою, що означає зменшення обсягів експорту при нарощенні внутрішнього виробництва цієї продукції. Це можемо пояснити поступовою переорієнтацією експортерів на ринки інших країн, зокрема ЄС.

Наступним етапом дослідження є встановлення взаємозв'язку між основними географічними напрямками експорту України та обсягами капітальних інвестицій у такі основні сектори економіки, як сільське господарство (*Invest_Agricult*), виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (*Invest_Food*), металургійне виробництво (*Invest_Metal*), виробництво електричного устаткування (*Invest_El_Equip*), добувна промисловість (*Invest_Mining*). На основі статистичних даних розраховані логарифми цих показників (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Обсяги капітальних інвестицій в Україні за основними галузями промисловості у 2010-2021 рр., млн. дол. США

Рік	Сільське господарство	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	Металургійне виробництво	Виробництво електричного устаткування	Добувна промисловість	Сільське господарство,	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	Металургійне виробництво	Виробництво електричного устаткування	Добувна промисловість
	Статистичні дані					Логарифм				
2010	1364,1	969,6	798,7	67,6	1847,9	7,22	6,88	6,68	4,21	7,52
2011	2027,8	1505,6	1153,9	73,0	2937,6	7,61	7,32	7,05	4,29	7,99
2012	2323,4	1487,1	1120,9	93,6	3839,9	7,75	7,30	7,02	4,54	8,25
2013	2274,7	1809,0	1335,4	94,4	2907,3	7,73	7,50	7,20	4,55	7,97
2014	1547,8	1120,7	996,0	49,8	1539,4	7,34	7,02	6,90	3,91	7,34
2015	1342,0	579,3	572,5	35,2	789,7	7,20	6,36	6,35	3,56	6,67
2016	1943,6	663,0	561,3	44,0	850,9	7,57	6,50	6,33	3,79	6,75
2017	2384,4	674,9	678,5	60,7	1295,1	7,78	6,51	6,52	4,11	7,17
2018	2391,9	848,9	940,0	67,5	1942,9	7,78	6,74	6,85	4,21	7,57
2019	2266,1	1230,7	1179,9	68,7	2621,8	7,73	7,12	7,07	4,23	7,87
2020	1861,6	761,6	698,6	43,1	1660,1	7,53	6,64	6,55	3,76	7,41
2021	1799,5	779,5	947,5	70,5	2037,2	7,50	6,66	6,85	4,26	7,62

Джерело: розраховано автором за даними [71; 72]

За результатами регресійного аналізу виявлено істотний ($R=0,878$) позитивний зв'язок обсягів експорту України з капітальними інвестиціями у добувну промисловість (табл. 2.9). Зростання обсягів експорту до ЄС на 77,1% пояснюється збільшенням інвестицій саме в цю галузь промисловості, і на 22,9% залежить від інших чинників. При цьому не виявлено статистично значущого впливу капітальних інвестицій у сільське господарство, виробництво харчових продуктів, металургійну промисловість та виробництво електричного устаткування. У випадку відсутності впливу інвестицій у виробництво електричного устаткування можемо пояснити це незначним розміром інвестиційних ресурсів, спрямованих в цю галузь. Відсутність впливу капітальних інвестицій у інші сектори економіки на обсяги експорту до ЄС

пояснимо неефективним витрачанням цих коштів або інвестування у заходи модернізації чи розширення виробництва, які не мають впливу на експорт цієї продукції.

Таблиця 2.9

Взаємозв'язок експорту за основними географічними напрямками України та обсягів капітальних інвестицій за секторами економіки

Факторні ознаки	Залежна змінна	
	<i>Export_EU</i>	<i>Export_Poland</i>
Кількість спостережень	12	12
Постійна величина	7,848*** (0,5188)	4,241*** (1,2973)
<i>Invest_Food</i>	-	-1,404*** (0,3610)
<i>Invest_Metal</i>	-	1,967*** (0,4586)
<i>Invest_Mining</i>	0,400*** (0,0689)	-
R	0,878	0,819
R ²	0,771	0,671
F-критерій	F(1,10)=33,808	F(2,9)=9,204

* - рівень статистичної помилки 10%; ** - рівень статистичної помилки 5%;

*** - рівень статистичної помилки 1%.

Джерело: розраховано автором

Обсяги експорту до Польщі безпосередньо залежать від капітальних інвестицій у виробництво продукції металургії. Оскільки цей товар є одним з основних в експорті України до Польщі, то істотний зв'язок між обсягами експорту та інвестиціями пояснюється необхідністю фінансової підтримки експортоорієнтованої галузі промисловості.

В результаті аналізу також виявлено обернену залежність обсягів експорту України до Польщі від обсягів капітальних інвестицій у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів: збільшення незалежної змінної на 1% призводить до зменшення залежної змінної на 1,404% за інших рівних умов. Така залежність обумовлена тим, що готові харчові продукти поки що не стали одним з основних експортних товарів України до Польщі, а тому інвестиції, що вкладаються в підприємства цієї галузі сприяють нарощенню виробництва харчових продуктів для внутрішнього споживання.

Залежність обсягів експорту України до Польщі від капітальних інвестицій у добувну промисловість, сільське господарство та виробництво електричного устаткування виявилася статистично не значущою.

У нашому дослідженні третьою незалежною змінною є умови зовнішньої торгівлі України, яка описується такими показниками: індекс експортних цін (*Pr_ind_exp*), індекс кількісних умов торгівлі (*Ind_quant*), індекс цінових умов торгівлі (*Ind_price*) (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Індекси умов торгівлі України у 2010-2021 рр.

Рік	Індекс експортних цін, %	Індекс кількісних умов торгівлі, %	Індекс цінових умов торгівлі, %	Індекс експортних цін, %	Індекс кількісних умов торгівлі, %	Індекс цінових умов торгівлі, %
	Статистичні дані			Логарифм		
2010	126	91,2	106,7	4,84	4,51	4,67
2011	125,6	94,0	104,1	4,83	4,54	4,65
2012	98,1	109,8	89,0	4,59	4,70	4,49
2013	101,0	102,9	99,8	4,62	4,63	4,60
2014	94,8	123,8	96,4	4,55	4,82	4,57
2015	82,3	112,1	91,6	4,41	4,72	4,52
2016	96,2	91,3	99,8	4,57	4,51	4,60
2017	115,9	92,6	101,7	4,75	4,53	4,62
2018	111,8	95,5	99,5	4,72	4,56	4,60
2019	100,1	99,6	99,9	4,61	4,60	4,60
2020	104,6	105,2	105,0	4,65	4,66	4,65
2021	148,2	86,8	119,0	5,00	4,46	4,78

Джерело: розраховано автором за даними [73]

За результатами регресійного аналізу статистично значимого зв'язку між обсягами експорту України (до країн ЄС, Польщі та Китаю) та кількісними і ціновими умовами зовнішньої торгівлі нашої країни не виявлено. Проте, з огляду на слабку залежність українського експорту до ЄС від цінових умов торгівлі, ми включили цю незалежну змінну до моделювання впливу розглянутих вище показників на обсяги експорту України за основними географічними напрямками.

В результаті регресійного аналізу залежності обсягів експорту України до ЄС від основних показників, що описують систему незалежних змінних (табл. 2.6, 2.8, 2.10) ми отримали наступне рівняння:

$$\text{Export_EU} = 1,63 - 0,61 \text{ Ind_price} + 0,06 \text{ Invest_Mining} + 0,12 \text{ Prod_Mining} + 0,86 \text{ Prod_Food} - 0,54 \text{ Prod_El_Equip} + 0,57 \text{ Prod_Metal} \quad (2.1)$$

Міцність зв'язку між залежною та незалежними змінними підтверджується високим значенням коефіцієнта кореляції ($R=0,99$), а коефіцієнт детермінації показує, що на 99,8% обсяги експорту України до ЄС визначаються саме цими змінними. Високе значення критерія Фішера (440,17) порівняно з його табличним значенням (6,5) підтверджує міцність зв'язку між залежною та незалежними змінними. Отже, поряд з позитивним впливом обсягів капітальних інвестицій у добувну промисловість, обсягів виробленої продукції добувної промисловості, харчової промисловості, електричного устаткування та продукції металургії, на обсяги експорту України до ЄС негативно впливають цінові умови торгівлі.

За результатами регресійного аналізу також отримано лінійну модель залежності обсягів експорту України до Польщі від обсягів капітальних інвестицій у виробництво харчових продуктів та інвестицій у металургійне виробництво, обсягів реалізованої харчової продукції та електричного устаткування:

$$\text{Export_Poland} = -7,26 - 1,18 \text{ Invest_Food} + 1,64 \text{ Invest_Metal} + 1,96 \text{ Prod_Food} - 1,02 \text{ Prod_El_Equip} \quad (2.2)$$

Коефіцієнт кореляції ($R=0,95$) свідчить про міцний зв'язок залежної змінної з незалежними змінними. Значення коефіцієнта детермінації показує, що обсяги експорту України до Польщі на 90,4% визначаються цими змінними (рівняння 2.2), а на 9,6% залежать від інших чинників.

