

Вищий навчальний заклад
«Університет економіки та права «КРОК»

Сучасні технології реалізації експортного потенціалу

Колективна монографія

За редакцією
доктора економічних наук,
професора В.В. Рокочої

Київ
2022

*Рекомендовано до друку Вченюю радою Університету економіки
та права «КРОК» (протокол № 5 від 24 лютого 2022 р.)*

Автори –

колектив викладачів кафедри міжнародних економічних відносин Університету «КРОК»: д.е.н., професор Рокоча В.В. (керівник авторського колективу, науковий редактор; Передмова, Розділ 1, Післямова), кандидати економічних наук, доценти кафедри Горбачук О.І. (Розділ 6, 9), Маринович В.В. (Розділ 5), Цевух С.М. (Розділ 7);

партнери кафедри міжнародних економічних відносин у розробці наукової теми:

д. е. н., проф. кафедри європейської економіки і бізнесу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана Ткаленко С.І. (розділ 10),

O. Khoroshun, Dr., Prof., Hochschule Fresenius, University of Applied Sciences, Cologne, Germany (д-р, професор Хоропун О.) (Розділ 3),

H. Olasyuk, Dr., As. Prof., O.P. Jindal Global University, Jindal Global Business School, Indie (к.е.н., асоційований проф. Г. Оласюк) (Розділ 2),

к. е. н. Дмитрієва Н.О., провідний фахівець з розвитку BigData продуктів ПАТ «Київстар» (Розділ 4),

к. е. н., доц. кафедри економіки Державного університету телекомунікацій (м. Київ) Сукурова Н.М. (Розділ 8).

Рецензенти:

В.А. Вергун, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Т.В. Орехова, доктор економічних наук, декан економічного факультету, професор кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Г.В. Дутінець, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світової економіки Державного торговельно-економічного університету.

C 91 Сучасні технології реалізації експортного потенціалу:

Колективна монографія / В.В. Рокоча, С.І. Ткаленко, О. Хорошун та ін.: за ред. В.В. Рокочої. – К.: Ун-т «КРОК», 2022. – 454 с.

ISBN 978-966-170-070-2

У колективній монографії розглянуто проблеми формування та реалізації експортного потенціалу країни у його проявах на мікро-, мезо- та макрорівні. Виходячи із сучасних теоретико-методологічних поглядів, автори акцентували увагу на технологіях, спрямованих на оптимізацію використання експортного потенціалу, застосувавши функціональний та геоекономічний підходи, що дозволило вийти на принципові нові науково-теоретичні висновки та практичні рекомендації українському експортно-орієнтованому бізнесу.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, магістрантів і студентів, представників бізнес-орієнтованих структур і всіх, кого цікавлять проблеми розвитку експортно-орієнтованого бізнесу та експортного потенціалу як його основи.

УДК 005.5:005.336:339.564

C 91

ЗМІСТ

Передмова	7
Частина 1. Експортний потенціал країни та його оціночні характеристики	12
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження проблем формування експортного потенціалу національних економік....	12
1.1. Експортний потенціал країни – потенційна спроможність стати країною-експортером.....	12
1.2. Ресурсна база формування експортного потенціалу та фактори його розвитку.....	25
1.3. Структура експортного потенціалу	34
1.4. Перманентність процесу переформування експортного потенціалу.....	47
Використані джерела.....	58
Розділ 2. Безпекові параметри сучасного розвитку експортного потенціалу України	63
2.1. Ресурсна безпека держави як елемент економічної безпеки та основа формування експортного потенціалу країни... <td>63</td>	63
2.2. Вплив сировинного експорту та імпорту на економічне зростання України	72
2.3. Кількісні параметри експортного потенціалу України....	81
Використані джерела.....	93
Частина 2. Функціональні технології сучасного використання експортного потенціалу	97
Розділ 3. Участь у глобальних виробничо-збутових ланцюгах у технологіях реалізації експортного потенціалу	97
3.1. Глобальні виробничо-збутові мережі експортно-орієнтованого бізнесу	97
3.2. Офшорінгові та решорінгові технології в управлінні глобальними виробничо-збутовими ланцюгами.....	117
Використані джерела.....	148

Розділ 4. Цифрова стратегія ІТ-послуг в технологіях	
використання експортного потенціалу країни	152
4.1. Світова сфера інформаційно-комунікаційних	
технологій 4.2. Експортні можливості ринку ІТ-послуг України.....	152 162
4.3. Фінансові ресурси ІТ-компаній і стартапів	
та система оподаткування ІКТ-сектору Використані джерела.....	184 195
Розділ 5. Технології конкурентного бенчмаркінгу в забезпеченні	
реалізації експортного потенціалу країни.....	203
5.1. Використання експортно-орієнтованим бізнесом	
технологій конкурентного бенчмаркінгу 5.2. Місце конкурентного бенчмаркінгу в експортно-	203 226
орієнтованій моделі розвитку країни..... Використані джерела.....	242
Розділ 6. Економічна дипломатія як технологія реалізації	
експортного потенціалу	245
6.1. Роль економічної дипломатії в міжнародній торгівлі....	245
6.2. Емпіричні дослідження щодо ролі економічної дипломатії	
в реалізації експортного потенціалу України	264
Використані джерела.....	279
Частина 3. Геоекономічні технології реалізації	
експортного потенціалу країни	283
Розділ 7. Євроатлантична та тихоокеанська складові	
експортної орієнтації міжнародного бізнесу України	283
7.1. Особливості реалізації експортного потенціалу	
українського бізнесу на внутрішньому ринку	
Європейського союзу	283
7.2. Специфіка трансатлантичного співробітництва	
зі Сполученими Штатами Америки	303
7.3. Забезпечення конкурентоспроможності експортно-	
орієнтованого бізнесу України як основа для реалізації	
національного експортного потенціалу	319
Використані джерела.....	325