Подібна залежність отримана нами і в результаті регресійного аналізу впливу основних макроекономічних показників на обсяги українського експорту до Китаю:

$$\text{Export_China} = -31,0 - 1,40 \text{ Invest_Food} + 1,53 \text{ Invest_Metal} + 6,09 \text{ Prod_Food} - 3,15 \text{ Prod_El_Equip} \quad (2.3)$$

Про наявність міцного зв'язку між залежною та незалежними змінними у рівнянні (2.3) свідчить високе значення коефіцієнта кореляції ($R=0,95$), а коефіцієнт детермінації доводить, що обсяги експорту України до Китаю на 91,8% визначаються обсягами інвестицій у харчову та металургійну промисловість, обсягами реалізованої продукції харчової промисловості та електричного устаткування.

Отже, в результаті проведеного дослідження підтверджена сформульована нами гіпотеза про залежність обсягів експорту України за основними географічними напрямками від обсягів реалізованої продукції основних галузей промисловості, капітальних інвестицій за цими галузями промисловості та цінових умов торгівлі.

Висновки до розділу

1. За останні 10 років відбулися істотні зміни в географічній структурі зовнішньої торгівлі України. До 2015 р. найбільша частка в експорті та імпорті України належала країнам СНД та Росії. Після закриття російського ринку для українських експортерів ситуація кардинально почала змінюватися, а після підписання Угоди про асоціацію України з ЄС відбулася переорієнтація українських експортерів на європейський ринок. В результаті виходу експортерів з російського ринку та ринку країн СНД експорт України став більш диверсифікованим за рахунок збільшення в загальних обсягах експорту товарів часток країн ЄС, інших країн Європи, Туреччини, Єгипту, Китаю, Індії. У 2021 р. провідною країною-партнером України у зовнішній торгівлі став Китай, проте на даний час його частка зовнішньоторговельному обороті нашої країни знаходиться на безпечному рівні.

2. Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі України залежить від товарної диверсифікації експорту та імпорту. У структурі експорту України до більшості країн ЄС переважають сировинна продукція та товари з низьким рівнем доданої вартості: чорні метали, руди, шлак і зола, зернові культури, насіння і плоди олійних рослин, жири та олії рослинного і тваринного

походження, деревина і вироби з деревини. Високотехнологічна продукція в експорті до країн ЄС представлена електричними машинами, частка яких не перевищує 10%. Український експорт товарів до Польщі можемо вважати достатньо диверсифікованим, оскільки частка більшості товарних груп не перевищує 10% загальних обсягів експорту в цю країну. Товарна структура експорту до Китаю є мало диверсифікованою і складається в основному із зернових культур та руди.

3. На основі результатів регресійного аналізу визначені основні фактори географічної диверсифікації експорту України за рахунок розширення поставок українських товарів на ринки країн ЄС, Польщі та Китаю. Основними чинниками зміни обсягів експорту з України до країн ЄС є індекс цінових умов торгівлі, капітальні інвестиції у добувну промисловість, обсяги реалізованої продукції добувної промисловості, харчової промисловості, електричного устаткування, продукції металургії. Обернений зв'язок між обсягами експорту України до ЄС та обсягами реалізованого електричного устаткування обумовлено тим, що збільшення виробництва цієї продукції не призначене для експорту до цих країн.

Експорт України до Польщі та Китаю значною мірою залежить від інвестицій у харчову промисловість та металургійні підприємства, від обсягів реалізованої харчової продукції та електричного устаткування. При цьому, залежність українського експорту як до Польщі, так і до Китаю від капітальних інвестицій у харчову промисловість та від обсягів реалізованого електричного устаткування є оберненою. Такий взаємозв'язок між залежною та незалежними змінними обумовлений тим, що готові харчові продукти та електричні машини не стали одним з основних експортних товарів України до цих країн, а тому інвестиції, що вкладаються в харчову промисловість сприяють нарощенню виробництва харчових продуктів для внутрішнього споживання, а збільшення обсягів реалізованого електричного устаткування відбувається не в результаті збільшення експортних поставок до цих країн, а через збільшення

внутрішнього споживання або експорту до інших країн, які не розглядалися у нашому дослідженні.

РОЗДІЛ 3. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ГЕОГРАФІЧНОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

3.1. Напрями підвищення ефективності використання потенціалу експорту з країнами ЄС

Ринок європейських країн є найбільшим географічно наближеним до України, а розширений доступ до ринку Європейського Союзу, який наша країна отримала завдяки підписанню Угоди про асоціацію з ЄС, сприяв нарощенню обсягів експорту не лише до країн-членів Співтовариства, а й до інших європейських країн. З кожним роком збільшується кількість українських підприємств, які використовують нові умови доступу до ринку ЄС, результатом чого стало збільшення частки країн ЄС в експорті товарів з України до 40%, а товарооборот з цими країнами зріс більше ніж на 60% за останні 5 років.

Внаслідок російської агресії економіка України опинилася у складному становищі, оскільки багато підприємств базових галузей економіки, які були експортоорієнтованими, частково або повністю втратили матеріально-технічну базу та доступ до сировинних ресурсів. В умовах війни відбулося руйнування логістичних маршрутів, зокрема морським шляхом, що ускладнило умови доставки імпортованих матеріалів та комплектуючих, а також здійснення експортних поставок.

Після початку війни обсяги експорту України істотно знизилися: у січні-травні 2022 р. було експортовано товарів на 2,3 млрд. дол. США, що майже удвічі менше порівняно з березнем 2021 р. (4,8 млрд. дол. США). Таке скорочення експорту генерує низку загроз для економіки України, оскільки призводить до істотного зменшення податків, обсягів валютних надходжень, погіршує стан платіжного балансу країни. Відновлення експорту є однією з важливих передумов забезпечення нормального функціонування економіки України. У зв'язку з цим варто відзначити, що незважаючи на істотне зниження експортних поставок за перший місяць війни, більшості експортерів вдалося відновити свою роботу та постачання товарів закордонним партнерам. Так, станом на січень-травень 2022 р. обсяг експорту товарів з України становив

19,6 млрд. дол. США, що на 20% менше порівняно з аналогічним періодом попереднього року (23,6 млрд. дол. США).

При цьому, важливим фактом є те, що зниження обсягів експорту до країн ЄС з початку війни було найменшим порівняно з іншими географічними напрямками і становило 7%. У той же час, «обсяги експорту до країн СНД скоротилися на 82%, а найбільше зменшилися обсяги українського експорту до країн Америки (84%), Африки (74%) та Азії (71%)» [74]. В цих умовах важливим стало подальше покращення доступу українських експортерів товарів на ринки європейських країн, яке відбулося в результаті запровадження безмитного режиму торгівлі для України та країн ЄС і Великої Британії.

Зокрема, експортери, що постачають свої товари до ЄС, отримали нові преференції щодо доступу до ринків цих країн завдяки ухваленню Європейським Парламентом рішення «Про тимчасові заходи лібералізації торгівлі», відповідно до яких терміном на 1 рік (4 червня 2022 р. – 4 червня 2023 р.) призупинена дія таких обмежувальних заходів щодо українського експорту: «мита для промислової продукції; застосування системи вхідних цін для фруктів та овочів; тарифних квот для сільськогосподарської продукції; антидемпінгових мит на імпорт товарів походженням з України; глобальних захисних заходів щодо українських товарів» [75].

Таке істотне покращення умов торгівлі України з ЄС сприятиме вирішенню українськими підприємствами проблем з експортом продукції, які виникли разом з початком повномасштабної агресії Росії. Найбільше постраждали експортери, які транспортували свою продукцію морським шляхом через порти Чорного та Азовського морів.

Насамперед, така лібералізація торгівлі дозволить експортерам реалізовувати на ринок країн ЄС надлишки продукції, які могли утворитися через закриття російського ринку, а також внаслідок істотного скорочення експортних поставок до країн Азії. Відповідно, основним завданням для українських підприємств-експортерів стало забезпечення максимально

можливих потужностей роботи в умовах воєнного стану для збільшення експортних поставок продукції належної якості до країн ЄС.

В умовах дії митного режиму торгівлі України з ЄС багато товарів експортувалися чітко в обсязі встановлених квот, які були інструментом захисту ринку європейських країн від конкурентоспроможних українських товарів. Як зазначає Терещук А., «скасування принаймні митних бар'єрів допоможе виправити цю ситуацію, а найбільше виграють експортери тих товарів, яких раніше практично не продавали понад квоти: меду, оброблених томатів, соків, круп і борошна, солоду, пшеничної клейковини, цукру, крохмалю та інших» [74].

Також тимчасова лібералізація умов торгівлі України з ЄС створила сприятливі умови для виходу малих і середніх підприємств на європейські ринки. До запровадження цього режиму найбільшу вигоду від використання нульових ставок мита відповідно до встановлених квот на імпорту продукції до ЄС «отримували великі фірми, які скуповували товар у виробників і експортували за кордон» [76]. В умовах сприятливої кон'юнктури зовнішніх ринків для українських виробників та зростання світових цін на аграрну продукцію також підвищиться й закупівельна ціна на цю продукцію й на внутрішньому ринку, а тому збільшиться прибуток і тих підприємств, які будуть експортувати свої товари до країн ЄС через посередників.

У структурі українського експорту до ЄС переважає Польща, яка також посідає друге місце (після Китаю) за експортними поставками товарів з України загалом. Серед країн-членів ЄС найбільшими споживачами українських товарів також є Італія, Німеччина, Нідерланди, Іспанія, Угорщина та Румунія (рис. 3.1). Причому, з цих найбільших країн-імпортерів українських товарів збільшили їх закупівлі лише Польща та Італія. У 2021 р. експорт України до Польщі збільшився на 1,9 в. п. порівняно з 2020 р., а до Італії – на 2,5 в. п. Водночас, звернемо увагу на скорочення обсягів українського експорту до Німеччини у 2021 р. на 0,4 в. п., потенціал споживчого ринку якої, за оцінками експертів,

Україна використовує не повною мірою («недоторговує» (undertraded markets) [63, с. 8])

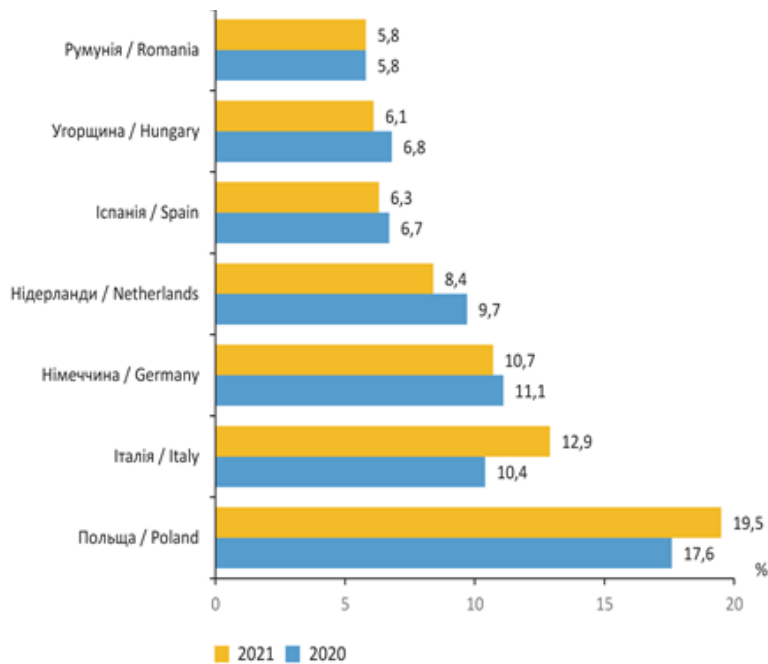


Рис. 3.1. Основні країни-партнери з ЄС в експорті товарів з України у 2020–2021 роках

Джерело: [66]

Як було показано у підрозділі 2.2, Україна експортує до Польщі переважно сировинну продукцію (чорні метали, руда, шлак, зола), а також приблизно в однаковій кількості електричні машини, жири та олії рослинного або тваринного походження. Подібний набір українських товарів в різних обсягах експортується й до інших країн, які є основними торговельними партнерами з Європейського Союзу. Зокрема, чорні метали є ваговою складовою українського експорту до Італії, Нідерландів, Іспанії, а руда, шлак і зола – експортуються у значній кількості до Німеччини (табл. 3.1). Зернові культури та жири і олії рослинного або тваринного походження займають значну частку українського експорту до таких країн, як Італія, Нідерланди, Іспанія.

Серед проаналізованих країн, найбільш диверсифікованою є товарна структура експорту України до Німеччини, оскільки продукція трьох товарних груп не перевищує 50% обсягів українського експорту до цієї країни. Крім

цього позитивом є значна частка електричних машин, які відносяться до високотехнологічної продукції. З точки зору якісної структури експорту найкраща ситуація у 2021 р. спостерігалася у торгівлі з Угорщиною, оскільки електричні машини становили майже 60% усього обсягу українського експорту в цю країну. Також варто відзначити, що другою товарною позицією за обсягом експорту до Угорщини були палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки, що характеризуються відносно вищим рівнем доданої вартості, порівняно з сировинною продукцією.

Таблиця 3.1

Товарна структура експорту України до основних країн-партнерів з ЄС у 2021 р.

Країна	Назва товару	Вартість, млн. дол. США	% до 2020 р.	Частка в обсягах експорту, %
Італія	чорні метали	2040,6	218,9	58,8
	жири та олії тваринного або рослинного походження	328,6	114,4	9,5
	зернові культури	237,5	148,6	6,8
Німеччина	насіння і плоди олійних рослин	582,0	167,5	20,3
	руди, шлаки і зола	286,6	229,4	10,0
	електричні машини	438,8	121,9	15,3
Нідерланди	зернові культури	552,2	107,6	24,4
	жири та олії тваринного або рослинного походження	762,9	144,2	33,7
	чорні метали	199,6	117,7	8,8
Іспанія	зернові культури	644,9	118,7	38,4
	жири та олії тваринного або рослинного походження	470,8	137,5	28,1
	чорні метали	197,8	212,6	11,8
Угорщина	електричні машини	971,0	130,0	59,9
	палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	121,6	86,4	7,5
	деревина і вироби з деревини	105,9	145,6	6,5

Джерело: складено за [67]

Як видно з таблиці, практично за всіма основними товарними групами, що експортувалися з України до провідних країн-партнерів з ЄС відбувалося зростання обсягів експорту у 2021 р. порівняно з 2020 р., що свідчить про перспективність ринку країн Європейського Союзу для українських експортерів. Результатом такої динаміки стало значне збільшення обсягів

експорту з України до ЄС у 2021 р. – майже у 1,5 раза. Як зазначають експерти, лише за перше півріччя 2021 р. «такі великі статті експорту, як руда, виростили більш ніж у два з половиною рази, майже на 80% зріс експорт чорних металів, на 50% виріс експорт електричного машинобудування (сюди й входить електричний кабель, який Україна виготовляє для потреб ЄС)» [77].

Проте, незважаючи на позитивну динаміку обсягів експорту, за період від початку імплементації положень Угоди про асоціацію України з ЄС, товарної диверсифікації українського експорту не відбулося. Як було показано нами у підрозділі 2.3, товарна структура внутрішнього виробництва є важливим чинником експорту України до ЄС, а тому збільшення товарів з вищим рівнем доданої вартості в експорті дозволить підвищити ефективність зовнішньої торгівлі нашої країни.

Товарна диверсифікація експорту була визначена одним із стратегічних напрямів розвитку зовнішньої торгівлі України ще у 2017 р. На основі результатів аналізу товарної структури українського експорту та оцінки споживчого попиту на основних перспективних зарубіжних ринках фахівці розробили карту стратегічно важливих секторів економіки України, які мають стати базовими для нарощення експорту, зокрема й до країн ЄС (рис. 3.2).

Отже, як бачимо з рисунку, підвищення ефективності українського експорту пов'язується, насамперед, із збільшенням обсягів експорту товарів з високим рівнем доданої вартості. Враховуючи провідні позиції України як виробника сільськогосподарської продукції, експортери можуть збільшити свої прибутки за рахунок нарощення обсягів переробки сільськогосподарської сировини у готову харчову продукцію. Наприклад, налагодження виробництва органічної аграрної продукції відповідно до європейських стандартів дозволить розширити присутність українських товаровиробників на ринку ЄС в сегменті екологічних продуктів харчування. Розширення виробництва високотехнологічної продукції та збільшення її експорту до ЄС також є важливим напрямом підвищення ефективності експорту, особливо електричних машин.

Проте, в умовах війни використати можливості безмитного експорту товарів до країн ЄС зможуть не всі українські підприємства-експортери внаслідок складної економічної ситуації в країні, постійної загрози ракетних обстрілів, руйнування промислової та логістичної інфраструктури, що значно ускладнює дотримання європейських технічних норм і стандартів в процесі виробництва продукції. Тому, істотна роль у виконанні завдань товарної та географічної диверсифікації українського експорту відводиться відповідним державним програмам підтримки стратегічно важливих секторів економіки.