Розділ 8. Інтеграційне співробітництво України на пострадянському просторі: Росія як головний партнер	327
8.1. Особливості сучасного стану та тенденції розвитку зовнішньоекономічних відносин України та Російської Федерації 8.2. Інтеграційно-дезінтеграційні контроверсії у відносинах між Україною та Росією: на шляху від «розлучення» до співіснування..... Використані джерела.....	327 342 355
Розділ 9. Африканський вектор в реалізації експортного потенціалу України	356
9.1. Африка як один з пріоритетних напрямків українського експорту 9.2. Робота українських посольств та політико-дипломатичний супровід вітчизняного експорту на африканському континенті..... Використані джерела.....	356 368 417
Частина 4. Перспективи подальшого розвитку і використання експортного потенціалу України.....	418
Розділ 10. Особливості сучасного розвитку експортного потенціалу України та напрямки його реформування	418
10.1. Державна підтримка становлення та розвитку експортного бізнесу в Україні..... 10.2. Напрямки сучасного розвитку експортного потенціалу України..... 10.3. Національні стратегії та плани подальшого розвитку експортного бізнесу в Україні	418 430 441
Використані джерела	449
Післямова	451

Передмова

Сучасний розвиток світового господарства, що зумовлений глобалізацією світогосподарських зв'язків, характеризується зростанням ролі зовнішньої торгівлі між країнами та посиленням міжнародної конкуренції. Завдяки глобалізації економіки світовий ринок перетворився на єдину систему з рівними умовами конкурентної боротьби для всіх виробників. Рівність умов спричинила появу нових вимог до останніх – їх продукція визнається ринком тільки за умови її конкурентоспроможності. Зовнішнє середовище перетворюється на домінантне і його вимоги набирають силу економічного закону, врахування якого стає обов'язковим як окремими економічними суб'єктами, так і національними економіками в цілому. Якщо взяти до уваги той факт, що майже всі країни світу є країнами з відкритими товарними ринками, то цей закон є законом не тільки їх прогресуючого розвитку, а й законом виживання їх господарських суб'єктів. А це означає, що підприємства, регіони та країни мають зосереджувати увагу на формуванні та ефективному використанні свого експортного потенціалу.

Від реалізації експортного потенціалу значною мірою залежить національний економічний розвиток та економічне зростання країни, бо, незважаючи на наявний потенціал національної економіки в забезпеченні вітчизняними товарами та послугами світової економіки, Україна, наприклад, у 2020 р. посіла лише 47 місце за обсягами експорту товарів та послуг, займаючи 0,26% у світовому експорті [1]. Попри значний економічний та людський потенціал, суттєві стратегічні переваги за географічним положенням, темпи зростання української економіки залишаються нижчими за темпи економічного зростання географічних сусідів. На сьогодні Україна залишається єдиною країною з регіону Східної Європи та колишнього СРСР, в якій по цей час рівень доходів на душу населення залишається нижчим

за 1991 рік [2]. За умови високого рівня відкритості товарних ринків зміни ставлення до формування і реалізації експортного потенціалу стають нагальною задачею економічної стратегії країни. При її формуванні країна має виходити з того, що період активної глобалізації вже завершено. Основоположні глобальні ланцюги створення вартості вже не тільки функціонують, а й реформуються. Україна не змогла своєчасно інтегруватись в їх структури з ефективністю для себе. Її роль звелася до несистемних, а часто хаотичних торговельних операцій без прямого включення у глобальні виробничо-збутові мережі, які і забезпечують в сучасних умовах прогресуючий економічний розвиток і соціально-економічне вирівнювання. Концентруючи свої зусилля на утриманні позиції постачальника сировинних матеріалів (чи то мінеральних, чи аграрних), Україна закріплює свою міжнародну спеціалізацію сировинного придатку, не претендуючи на зміну цієї позиції у світовій економіці. Саме це є основною причиною необхідності пописку шляхів подальшого формування і реалізації експортного потенціалу країни так, щоб вони могли забезпечити країні пристойне місце у глобальних виробничо-збутових мережах і в глобальній економіці в цілому.

Вже відомі до цього часу технології інтеграції у глобальні ланцюги створення вартості фактично вичерпали себе. Постає задача пошуку нових, нетрадиційних шляхів та методів. В економічній літературі з міжнародної проблематики термін «технології» вживается надзвичайно рідко, іноді він використовується по відношенню до методів та інструментів маркетингової діяльності. «Великий тлумачний словник сучасної української мови» прив'язує цей термін тільки до виконання виробничих операцій [3], так само й економічні словники, хоча «Політологічний енциклопедичний словник» дає розгорнуте визначення політичним технологіям [4]. Відомий в Німеччині «Лексикон народного господарства» використовує термін «технології», але в одному розумінні – як єдність наукових знань та технічних

винаходів прикладних методів і досвіду виробництва та розподілу товарів та послуг [5]. Ми свідомо використовуємо цей термін по відношенню до діяльності експортно-орієнтованого бізнесу, розуміючи під цим сукупність методів та дій, необхідних для досягнення мети переформування експортного потенціалу та його ефективного використання експортно-орієнтованим бізнесом країни.