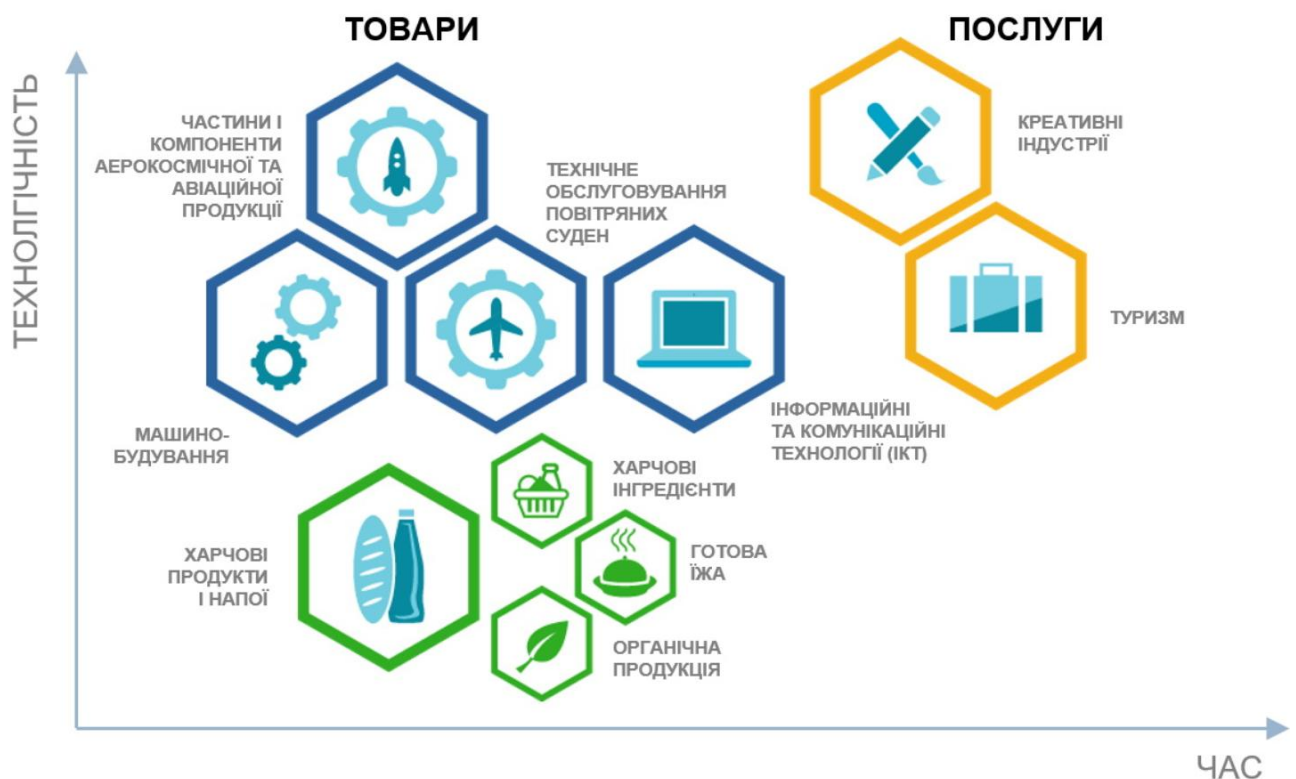


Рис. 3.2. Перспективні сектори для збільшення експорту України

Джерело: [63]

Отже, в результаті запровадження безмитного режиму для експорту українських товарів до країн ЄС переваги отримують в першу чергу підприємства, що експортували сільськогосподарську продукцію, оскільки ті обсяги експорту, що здійснювалися понад встановлені квоти, тепер стало можливо продавати без мита. Полегшиться й доступ до ринків країн ЄС експортерів недорогоцінних металів та виробів з них завдяки тимчасовому призупиненню дії захисних заходів щодо прокату, арматури, труб походженням

з України, а також антидемпінгових заходів, які до червня 2022 р. застосовувалися до безшовних труб і гарячекатаного прокату, що ввозилися з України.

Водночас, фахівці наголошують, що поряд із відміною мит, для експортерів з України продовжується дія інших бар'єрів входу на ринок ЄС: «технічні бар'єри, пов'язані з невідповідністю вітчизняних стандартів якості технічним регламентам і нормативам безпеки продукції в ЄС; значні дотації та субсидії, які одержують виробники харчової продукції в ЄС; запровадження European Green Deal, у рамках якого ЄС може значно обмежити український експорт найбільш вуглецевомісткої продукції (металів, цементу, електроенергії, хімії) з допомогою механізму карбонового коригування імпорту» [74].

Зважаючи на відносно короткий термін дії безмитного режиму, запровадженого ЄС для українських експортерів, необхідно використати усі його переваги, незалежно від виду продукції, що експортується. В умовах воєнного стану збільшення обсягів експорту дозволить забезпечити належний рівень рентабельності роботи вітчизняних підприємств та покращити стан платіжного балансу країни. При цьому, для продовження реалізації стратегічних напрямів товарної та географічної диверсифікації українського експорту до ЄС, необхідною є розробка нової Експортної стратегії України до 2030 р., яка б узгоджувалася з Планом відновлення України.

У Плані відновлення України одним з основних напрямів підвищення ефективності експорту після завершення війни визначено збільшення частки товарів з високою доданою вартістю в експорті. Причому йдеться про нарощення експорту таких товарів в тих галузях, «за якими Україна вже має конкурентну перевагу на світових ринках – продовольство та металургію» [78]. Наприклад, до більшості країн ЄС Україна експортує зернові культури, насіння та плоди олійних рослин, а готові харчові продукти постачаються в незначних обсягах. Відповідно, стратегічним завданням для повоєнного відновлення економіки України є розвиток підприємств харчової галузі, забезпечення сучасних технологій переробки сільськогосподарської сировини

та виробництво готових харчових продуктів згідно з європейськими нормами і стандартами.

Основною групою товарів, що експортує Україна до ЄС, є чорні метали та залізна руда, які мають низький рівень доданої вартості. Зазначена сировинна продукція використовується й в Україні для виробництва продукції машинобудування, зокрема електричних машин та електричного устаткування, які також є ваговою складовою українського експорту до Німеччини та Угорщини. Тому, перспективи підвищення експорту з України в цьому сегменті пов'язуються із покращенням цінових умов торгівлі за рахунок підвищення рівня переробки металургійної сировини: «тонна руди коштує 100-150 доларів, тонна металу – 500-1000 доларів, а готовий металевий виріб – 1,5-2 тисяч доларів. Якщо ж ми з цих металевих виробів виготовляємо енергетичні машини, то ціна доходить до 15-20 тисяч доларів за тонну» [78].

Збільшення українського експорту до ЄС електричних машин та устаткування, що є високотехнологічною продукцією, у повоєнний час потребуватиме залучення значного обсягу інвестицій для проведення модернізації підприємств машинобудування. Також важливим напрямом реалізації цього стратегічного завдання вважаємо кооперацію вітчизняних підприємств з провідними європейськими виробниками продукції суміжних галузей, які є споживачами українського електричного устаткування або постачальниками необхідного для її виробництва обладнання чи комплектуючих. Це забезпечить подальше залучення вітчизняних підприємств до глобальних, в тому числі європейських, ланцюгів створення доданої вартості, які й сприятимуть збільшенню високотехнологічної продукції машинобудування на ринки країн ЄС.

3.2. Диверсифікація внутрішнього виробництва як інструмент географічного розширення експорту товарів України

Необхідність подальшої географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі, насамперед експорту, обумовлена такими основними чинниками, як обмежена ємність ринку країн ЄС, зацікавленість європейських країн переважно у закупівлі української сировинної продукції, наявність істотних технічних бар'єрів для експорту середньотехнологічних та високотехнологічних товарів з України в країни ЄС, зменшенням потенціалу промислового виробництва товарів окремих галузей під час воєнного стану. Тому одним з основних напрямів географічної диверсифікації експорту України на сучасному етапі є збільшення поставок товарів вітчизняного виробництва на ринки інших країн, які не входять до ЄС, але знаходяться у відносній географічній близькості до українських кордонів.

Основою покращення географічної структури зовнішньої торгівлі, зокрема експорту, має стати розширення промислового виробництва товарів з вищим рівнем доданої вартості, оскільки недостатня географічна диверсифікація значною мірою обумовлена неефективною структурою експорту товарів України. Як зазначають фахівці, значний потенціал розширення географії зовнішньої торгівлі обумовлений відносно високою концентрацією експортних поставок України (70% обсягів українського експорту відправляється у 18 країн), а також значною концентрацією імпорту (понад 80% імпорту надходить з 18 країн) [79].

Забезпечити стабільну географічну диверсифікацію експорту можливо лише на основі істотних змін у його товарній структурі у бік нарощення експорту товарів з вищим ступенем переробки замість сировинної продукції. Виконання цього завдання залежить від розвитку підприємств переробної промисловості, від їх здатності забезпечити переробку сировини у готову продукцію належної якості, яка б відповідала вимогам ринків тих країн, куди буде продаватися ця продукція.

Насамперед, варто звернути увагу на ринки країн, потенціал яких Україна не використовує повною мірою внаслідок різних причин. За оцінками експертів, «загалом Україна недовикористовує торговельний потенціал у відносинах з 75 країнами, внаслідок чого щорічно недоотримує 6 млрд дол. США» [63]. Недостатньо використаними українськими експортерами залишаються «торговельні можливості з такими країнами, як Сполучені Штати Америки, Німеччина, Велика Британія, Франція, Японія та Канада» [Там же] (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Основні країни, з якими Україна «недоторгує»

Місце	Країна	долари США
1	Сполучені Штати Америки	1 935 971 968
2	Німеччина	1 150 496 128
3	Великобританія	1 009 080 704
4	Франція	759 456 320
5	Японія	459 574 272
6	Китай	190 861 568
7	Швеція	120 487 504
8	Швейцарія	76 122 616
9	Канада	46 610 696
10	Ірландія	28 484 412
Разом по всіх країнам		5 918 056 535

Джерело: [63, с. 8]

На думку фахівців, українські експортери й надалі недостатньо використовують потенціал ринку країн Європейського Союзу, що зумовлено застарілою матеріально-технічною базою більшості вітчизняних підприємств та відсутністю достатніх обсягів фінансування їх модернізації, що не дозволяє покращити технічний рівень підприємств та забезпечити якість продукції відповідно до європейських норм і стандартів. Також, за критеріями місткості ринків, очікуваних темпів збільшення споживання на цих ринках, діючих умов імпорту товарів, наявного потенціалу споживання харчових продуктів населенням, географічної наближеності та компліментарності товарної

структури експорту та імпорту фахівцями було виділено низку країн, які є перспективними ринками для експортерів з України (рис. 3.3).

Упродовж останніх кілька років в результаті скорочення експортних поставок на російський ринок та внаслідок обмеження транзиту українських товарів через територію Росії до Казахстану та Киргизстану відбувається «зниження просторової концентрації та переорієнтації зовнішньоторговельних відносин України» та «реструктуризація торговельно-інтеграційних відносин України у бік їх зміцнення із країнами ЄС» [81].



Рис. 3.3. Країни, ринки яких є перспективними для збільшення експорту України

Джерело: [80]

Серед країн ЄС одним з найбільш «недоторгованих» ринків для України є ринок Німеччини. За оцінками фахівців, «загальна «недоторгованість» (різниця між фактичними та потенційними обсягами торгівлі) між Україною та Німеччиною становить 500 мільйонів доларів США або 35% загального експорту з України до Німеччини за цей же рік» [82]. В експорті з України до Німеччини переважає сировинна продукція (сільськогосподарської сировини, руди, чорних металів), тому саме ці товари складають більше половини оціненої суми «недоторгованості» [83].

Використання повною мірою потенціалу німецького ринку за цими товарними групами є важливим напрямом нарощення обсягів експорту України, оскільки забезпечить істотне зростання валютних надходжень. Водночас, «недоторгованість» України з Німеччиною за товарними групами, що представляють продукцію з вищою доданою вартістю (електричних машин транспортних засобів) є незначною, оскільки місткість німецького ринку високотехнологічних товарів обмежена присутністю виробників з ЄС та невідповідністю української продукції європейським технічним нормам. Проте, збільшення експорту високотехнологічної продукції з України до Німеччини є важливим завданням для забезпечення товарної диверсифікації українського експорту.

Отже, ринок країн ЄС і надалі залишається пріоритетним для українських експортерів, а підвищення ефективності українського експорту до цих країн насамперед пов'язаний із збільшенням експорту товарів переробної промисловості. Крім того, на державному рівні були визначені пріоритетними ринки таких країн: Туреччина, Китай, Індія, Єгипет, Саудівська Аравія, Канада, ОАЕ, США, Ізраїль, Грузія, Молдова, Японія, Індонезія, Таїланд, Бангладеш, Ліван, Філіппіни, Нігерія та Швейцарія. Проте, для підтримки збільшення присутності українських експортерів на ринках зазначених країн необхідна «комплексна державна програма дій щодо забезпечення конкурентоспроможної вітчизняних товаровиробників на закордонних ринках» [81].

Вчені наголошують, що «подальше урізноманітнення міжнародних торговельних відносин України має будуватися із урахуванням як вертикальної, так і горизонтальної диверсифікації», а забезпечення проникнення вітчизняних виробників товарів на зовнішні ринки повинно ґрунтуватися на «трансформації структури експорту від сировинних товарів у бік промислових виробів та із посиленням їх конкурентоспроможності» [84].

Державна політика щодо підтримки вітчизняних підприємств-експортерів при виході на зовнішні ринки та створення для них реальних конкурентних переваг будуть ефективнішими за умови реалізації заходів, спрямованих на

підвищення продуктивності промисловості. Отже, поряд з державною політикою, що передбачає пряму підтримку експортерів, повинна реалізовуватися державна промислова політика підвищення продуктивності підприємств, що сприяє збільшенню експорту. Також для географічної диверсифікації на основі удосконалення товарної структури експорту важливим є збільшення внутрішнього виробництва продукції з високим рівнем доданої вартості та вихід з нею на зовнішні ринки. Крім технологічної модернізації та впровадження інновацій на підприємствах, до основних факторів, що забезпечують перехід від експорту сировини до експорту готової продукції, фахівці відносять також «підприємницьку ініціативу, умови ведення бізнесу, реформи фіскальної служби, реформи митниці» [82].

Підвищення продуктивності можна досягти за допомогою зменшення бюрократичних процедур, стимулювання інновації та інвестиції в науково-дослідні розробки та створення новітніх технологій. Для збільшення обсягів експорту підприємства повинні підвищити продуктивність, але для виходу на нові зовнішні ринки вони повинні збільшити продуктивність виробництва потенційних експортних товарів до початку зовнішньої торгівлі з новими країнами. Це обумовлено тим, що забезпечення експортної діяльності потребує значних постійних витрат, тому лише компанії з низькими граничними витратами можуть конкурувати на зовнішньому ринку. Такого підвищення продуктивності можна досягти, наприклад, за допомогою новітніх технологій для покращення технологічного процесу (наприклад, Індустрія 4.0, штучний інтелект, автоматизація, електронні покупки, розумні системи контролю запасів тощо), роблячи ставку на інноваційну диференціацію.

Під час війни в Україні складно забезпечувати реалізацію державних програм з підтримки підприємництва, удосконалення бізнес-середовища, лібералізації податкової системи. Водночас, робота низки промислових підприємств в умовах воєнного стану підтвердила важливість переробної промисловості та необхідність модернізації застарілих технологій. Тому План відновлення України у повоєнний час, серед інших стратегічних напрямів,

передбачає «розвиток секторів економіки з високою доданою вартістю» [85]. Повоєнна реструктуризація економіки України повинна стати основою подальшої географічної диверсифікації експорту за рахунок збільшення в експорті асортименту та кількості товарів з вищим ступенем переробки.

В умовах воєнного стану та на етапі повоєнного відновлення економіки обмеженими є ресурси для забезпечення географічної диверсифікації експорту на основі удосконалення його товарної структури. Відповідно, з точки зору формування нової ефективної Експортної стратегії України (дія попередньої Експортної стратегії завершилася у 2021 р.) необхідно визначити перспективні галузі переробної промисловості, державна підтримка яких забезпечить нарощення внутрішнього виробництва та обсягів експорту їхньої продукції.

Визначення пріоритетних галузей дозволить ефективно та раціонально розподілити обмежені ресурси для розвитку експорту. Для максимізації впливу управлінських ініціатив на підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, нова Експортна стратегія повинна поєднувати заходи, які позитивно вплинуть на економіку в цілому, а також «прицільні» заходи, спрямовані на конкретні сектори стратегічного значення.

Отже, вибір пріоритетних галузей промисловості є ключовим фактором, що визначає напрями виробничої диверсифікації економіки України і формує основу структурних трансформацій експорту для його географічної диверсифікації. З цієї точки зору, до перспективних галузей, які сприятимуть диверсифікації експорту України віднесемо насамперед галузі, які мають потенціал для впровадження або створення інновацій, спроможні забезпечити швидку модернізацію процесу виробництва товарів та підвищити їх додану вартість: виробництво хімічної продукції (фармацевтичних препаратів), виробництво електричного устаткування, виробництво зброї та боєприпасів, виробництво транспортних засобів, виробництво харчових продуктів (табл. 3.3).