В монографії такі методи та дії було систематизовано і об'єднано у дві групи технологій – функціональні та геоекономічні.

Функціональні технології здійснюють прямий вплив на підвищення ефективності використання експортного потенціалу. Вони дозволяють виявити напрямки перетворення нереалізованого експортного потенціалу на реалізований, в них містяться додаткові важелі впливу на розкриття експортних можливостей компаній і, оскільки вони являють собою сукупність методів та дій, то кожна з технологій має свої інструменти спонукання до оптимізації реалізації експортного потенціалу. Серед таких технологій автори монографії віддають перевагу інтеграції у глобальні виробничо-збутові ланцюги, диджиталізації міжнародних товарообмінних та виробничих операцій, конкурентному бенчмарку та економічний дипломатії. Всі дії, що з ними пов'язані, націлені на пошук ніш та методів інтеграції у глобальну торгівлю і глобальне виробництво.

Геоекономічні технології націлені на пошук шляхів активізації реалізації експортного потенціалу в певних міжнародних регіонах та країнах. Вони дають можливість не тільки визначити географічні складові, що сприяють реформуванню експортного потенціалу, а й відтворити моделі входження у той чи інший геоекономічний простір. Одним з провідних інструментів цих технологій є політико-дипломатичні, без їх інтенсивного залучення пошук ринків і тим більше вихід на них не є можливими. Досвід роботи на африканському континенті є найкращим доказом тому.

Поєднання сучасних теоретико-методологічних підходів з вагомою фактологічною і статистичною базою, використання економіко-математичних моделей з метою обґрунтування основних наукових висновків роблять це дослідження достатньо вагомим і значимим для української науки і практики міжнародної економічної діяльності. Цілий ряд результатів наукового дослідження було отримано вперше в українській науці. Це стосується насамперед:

- визначення особливостей формування і реалізації експортного потенціалу України;
- встановлення залежності між зростанням української економіки та сировиною орієнтацією її експорту;
- виявлення зв'язку між експортним потенціалом країни та її участю у глобальних виробничо-збутових мережах;
- оцінки ролі впровадження технологій передового цифрового виробництва в експортно-орієнтований бізнес;
- ідентифікація місця конкурентного бенчмарку в реалізації експортного потенціалу шляхом просування експорту на зовнішні ринки, використання експортного аналізу та експортного консалтингу;
- доведення позитивного зв'язку між дією інструментів економічної дипломатії та основними показниками реалізації експортного потенціалу країни;
- обґрунтування тези про необхідність формування кластерної моделі організації бізнесу задля оптимізації використання експортного потенціалу країни та його переформування в напрямку підвищення конкурентоздатності;
- висновка про значущість для реалізації експортного потенціалу країни роботи посольств, коли, наприклад, за відсутності енергійних політичних кроків вищого керівництва держави щодо країн Африки українські посольства виступають драйверами просування українського експорту;

- обґрунтування державної підтримки розвитку та переформування експортного потенціалу країни, за яких забезпечується збалансованість між внутрішнім та зовнішнім попитом на українські товари та послуги, покращується структура експорту на користь високоємної та науковоємної продукції й подальшого розвитку ІКТ.

Ця колективна монографія є результатом роботи науковців кафедри міжнародної економіки Університету «КРОК» над науковою темою «Геоекономічні пріоритети розвитку експортно-орієнтованого бізнесу України». До роботи над темою були також залучені наукові партнери з університетів Німеччини, Індії, Києва та бізнес-структур. В перебігу роботи над темою проміжні результати дослідження обговорювалися на двох міжнародних науково-практичних конференціях і були опубліковані в ряді українських та зарубіжних видань. Відтак, вони пройшли достатньо серйозну апробацію.

Автори дякують усім, хто допомагав в роботі над темою і насамперед Університету «КРОК» за допомогу в публікації цього наукового видання.

Використані джерела

1. Дуляба Н.І., Далик В.П. Розвиток зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної нестабільності //Ефективна економіка – www.economy.nauka.com.ua|№ 11,2020. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.82
2. Любченко О. Ключові завдання для економічного зростання України // LB.ua. – 21.07.2021 – URL: https://rus.ib.ua/economics/2021/07/21/489874_klyuchovi_zavdannya_ekonomichnogo.html
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2002. – 1440 с. – С.1245
4. Політологічний енциклопедичний словник. – К: Генеза, 1997. – 400 с. – С. 349
5. Geigant F., Sobotka D., Westphal H.M. Lexikon der Volkswirtschaft. – Мюнхен: Verlag Moderne Industrie, S.483.

Частина 1

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇНИ ТА ЙОГО ОЦІНОЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Розділ 1

Теоретико-методологічні засади дослідження проблем формування експортного потенціалу національних економік

1.1. Експортний потенціал країни – потенційна спроможність стати країною-експортером

Розвиток національної економіки визначається двома групами факторів – зовнішніми і внутрішніми. Зовнішні чинники економічного розвитку формуються внаслідок дії ринкових сил, які висувають умови функціонування будь-якої економічної системи, що підпадає під їх дію. Ринок являє собою середовище, для якого територіальні кордони не мають значення. Кордони між країнами, що визначають приналежність ринку до всесвітнього, регіонального чи національного (внутрішнього), породжені не закономірностями розвитку ринкової економіки, а чисто суб'єктивним втручанням в нього політичних суб'єктів, які є носіями політичної влади, що встановлюють територіальні обмеження.