Як показано у таблиці, металургійна промисловість, підприємства якої у довоєнний час забезпечували більше 20% експорту товарів України,

залишається перспективною галуззю для забезпечення диверсифікації експорту. Проте, збільшення ефективності експорту пов'язане з розширенням обсягів виробництва продукції з вищим ступенем переробки, зокрема зброї та боєприпасів (у 2021 р. ця група товарів становила 10% від обсягу реалізованої продукції металургії або 0,1% від загального обсягу реалізованої промислової продукції). Саме перехід до виробництва таких товарів дозволить активізувати процеси інновації та модернізації на металургійних підприємствах.

Таблиця 3.3

Пріоритетні галузі промисловості як основа географічної диверсифікації експорту України

Галузь	Потенціал для інновацій та створення високої доданої вартості	Потенціал для розвитку підприємництва	Високий попит на зарубіжних ринках
Виробництво хімічної продукції			
Виробництво харчових продуктів			
Металургійне виробництво			
Виробництво зброї та боєприпасів			
Виробництво електричного устаткування			
Виробництво транспортних засобів			

Умовні позначення:

Наявність потенціалу	Відсутність потенціалу
----------------------	------------------------

Джерело: розроблено автором

Досвід активних бойових дій та використання в бойових умовах військової техніки вітчизняного виробництва дозволили накопичити інформацію про можливості її удосконалення та доведення технічних характеристик до рівня кращих світових зразків і стандартів НАТО. Тому виробництво металу має здійснюватися насамперед з урахуванням потреб підприємств машинобудування, які виготовляють військові транспортні засоби. Крім цього, металургія та машинобудування, реалізуючи власний інноваційний

потенціал та створюючи нове обладнання та устаткування, яке є засобами виробництва продукції у хімічній, харчовій та інших галузях промисловості, забезпечують процес модернізації інших галузей та покращують їхні можливості створення продукції з вищим рівнем доданої вартості.

При розробці експортної стратегії також важливо враховувати наявність потенціалу галузей для розвитку малого і середнього бізнесу, а також потенційних попит на продукцію цих галузей та перспективи його збільшення. З цієї точки зору істотний потенціал для розвитку підприємництва зосереджений в харчовій промисловості. Підприємницький потенціал харчової промисловості обумовлений наявністю значних сільськогосподарських ресурсів, фахівців високої кваліфікації, розвиненою матеріально-технічною базою. Прагнення багатьох країн зміцнити продовольчу безпеку та забезпечити імпорт якісних продуктів харчування сприяє зростанню попиту на продукцію харчової промисловості.

Географічна диверсифікація експорту України повинна відбуватися на основі підвищення ступеня переробки аграрної продукції у готові продукти харчування та збільшення їх експорту до різних країн. З огляду на обмеженість місткості ринку харчових продуктів країн ЄС та ускладнений доступ до нього українських виробників готових продуктів харчування, перспективним зарубіжним ринком для підприємств харчової промисловості є країни Близького Сходу, Південно-Східної Азії та Африки.

Зокрема, перспективним є ринок країн Перської затоки, який характеризується значною динамікою попиту на продукти харчування у зв'язку із зростанням чисельності населення приблизно на 2,5% щорічно, високим рівнем доходів населення, значною часткою середнього класу та збільшенням туристичного потоку [86]. Зростання попиту на якісні продукти харчування, зокрема й органічну продукцію, відбувається на тлі несприятливих кліматичних умов вирощування сільськогосподарської продукції в цих країнах, що робить їх залежними від імпорту харчової продукції.

Серед країн Перської затоки найбільшим імпортером української продукції є Саудівська Аравія, в яку надходить близько 70% усього українського експорту, спрямованого в цей регіон (до Об'єднаних Арабських Еміратів – 20% експорту, 8% - до Оману, решта – до Кувейту, Катару та Бахрейну). Основою товарного експорту України до Саудівської Аравії у 2021 р. були зернові культури (34,7% від обсягу експорту) та жири і олії тваринного або рослинного походження (15,2%), а готові харчові продукти не перевищували 1% від обсягу експорту до цієї країни.

Натомість, в експорті України до Об'єднаних Арабських Еміратів переважали жири і олії тваринного або рослинного походження (16,6%), м'ясо та їстівні субпродукти (7,5%), молоко, молочні продукти, яйця птиці, натуральний мед (4,5%). В експорті до Оману, поряд із високою часткою зернових культур (63,5%), значна частка належала таким продуктам, як готові продукти з зерна (16,5%), жири і олії тваринного або рослинного походження (9,8%), м'ясо та їстівні субпродукти (2,7%). Отже, розширення експорту України в цьому географічному напрямі повинно відбуватися за рахунок збільшення поставок продукції з вищим ступенем переробки, тобто необхідно забезпечити поступовий перехід від експорту сировини до експорту готових продуктів харчування. Також важливим є збільшення обсягів експорту до тих країн, які вже закупають значну частину продуктів харчування з України.

Основним інструментом забезпечення географічної диверсифікації експорту України в сучасних умовах є удосконалення товарної структури експорту за рахунок збільшення товарів переробної промисловості. Це узгоджується з ухваленим на урядовому рівні Планом відновлення економіки України у повоєнний час, який передбачає розвиток секторів економіки, в яких створюється висока додана вартість. З огляду на це, важливим етапом географічної диверсифікації експорту є визначення пріоритетних галузей промисловості, які на основі реалізації інноваційного потенціалу спроможні підвищувати додану вартість виготовленої продукції та ефективно використовувати потенціал зовнішніх ринків для нарощення експорту таких

товарів. Тому, актуальним завданням є розробка нової Експортної стратегії України, яка б враховувала можливість використання інноваційного, підприємницького та експортного потенціалу стратегічних галузей промисловості для збільшення присутності українських товарів на ринках країн ЄС, Близького Сходу, Азії та Африки.

Висновки до розділу

1. Поглиблення географічної диверсифікації експорту України насамперед пов'язується із підвищенням ефективності використання потенціалу ринку країн-членів ЄС, який має низку переваг за рахунок географічної близькості та покращення умов торгівлі після підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Запровадження дії безмитного режиму для українських експортерів терміном на один рік дозволить збільшити обсяги експорту з України до ЄС, що в умовах воєнного стану сприятиме забезпеченню нормальної рентабельності вітчизняних підприємств та надходженню валюти.

2. У середньостроковій перспективі географічна диверсифікація українського експорту до ЄС повинна передбачати збільшення продукції з високим рівнем доданої вартості та забезпечення її відповідності європейським стандартам. Ключовим напрямом реалізації цього стратегічного завдання є поглиблення кооперації вітчизняних підприємств з європейськими виробниками продукції суміжних галузей, які є споживачами проміжних товарів українського виробництва, матеріалів чи комплектуючих. Це забезпечить подальше залучення вітчизняних підприємств до світових ланцюгів створення доданої вартості, які й сприятимуть збільшенню експорту товарів переробної промисловості на ринки країн ЄС. У зв'язку з цим, важливим завданням є розробка нової Експортної стратегії України до 2030 р., яка б узгоджувалася з Планом відновлення України.

3. Для забезпечення географічної диверсифікації на основі удосконалення товарної структури експорту важливим є збільшення внутрішнього виробництва продукції з високим рівнем доданої вартості та вихід з нею на

зовнішні ринки. До перспективних галузей, які сприятимуть диверсифікації експорту України віднесемо насамперед галузі, які мають потенціал для впровадження або створення інновацій, спроможні забезпечити швидку модернізацію процесу виробництва товарів та підвищити їх додану вартість. Актуальним завданням є використання інноваційного, підприємницького та експортного потенціалу підприємств харчової промисловості для збільшення присутності українських товарів на ринках країн ЄС, Близького Сходу, Азії та Африки.

ВИСНОВКИ

1. Диверсифікація зовнішньої торгівлі є одним з основних чинників економічного зростання країни. Особливе місце в цьому процесі належить географічній диверсифікації експорту, яка передбачає збільшення кількості експортних ринків на основі розширення товарної структури експорту. Важливою передумовою географічної диверсифікації експорту є підвищення якості продукції на основі покращення доступу національних виробників товарів до ресурсів і технологій, зокрема імпортованих, що також може досягатися за рахунок географічної диверсифікації імпорту. Географічна диверсифікація експорту сприяє зростанню виробництва в країнах, що розвиваються, завдяки стабілізації експорту за рахунок зменшення залежності від обмеженої кількості країн-торговельних партнерів, створюючи додаткові позитивні ефекти та збільшуючи зростання продуктивності.