Звісно, ринок не є самодостатнім і абсолютно функціонально спроможним. Його дисфункція починається насамперед там, де держава прагне перейняти на себе регулятивні важелі, перетворивши саморозвиток економічної системи на свідомо керований у відповідності з визначеними нею параметрами. Вважається, що таке керування є інструментом захисту державних економічних інтересів, які відповідають потребам національної економіки. У такий спосіб держава стимулює або обмежує

вплив тих чи інших зовнішніх чинників розвитку. Ці державні дії безпосередньо стосуються участі країни у глобалізаційних та інтеграційних процесах. Таким чином, ринкова поведінка економічних суб'єктів потрапляє у певні рамкові умови щодо використання чинників розвитку. Але державні економічні інтереси не завжди тотожні економічним інтересам економічних агентів, представлених бізнес-структурами. В усіх випадках, коли йдеться про максимізацію їх прибутків, вони прагнуть обійти обмеження, ставши гравцями всесвітнього ринку, який обіцяє розширення масштабів і сфери діяльності та реалізацію їх цільової функції. Зовнішня торгівля, яка є найбільш використовуваним інструментом використання переваг всесвітнього ринку і забезпечення потреб цільової функції бізнес-одиниць, стає провідним важелем узгодження економічних інтересів держави та економічних суб'єктів як ринкових гравців.

Інтеграція у всесвітній ринок вимагає від держави і економічних суб'єктів наявності економічного потенціалу, який співставний з потребами ринку. Це означає, що він має слугувати певним доповненням світового економічного потенціалу і своїм включенням у нього забезпечувати зростання світової економіки та її суб'єктів.

Економічна наука дає безліч визначень економічного потенціалу. Взагалі сам термін «потенціал» є латинського походження і в перекладі означає «сила, міць». Подальше тлумачення терміну варто пов'язати з його визначенням словниками іншомовних слів. Тут трактування сили йде паралельно з її можливостями щодо застосування: «Сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил і т. і., що можуть бути використані в якій-небудь галузі, ділянці, сфері», це «приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов» [1, с. 601] та з певними цілями: «...засоби, що можуть бути мобілізовані, використані для досягнення певної мети...» [2, с. 388-389]. Отож, потенціал має використовува-

тися задля досягнення якоїсь мети. І ще одне важливе, на наш погляд, зауваження. Воно було висловлене А. В. Череп та Я. О. Зубицькою, які звернули увагу на те, що потенціал втілює у собі водночас три часових виміри – наслідки минулого, поточний стан теперішнього та орієнтацію на майбутнє, тобто включає в себе накопичені властивості, які практично використовуються в теперішньому часі, їх розвиток і надбання нових здібностей у майбутньому [3, с. 247]. Звідси випливає, що потенціал можна визначити як надбання минулого, що використовуються в теперішньому з певною метою і орієнтовані на майбутнє. Ймовірно, що мета використання потенціалу у різних часових вимірах підлягає коригуванню.

Економічний потенціал є специфічною формою прояву потенціалу як такого. Специфіка його прояву – особлива сфера розповсюдження: економічне середовище. Відтак, його можна визначити як економічну потужність певного суб'єкта, яка сформувалася в минулому, використовується в теперішньому задля економічного розвитку та через набуття нових кількісно-якісних характеристик у теперішньому може бути використана в майбутньому. Такими суб'єктами можуть виступати світова, регіональна та національна економіка та економічні агенти останньої. Останньої – тому що саме вони за відповідних умов стають економічними агентами і першої, і другої. Це перетворення здійснюється насамперед шляхом їх включення у міжнародні торговельні відносини, тобто шляхом лібералізації внутрішньої торгівлі і розширення меж внутрішнього ринку до всесвітнього.

Таким чином, економічні агенти, що є суб'єктами внутрішньої економіки, виступають носіями міжнародних економічних відносин і завдяки цьому економічний потенціал країни реалізується як на рівні національної економіки, так і на рівні міжнародної регіональної та світової. Це означає, що національний економічний потенціал, з точки зору його реалізації, можна

представити як сукупність внутрішнього і зовнішнього або експортного. Власне такий підхід домінує сьогодні у вітчизняній економічній літературі.

У світовій же економічній думці експортний потенціал не розглядається як окрема економічна категорія. Немає згадки і про те, що він може слугувати підвищенню економічного потенціалу країни. У виділенні цієї категорії у західній науки просто немає потреби. Ринкові відносини створюють такі умови функціонування бізнес-структур, що технічні стандарти продукції, що спрямовується на ринок, мають строго відповідати міжнародним нормам, через що для її виробників не має значення, на який з ринків – чи то внутрішній, чи зовнішній – вони будуть виходити. Для українських виробників, де рівень технічних вимог до продукції на внутрішньому ринку часто нижчий, ніж на світовому і де до цього часу зберігся розподіл виробництва на «для внутрішнього споживання» і «на експорт», поняття «експортний потенціал» має особливе значення. Відтак, більшість українських науковців пишуть про те, що експортний потенціал є самостійною категорією і він являє собою складову економічного потенціалу країни [див., напр., 4, 5, 6, 7].