2. Покращення якісної структури зовнішньої торгівлі як важливого фактора географічної диверсифікації експорту потребує збільшення інвестицій у секторі економіки, які виготовляють продукцію з вищим рівнем доданої вартості. Розширення внутрішнього виробництва товарів та ефект масштабу від нарощення обсягів технологічної продукції сприяють виходу конкурентоспроможних галузей на нові міжнародні ринки. Відповідно, ступінь географічної диверсифікації експорту визначається обсягами реалізованої продукції основних експортоорієнтованих галузей, інвестиціями в основний капітал за цими галузями, індексом цінових умов торгівлі.

3. У географічній структурі експорту України упродовж 2015-2021 рр. відбулося зменшення частки країн СНД та Росії та збільшення частки експорту до країн ЄС, що свідчить про переорієнтацію українських експортерів на європейський ринок та більшу диверсифікацію експорту України за рахунок збільшення поставок продукції до країн ЄС, інших країн Європи, Туреччини, Єгипту, Китаю, Індії. У структурі експорту України до ЄС переважають сировинна продукція та товари з низьким рівнем доданої вартості. Високотехнологічна продукція в експорті до країн ЄС представлена

електричними машинами, частка яких не перевищує 10%. Експорт українських товарів до Польщі є порівняно диверсифікованим, оскільки частка більшості товарних груп не перевищує 10% загальних обсягів експорту в цю країну. Товарна структура експорту до Китаю є мало диверсифікованою і складається в основному із зернових культур та руди.

4. Згідно проведеного дослідження, основними факторами географічної диверсифікації експорту України, в контексті розширення поставок українських товарів на ринки країн ЄС ми визначили: індекс цінових умов торгівлі, капітальні інвестиції у добувну промисловість, обсяги реалізованої продукції добувної промисловості, харчової промисловості, електричного устаткування, продукції металургії. Експорт України до Польщі та Китаю значною мірою залежить від інвестицій у харчову промисловість та металургійні підприємства, від обсягів реалізованої харчової продукції та електричного устаткування. Залежність українського експорту як до Польщі, так і до Китаю від капітальних інвестицій у харчову промисловість та від обсягів реалізованого електричного устаткування є оберненою, оскільки ці товари поки що не стали одним з основних експортних товарів України до цих країн.

5. Для забезпечення подальшої географічної диверсифікації експорту України необхідно більшою мірою використовувати потенціал ринку країн-членів ЄС, який є географічно наближеним, характеризується полегшенням умов доступу за окремими категоріями товарів та запровадженням безмитного режиму для поставок української продукції до червня 2023 р. У середньостроковій перспективі географічна диверсифікація українського експорту до ЄС повинна передбачати збільшення продукції з високим рівнем доданої вартості та забезпечення її відповідності європейським стандартам. У зв'язку з цим, важливим завданням є розробка нової Експортної стратегії України до 2030 р., узгодженої з Планом відновлення України.

6. Географічної диверсифікація експорту також потребує структурних змін у вітчизняній переробній промисловості, що дозволить покращити товарну структуру експорту за рахунок збільшення внутрішнього виробництва

продукції з високим рівнем доданої вартості. Серед перспективних галузей, розвиток яких сприятиме диверсифікації експорту України, варто виділити ті, які мають інноваційний потенціал для підвищення доданої вартості продукції: виробництво хімічної продукції, виробництво електричного устаткування, виробництво зброї та боєприпасів, виробництво транспортних засобів, виробництво харчових продуктів. Важливим напрямом диверсифікації експорту є використання інноваційного, підприємницького та експортного потенціалу підприємств харчової промисловості для збільшення присутності українських товарів на ринках країн ЄС, Близького Сходу, Азії та Африки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Полінкевич О.М. Коноваленко П.В. Диверсифікація товаропотоків у зовнішньоекономічній діяльності учасників ринку ритейлу. Економічний форум. 2015. № 3. С. 96–102.
2. Ali R., Alwang J., Siegel P.B. Is export Diversification the best way to achieve export growth and Stability? A look at three African Countries. World Bank Working Papers. 1991. № 729. 44 p.
3. Berthelemy J.C., Chauvin S. Structural Changes in Asia and Growth prospects after the crisis. CEPII Working papers. 2000. № 00-09. 38 p.
4. Agosin M.R., Alvarez R., Bravo-Ortega C. Determinants of Export Diversification Around the World: 1962-2000. The World Economy. Oxford: Blackwell Publishing Ltd., 2011. 20 p.
5. Dennis A., Shepherd B. Trade Costs, Barriers to Entry, and Export Diversification in Developing Countries: Policy Research Working Paper № 4368. Washington: World Bank, 2007. 40 p.
6. Іванов Є.І. Теоретичні основи диверсифікації зовнішньої торгівлі. Бізнес-навігатор. 2018. Вип. 4(47). С. 17-20.
7. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2001. 488 с.
8. Семенюк В.В. Теоретичні аспекти диверсифікації міжнародної торгівлі. Економіка та підприємництво. 2010. Вип. 25. С. 39–47.
9. Mejía J.F. Export Diversification and Economic Growth: An Analysis of Colombia's Export Competitiveness in the European Union's Market. Berlin: Springer-Verlag Heidelberg, 2011. 206 p.
10. Kesavan R., Elanchezian R., Selwyn T. Engineering Economics and Financial Accounting. New Delhi: Laxmi Publications Ltd., 2005. 534 p.
11. Regolo J. Manufacturing export diversification and regionalization of trade: Which destinations for newly exported goods? International Economics. 2017. Vol. 151. Pp. 26-47.
12. Economic Development in Africa Report 2022. <https://unctad.org>.

13. Ali, R., Alwang, J., & Siegel, P. B. Is export diversification the best way to achieve export growth and stability? A look at three African Countries. 1991. Vol. 729. World Bank Publications.
14. Sannasse, R. V., Seetanah, B., & Lamport, M. J. (2014). Export diversification and economic growth: The case of Mauritius. World Trade Organization (WTO). ChairHolders, Chapter 1, WTO.
15. Harding, T., & Javorcik, B. S. Note on the effect of FDI on export diversification in central and Eastern Europe. DECRG-TR FDI and Export Diversification, 2011.
16. Samen, S. A primer on export diversification: Key concepts, theoretical underpinnings and empirical evidence. Growth and Crisis Unit, World Bank Institute, 2010.
17. Marconi, N., de Borja Reis, C. F., & de Araújo, E. C. Manufacturing and economic development: The actuality of Kaldor's first and second laws. *Structural Change and Economic Dynamics*. 2016. №37(June). Pp. 75–89.
18. Alemu, A. M. Determinants of vertical and horizontal export diversification: Evidences from sub-Saharan Africa and East Asia. *Ethiopian Journal of Economics*. 2008. №17(2). Pp. 1–56.
19. Herzer, D., & Nowak-Lehmann, D. F. What does export diversification do for growth? An econometric analysis. *Applied Economics*. 2006. № 38(5). Pp. 1825–1838.
20. Mejia, J. F. Export Diversification and Economic Growth. Chapter 2 in *Contributions to Economics*, (pp 9–47). Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2011.
21. Olaleye, S. O., Edun, F., Bello, H. T., & Taiwo, S. B. Export diversification and economic growth in Nigeria: An empirical test of relationship using a granger casualty test. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*. 2013. №5(1). Pp. 70–79.
22. Lotfi, B., & Karim, M. Export diversification and economic growth in Morocco: An econometric analysis. *Applied Economics and Finance*. 2017. №4(6). Pp. 7–35.

23. Mudenda, C., Choga, I., & Chigamba, C. The role of export diversification on economic growth in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. №5(9). Pp. 705–712.
24. La situation des marchés des produits agricoles. Report Food and Agriculture Organisation for the United Nations. <http://www.fao.org/3/a-y5419f.pdf>.
25. Hammouda, H. B., Karingi, S. N., Njuguna, A. E., & Jallab, M. S. (2009). Growth, productivity and diversification in Africa. *Journal of Productivity Analysis*. 2009. №33(2). Pp. 125–146. URL: <https://doi.org/10.1007/s11123-009-0155-5>.
26. Rath, B. N., & Akram, V. J. Export diversification and total factor productivity growth in case of South Asian region. *Journal of Social and Economic Development*. 2017. №19(1). Pp. 196–210.
27. Hatemi-J, A., & Irandoust, M. (2001). Productivity performance and export performance: a time-series perspective. *Eastern Economic Journal*. 2001. №27(2). Pp. 149–164.
28. Régolo, J. Export diversification: How much does the choice of the trading partner matter? *Journal of International Economics*. 2013. №91(2). Pp. 329–342.
29. Basile, R., Parteka, A., & Pittiglio, R. Export diversification and economic development: A dynamic spatial data analysis. *Review of International Economics*. 2018. №26(3). Pp. 634–650.
30. Brenton, P., & Newfarmer, R. Watching more than the discovery channel: Export cycles and diversification in development. Policy Research Working Paper. 2007. No. 4302. World Bank. Cambridge Working Papers in Economics.
31. Amurgo-Pacheco, A., & Pierola, M. D. (2008). Patterns of export diversification in developing countries: Intensive and extensive margins. Policy Research Working Paper. 2008. No. 4473. World Bank. Cambridge Working Papers in Economics.
32. Hinlo, J. E., & Arranguez, G. I. S. Export geographical diversification and economic growth among ASEAN Countries .MPRA Paper. 2017. No 81333.