Українські науковці розглядають експортний потенціал у відповідності до використовуваних ними методологічних прийомів економічного аналізу. За основу вибору методології береться наявність або (а) певних ресурсів, або (б) можливостей, або (в) чинників, що впливають на ефективність експортної діяльності. Відтак методологія аналізу представлена сукупністю прийомів системного, ресурсного, результативного, ринкового, цільового, компаративного, функціонального та адаптаційного підходів [5]. Наприклад, Е. Нікітіна, використовуючи системний підхід, визначає експортний потенціал як здатність єдиного народного господарського комплексу країни виготовляти максимальну кількість конкурентоспроможних товарів на світовий ринок, надавати якнайбільше якісних послуг і виконува-

ти необхідну кількість робіт на замовлення іноземних країн і компаній [6]. Інша прихильниця системного підходу – О. Мельник – ідентифікуючи експортний потенціал як складне системноструктурне явище, розглядає його як частку економічного потенціалу, що забезпечує його зчеплення із зовнішнім ринком і усталене функціонування як суб'єкта міжнародної економічної діяльності. [7, с. 228].

Серед представників ресурсного підходу можна відмітити С. Бестужеву, О. Пирог, А. Зацепило. За С. Бестужевою, експортний потенціал характеризується використанням технологічних, трудових, інтелектуальних, природних та інших ресурсів у структурі міжнародних коопераційних зв'язків [8, с. 76], а О. Пирог та А. Зацепило вважають, що він визначається можливістю використання природних, виробничих, технологічних, трудових та інвестиційних ресурсів у структурі світо-господарських зв'язків [9, с. 145]. Проте найбільш поширеним є ринковий підхід. Його поділяють Т. Мельник, Г. Крупніцька, С. Іванцук, Н. Тюріна, Е. Шелест, В. Дружиніна, Л. Різінченко, Л. Віднайчук-Вірван, Н. Вірван та багато інших. Так, Н. Тюріна та Е. Шелест на підставі ринкового підходу визначають експортний потенціал як обсяг конкурентоспроможних ресурсів, які певна економічна система має або здатна створити і спроможна реалізувати на зовнішніх ринках у теперішньому та майбутньому часі (наприклад територія, земля, корисні копалини, вироблена продукція, наукові розробки, висококваліфіковані фахівці тощо) [10, с. 194]. В. Дружиніна та Л. Різінченко вбачають в ньому обсяг конкурентоспроможної продукції, яку здатна створити й спроможна реалізувати на зовнішніх ринках у просторово-часовому вимірі певна виробничо-господарська система [11, с. 248], а Л. Віднайчук-Вірван та Н. Вірван – здатність суспільного виробництва країни виробляти необхідну кількість конкурентоспроможних товарів для зовнішнього ринку [12, с. 135].

Незважаючи на те, який з методологічних підходів до аналізу використовується науковцями, він виводить на один висновок – експортний потенціал не є автономним, він виступає структурним елементом економічного потенціалу. Разом з тим маємо зауважити, що ця неавтономність є відносною. Специфіка експортного потенціалу в тому, що він не реалізується всередині країни. І хоча його формування і в минулому, і в теперішньому пов’язане з використанням ресурсів, які важко поділити на ті, що використовуються для виробництва товарів для внутрішнього ринку і виробництва для зовнішнього ринку, механізми реалізації цих товарів є різними. О. Мельник з цього приводу вірно вказує, що «у міжнародному економічному просторі експортний потенціал підприємства набуває нових якісних ознак, що відзеркалюють не просто ресурсні можливості національного економічного суб’єкта, а й потреби та інтереси зарубіжних країн та їх економічних агентів. І саме останні визначають, яким має бути експортний потенціал зарубіжного продуцента, щоб задовольняти їх потреби й інтереси, впливаючи таким чином на формування і розвиток як ресурсної бази, так і інших складових експортного потенціалу підприємства» [13, с. 228].

Отже, експортний потенціал є складним і багатовекторним явищем. Через визначальний вплив на нього політики та економіки інших країн, світових ринків та в цілому міжнародних торговельних й економічних відносин він є відносно незалежним.

Дослідження проблем реалізації експортного потенціалу, перші результати якого були оприлюднені на науково-теоретичній конференції в Університеті «КРОК» [14], дозволили вийти на достатньо важливу теоретико-методологічну позицію щодо встановлення кількісно-якісних зв’язків між економічним та експортним потенціалом [15]. Її основну сутність можна звести до такого: якщо формою реалізації економічного потенціалу та його агрегованим вимірним показником висту-

нас ВВП країни, то формою реалізації експортного потенціалу і його вимірним показником є експорт країни, який входить до складу її ВВП. Безпосередньо кількісний зв'язок між економічним та експортним потенціалами відбуває показник експортної відкритості країни – експортна квота, яка дозволяє виявити частку експортного потенціалу в економічному потенціалі. Розрахунки експортної квоти для України засвідчують, що експортний потенціал кількісно складає левову часту економічного потенціалу країни (табл. 1.1).

**Кількісний зв'язок між економічним
та експортним потенціалами**

Таблиця 1.1

Роки	ВВП (\$ млн.)	Експорт (\$ млн.)	Експортна квота (%) ¹
1999	31580.9	15195.5	48.12
2000	32375.3	18227.6	56.3
2001	39309.6	19996.6	50.87
2002	43956.4	22260.9	50.64
2003	513315	27591.7	53.75
2004	67217.6	38278.8	56.96
2005	89239.4	40671.6	45.58
2006	111885.0	46159.8	42.26
2007	148734.0	58731.2	39.49
2008	188111.0	79227.4	42.12
2009	122993.0	49825.4	40.51
2010	141210.0	63341.5	44.86
2011	169333.0	80330.5	47.44
2012	182592.0	83010.7	45.46
2013	190499.0	77416.9	40.64
2014	133503.0	68134.9	51.04
2015	91031.0	49647.4	54.54

Продовження табл. 1.1

2016	93356.0	46098.3	49.38
2017	112190.0	53132.7	47.36
2018	137691.0	58972.9	42.83
2019	137282.1	65292.1	47.56

Джерело: [15]

Більше того, кількісні виміри експортного потенціалу переважають у зв'язку зі ступенем глобалізації національної економіки: падіння експортної квоти викликає зменшення індексу глобалізації, незважаючи на те, що міра глобалізації будь-якої національної економіки є величиною складеною і включає в себе як економічну, так і політичну, і соціальну глобалізацію. Цей тренд чітко простежується в Україні (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Залежність між ступенем відкритості економіки України та ступенем її глобалізації

Роки	Експортна квота1	Індекс глобалізації (%)
2012	45,46	62,92
2013	40,64	74,25
2014	51,04	74,48
2015	54,54	76,36
2015	49,38	76,22
2017	47,36	70,24
2018	42,83	70,60
2019	47,56	74,83

Джерело: [15]

Подальше узагальнення визначень експортного потенціалу, що мають місце у різних фахівців з цієї проблеми, дозволяє виділити його дві принципові характеристики: по-перше, експортний потенціал пов'язаний з конкурентоспроможністю

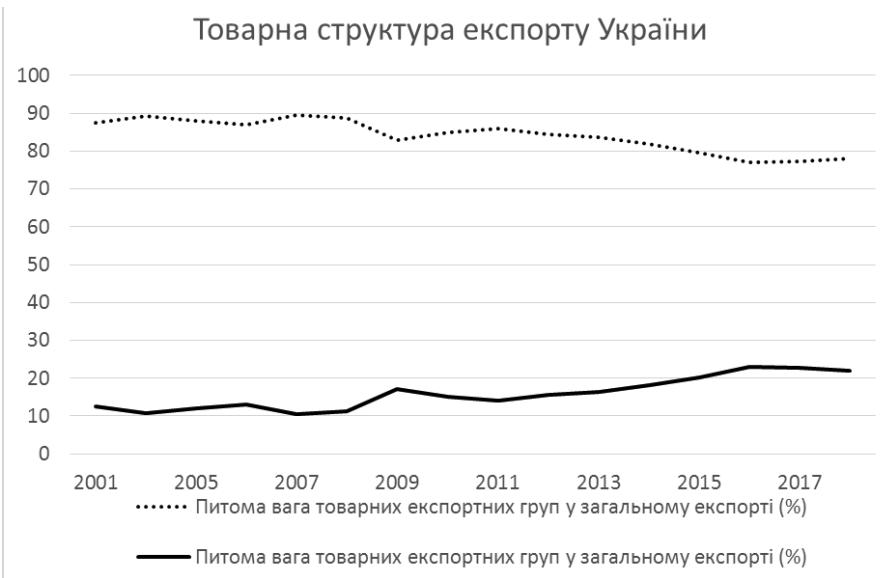
продукції, що призначена для реалізації на світових товарних ринках, по-друге, він складається з експортних потенціалів, носіями яких є певні підприємства. Обидві характеристики передбачають одна одну. З одного боку, кількісний вираз експортного потенціалу як обсяг продаж товарів та послуг на зовнішніх ринках може проявитися за умови здатності підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію та реалізувати її на зовнішніх ринках у просторово-часовому вимірі. З іншого – конкурентоспроможність продукції безпосередньо залежить від економічного суб’єкта, представленого підприємством. Таким чином, формування і реалізація експортного потенціалу країни визначаються наявними конкурентними перевагами сукупності певних підприємств.

За визначенням, конкурентні переваги можуть бути природними і набутими. У формуванні природних переваг провідна роль належить природно-ресурсному потенціалу, у формуванні набутих – науково-технічному. Останні надають експортному потенціалу динамізму, бо уможливлюють модернізацію економічних структур і появу нових виробництв та підгалузей, що орієнтовані на зовнішні ринки. Саме розвиток міжнародних конкурентних переваг є домінантним у визначенні трендів експортного потенціалу.

Експортний потенціал України формується під впливом домінування природних конкурентних переваг. В Україні згідно УКТЗЕД налічується 21 експортна товарна група. Провідними з них є 8. Вони були визначені нами як галузі, питома вага в загальному експорті яких становить понад 3% (за базу було взято 2001 р.). Серед них: продукти рослинного походження (ІI товарна група), продукція харчової промисловості (ІУ), мінеральні продукти (У), продукти хімічної та пов'язаної з нею галузей (УІ), текстиль та текстильні вироби (ХІ), неблагородні метали та вироби з них (ХУ), машини, устаткування та механізми (ХҮІ), транспортні засоби та шляхове обладнання (ХҮІІ).

У 2018 р. на них припадало 78,1% загального експорту, решта – інші експортні галузі [15]. Динаміка змін у питомій вазі названих товарних груп представлена на рис. 1.