33. André, N.M.Q. Sector productivity and geographical diversification as export enhancing factors: the case of Portugal. *Int. J. Business Environment*. 2021. Vol. 12. No. 1. pp.1–17.
34. Gouider A. & Haddad H.B. Manufactured goods' export diversification in Saudi Arabia: A spatial panel approach. *Cogent Economics & Finance*. 2020. №8(1), 1741309. <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1741309>.
35. Irshad, M. S., Xin, Q., Hui, Z., & Arshad, H. An empirical analysis of Pakistan's bilateral trade and trade potential with China: A gravity model approach. *Cogent Economics and Finance*. 2018. №6(1). Pp. 1–18.
36. Irshad, M. S., Xin, Q., Shahriar, S., & Ali, F. South Korea's potential export flow: A panel gravity approach. *Asian Journal of Empirical Research* 2018. №8(4). Pp. 124–139.
37. Yang, W., Liu, Y. C., & Mai, C. C. How did Japanese exports evolve from 1995 to 2014? A spatial econometric perspective. *Japan and the World Economy*. 2017. №41 (March). Pp. 50–58.
38. Rondeau F. Roudaut N. What Diversification of Trade Matters for Economic Growth of Developing Countries? URL: <https://afse2015.sciencesconf.org/61833/document>.
39. Cashin P., McDermott J. The Long Run Behavior of Commodity Prices: Small Trends and Big Variability. *IMF Staff Papers*. 2002. Vol. 49. № 2. P. 175–199.
40. Ibrahim I. On Exports and Economic Growth. *Jurnal Pengurusan* 21. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11490868.pdf>.
41. Mejia J.F., Velasquez H., Garcia V.Z. Understanding Import Diversification. *Journal of international Economics*. 2016. URL: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/9333/VictorEduardo_ZapataGarcia_2016.pdf?sequence=2.
42. Boehe et al. Export intensity, scope, and destinations: Evidence from Brazil. *Industrial Marketing Management*. 2016. № 57. Pp. 127-138.
43. Shepherd, B. "Geographical Diversification of Developing Country Exports". *World Development*. 2010. № 38(9). Pp. 1217-1228.

44. Farshbaf, A. Does Geographical Diversification in International Trade Reduce Business Cycle Volatility? Working paper. University of Southern California. 2012. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/>.
45. Helpman, E., Melitz, M.J. and Yeaple, S.R. Export versus FDI with heterogeneous firms. *American Economic Review*. 2004. Vol. 94. No. 1. pp.300–316.
46. Johanson, J. and Vahlne, J.E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 8. pp.23–32.
47. Boehe, D. and Jiménez, A. How does the geographic export diversification–performance relationship vary at different levels of export intensity? *International Business Review*. 2016. Vol. 25. No. 6. pp.1262–1272.
48. Contractor, F., Kundu, S. and Hsu, C. A three-stage theory of international expansion: the link between multinationality and performance in the service sector', *Journal of International Business Studies*. 2003. Vol. 34. No. 1. pp. 5–18.
49. Abouellial, E. and Dioquino, M. The determinants of export diversification at all margins case study: South Korea. *International Journal of Scientific & Engineering Research*. 2015. Vol. 6. No. 2. pp.526–532.
50. Grant, C. Improving instructional productivity through facility design and management. *Natl. Prod. Rev.* 1987. Vol. 6. No. 3. pp.224–233.
51. Hitt, M., Hoskisson, R. and Kim, H. International diversification: effects on innovation and firm performance in product-diversified firms. *The Academy of Management Journal*. 1997. Vol. 40. No. 4. pp.767–798.
52. Levinthal, D. and Warglien, M. Landscape design: designing for local action in complex worlds. *Organization Science*. 1999. Vol. 10. No. 3. pp.342–357.
53. Berry, H., Guillen, M.F. and Zhou, N. An institutional approach to crossnational distance. *Journal of International Business Studies*. 2010. Vol. 41. No. 9. pp.1460–1480.
54. Gomes, L. and Ramaswamy, K. An empirical examination of the form of the relationship between multinationality and performance. *J. Int. Bus. Stud.* 1999. Vol. 30. pp.173–187.

55. Reeb, D., Kwok, C. and Baek, H. Systematic risk of the multinational corporation. *Journal of International Business Studies*. 1998. Vol. 29. pp. 263–279.

56. Stanley, D. and Bunnag, S. A new look at the benefits of diversification: lessons from Central America. *Applied Economics*. 2001. Vol. 33. No. 11. pp.1369–1383.

57. Arranguéz G. and Hinlo J. Export Geographical Diversification and Economic Growth among ASEAN Countries. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/81333/>.

58. Kadyrova A. The Effect of Export Diversification on Country Growth. Department of Economics, Central European University, 2011. Budapest, Hungary.

59. Elhiraika A., Mbate M. Assessing the determinants of export diversification in Africa. *Applied Econometrics and International Development*. 2014. Vol. 14-1. Pp. 147-162.

60. Iyer, K. Technology Gap, Catching-up and Outward Orientation: Analysis of 63 countries, *Applied Econometrics and International Development*. 2011. Vol. 11.

61. Щомісячні обсяги товарної структури зовнішньої торгівлі у 2021 році. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/zd/str_eit/arh_s_eit_u.htm.

62. Товарна структура зовнішньої торгівлі у січні-травні 2022 року. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html.

63. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017-2021 рр. Женева: Міжнародний торговельний центр, 2017. 145 с. <http://www.intracen.org>.

64. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами (1996-2021). URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

65. Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

66. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2021 році. Статистичний збірник: Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

67. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі України за січень-грудень 2021 року. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

68. А що в нас з експортом та імпортом? Як Україна торгує в умовах війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/25/684674/>.

69. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі України за січень 2022 року. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

70. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності у 2010-2021 роках. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

71. Капітальні інвестиції за видами промислової діяльності у 2010-2020 рр. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

72. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності промисловості за регіонами у січні-грудні 2021 року. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

73. Індекси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.

74. Терещук А. Скасування мита на український імпорт до ЄС. Що це означає? URL: <https://attorneys.ua/publication/skasuvannya-myta-na-ukrayinskyj-import-do-yes-shho-cze-oznachaye/>.

75. Баконіна О. Європейський Союз скасував мита на українські товари: Мінекономіки. URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/211693_vropeyskiy-soyuz-skasuvav-mita-na-ukransk-tovari-mnekonomki.

76. Скасування мит до ЄС відкриває можливості для малих виробників. URL: <http://milkua.info/uk/post/skasuvanna-mit-do-es-vidkrivae-mozlivosti-dla-malih-virobnikiv>.

77. Солонина Є. Україна в півтора раза наростила експорт до ЄС: що відбувається. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayina-ekonomika-export-zerno-metal-mashyny-es-rf/31568426.html>.

78. Свириденко Ю. Як буде відновлюватися Україна? URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/04/21/7341214/>.

79. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. Україна: події, факти, коментарі. 2015. № 23. С. 49–59. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>.

80. Микольська Н. Яким бути українському експорту. Завдання на наступні 5 років. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2017/04/11/7064346/>.

81. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=dacb14b1-6f6b-4e14-8f30-40850c221b22>.

82. Як збільшити та диверсифікувати український експорт до Німеччини? URL: <https://voxukraine.org/yak-zbilshiti-ta-diversifikuvati-ukrayinskij-eksport-do-nimechchini>.

83. Як збільшити та диверсифікувати український експорт до Німеччини? Аналіз та рекомендації. [Яворський П., Ніколаєва О., Шепотило О., Хорунжа М., Таран С., Челмакіна К.]. URL: <https://kse.ua/ua/kse-research/yak-zbilshiti-ta-diversifikuvati-ukrayinskiy-eksport-do-nimechchini/>.

84. Лиськова Л. М., Завадська Ю.С. Диверсифікація торговельно-інтеграційних відносин України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 4. С. 155–162.

85. План відновлення України. URL: <https://recovery.gov.ua/>.

86. Трофімцева О. Країни Перської затоки – інструкція до дії для експортерів. URL: <https://agropolit.com/blog/202-krayini-perskoyi-zatoki--instruktsiya-do-diyi-dlya-eksporteriv>.