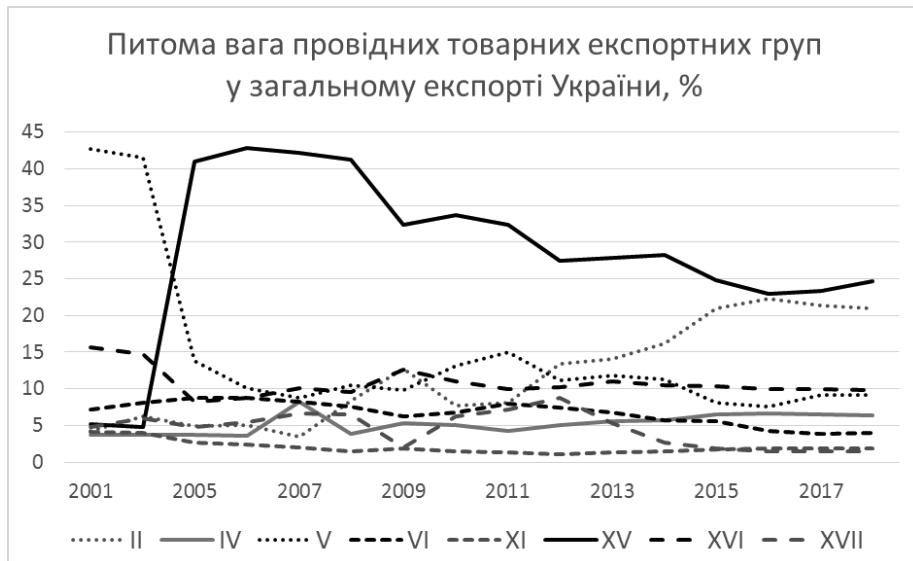
Аналіз товарної структури провідних експортних груп (див. рис. 2) підводить до висновку про те, що на галузі з домінуванням природних конкурентних переваг у 2001 р. припадало 62,97%, на галузі з домінуванням набутих конкурентних переваг – 24,53% загального експорту, у 2018 р. перші мали 65,1%, другі – 13% [15]. Офіційна українська експортна статистика свідчить про яскраво виражені тренди: нарощення значення природних конкурентних переваг і втрату позицій в реалізації набутих конкурентних переваг. Домінує аграрно-сировинна спрямованість українського експорту.



з 2014 р. без урахування тимчасово окупованої території АРК і м. Севастополя

Рис. 1. Динаміка змін питомої ваги експортних груп товарів України з 2001 р. по 2018 р.

Джерело: [15]



3 2014 р. без урахування тимчасово окупованої території АРК і м. Севастополя

Коди провідних експортних товарних груп:

II – продукти рослинного походження

IV – продукція харчової промисловості

V – мінеральні продукти

VI – продукти хімічної та пов’язаної з нею галузей

XI – текстиль та текстильні вироби

XV – неблагородні метали та вироби з них

XVI – машини, устаткування та механізми

XVII – транспортні засоби та пляхове обладнання

Рис. 2. Динаміка товарної структури експорту України по провідних товарних групах

Джерело: [15]

У 2020 р. обсяги експорту зросли по 38 експортних товарних групах з номінальних 96. У цілому позитивну динаміку країна мала по 49% товарних позиціях із сукупної більше ніж 8000 позицій експортної номенклатури. [16]. Найбільш динамічно зростали поставки трьох груп – рослинних олій, руд та добрив. Рекордсменами за динамікою зростання експорту серед конкретних товарних позицій стали лісоматеріали із сосни

та піхти, куряча грудинка, нітрат амонію (добриво), гігієнічні прокладки, водостійка керамічна плитка, пристрой для зарядки акумуляторів, сигарети ін. Із загального експорту товарів частка продукції АПК та харчової промисловості склала 47,7%, третину першої забезпечили лише 20 компаній.

Найбільш потужні джерела валютної виручки залишились такими, як і в попередні роки – соняшникова олія, кукурудза, пшениця, залізорудний концентрат, залізорудні окатиші. Разом ця п'ятірка забезпечила у 2020 р. близько 34% доходів експортерів, навіть на 4% більше ніж у 2019 р. Так, за інформацією асоціації «Укроліяпром», частка України у світовому експорті соняшникової олії досягла 52%, а загальний обсяг експорту країни уже другий рік коливається на рівні 41-43% від розміру ВВП [16]. Рада по питаннях експорту продовольства (UFEB) вважає, що експортний план України можуть ефективно поповнити такі продукти, як вершкове масло (Україна у п'ятірці світових експортерів), яблука, мед, соєва олія, та молочна продукція, з якої Україна в десятці світових лідерів-експортерів. [17].

Отже, експортний потенціал України оформився і використовується згідно наявних природних конкурентних переваг. Цей вербалний висновок підтверджують і дослідження Інституту суспільно-економічних досліджень (ІСЕД), який ще у 2016 р. провів аналіз економічної ситуації в Україні і виступив з практичними рекомендаціями з державної політики щодо зміни моделі економічного розвитку країни. Опублікована за результатами аналізу робота «Політика економічного прагматизму» містить вагомі статистико-економічні обґрунтування цілого ряду питань, що стосуються експортного потенціалу України та його реалізації бізнес-структурами. [18] Насамперед, це стосується Індексу виявленіх конкурентних переваг України у торгівлі товарами, який був розрахований експертами Інституту (табл. 3). Індекс розраховується як відносна величина:

$$\frac{X_{\text{кг}}/X_{\text{к}}}{X_{\text{ср}}/X_{\text{с}}} \quad (1)$$

де $X_{\text{кг}}$ — експорт товару Т країною К,

$X_{\text{к}}$ — загальний експорт країною К,

$X_{\text{ср}}$ — світовий експорт товару Т,

$X_{\text{с}}$ — загальний світовий експорт,

а його параметри прив'язані до 1 (100%). Якщо значення Індексу перевищує 1, то країна має виявлену порівняльну перевагу, якщо значення індексу менше 1, то вона має виявлену порівняльну невигоду.

Таблиця 1.3
Індекс виявлених конкурентних переваг
України у торгівлі товарами

Групи товарів	2009	2010	2011	2012	2013
Тваринництво	0,65	0,67	0,67	0,69	0,79
Хімічні продукти	0,68	0,73	0,96	0,89	0,75
Продукти харчування	1,45	1,53	1,34	1,67	1,79
Взуття	0,33	0,38	0,4	0,38	0,46
Паливо	0,43	0,64	0,64	0,37	0,28
Шкіра та вироби з неї	0,5	0,5	0,43	0,37	0,52
Електричні та механічні машини	0,39	0,36	0,37	0,37	0,42
Метали	5,03	4,37	3,96	3,99	4,02
Мінерали	4,06	4,29	4,08	4,37	4,81
Інше	0,21	0,23	0,26	0,23	0,41
Пластикові чи гумові вироби	0,29	0,26	0,3	0,34	0,28
Камінь чи скло	0,27	0,25	0,23	0,28	0,35
Текстиль та одяг	0,38	0,34	0,33	0,34	0,39
Транспорт	0,44	0,67	0,79	0,84	0,57
Овочі	5,28	4,12	3,72	5,76	5,59
Деревина	1,35	1,38	1,39	1,55	1,86

Джерело: [18, с. 81-82]

За наведеними у табл. 1.3 обрахунками Інституту, виявлені конкурентні переваги Україна у 2009 р. мала по п'яти товарних групах: овочі (5,28), метали (5,03), мінерали (4,06), продукти харчування (1,45), деревина (1,35). Через чотири роки (у 2014 р.) перелік груп не змінився, певні зміни відбулися у рейтингу і у величинах самих індексів. По-перше, рейтинг товарних груп став виглядати так: овочі (5,5), мінерали (4,81), метали (4,02), деревина (1,86), продукти харчування (1,79). По-друге, найбільше зростання виявлених конкурентних переваг (137,8%) продемонструвала сировина, найменше – овочі (105,9). По-третє, на 25,1% впала конкурентна перевага товарної групи метали. Разом з тим, відбулося незначне зростання конкурентних переваг у товарних групах з виявленою порівняльною невигодою. Воно стосувалося насамперед сировинних товарних груп. І хоча мало місце також зменшення порівняльної невигоди у манінбудівній групі, її порівняльна перевага залишилась на рівні 0,42–0,57, в той час як, наприклад, перевага тваринництва і хімічних продуктів досягла майже 0,8. Таким чином, ще раз було констатовано, що експортний потенціал України залишається аграрно-сировинним.

Реалізація природних конкурентних переваг, як домінантна ознака експортного потенціалу України, засвідчує сформовану експортну особливість країни. Вона склалася ще з часів радянської доби і залишається до цього часу. Основна причина тому – специфіка ресурсної бази.

1.2. Ресурсна база формування експортного потенціалу та фактори його розвитку

Формування експортного потенціалу країни та його конкурентні переваги залежать від ресурсної бази, яка є у неї в наявності. Визначальна властивість ресурсної бази полягає в тому, що вона як національне багатство складає основу економічного потенціалу країни і таким чином бере участь у формуванні всіх

його складових. Складники економічного потенціалу водночас виступають складниками експортного потенціалу. Так, виробничий потенціал заснований на наявності і реалізації основного капіталу, техніко-технологічних та інфраструктурних можливостях, інтелектуальний – на науково-технологічних та організаційно-технічних можливостях, фінансовий – на фінансових можливостях.

У процесі формування експортного потенціалу присутні всі різновиди економічного потенціалу, і вони можуть виступати як його складниками, так і ресурсами, оскільки використовуються як результат реалізації інших потенціалів, тобто формування експортного потенціалу здійснюється через поєднання ресурсів та результатів їх використання. Факторні потенціали по відношенню до експортного потенціалу відіграють таку ж роль, як і по відношенню до економічного потенціалу: використовуючись для виробництва певних товарів чи надання послуг, вони забезпечують вихід країни на зовнішні ринки і результат використання ресурсів експортного потенціалу визначає стан експортної орієнтації національних бізнес-структур. Факторний вплив тим більший, чим повніше й інтенсивніше, тобто ефективніше, використовуються факторні потенціали. Міра їх використання залежить від цільової функції економічних суб'єктів. Відтак, об'єктивні засади формування експортного потенціалу і його розвитку визначаються наявністю ресурсної бази, а його реалізація – діловою політикою суб'єктів експортного потенціалу.

Ресурсна база експортного потенціалу складається з ряду факторних потенціалів. Провідними серед них є виробничий, кадровий, інтелектуальний, фінансовий та природно-ресурсний. Особливе місце займає ринковий потенціал.

Виробничий потенціал можна представити як сукупність виробничих ресурсів, які є в розпорядженні суб'єктів експортного потенціалу – країни, регіону або підприємства. Він засвід-

чує їх можливості у сфері виробництва товарів та надання послуг. Його основа – засоби виробництва з відповідними параметрами потужності та якісної структури. Міра їх придатності до використання залежить від рівня технологічного укладу притаманного тому чи іншому суб'єкту, ступеня інноваційності виробничого та організаційно-управлінського процесів, у яких задіяні виробничі ресурси, та ступеня модернізації обладнання.

Кадровий потенціал ґрунтуються на можливостях визначеної категорії робітників, спеціалістів та інших груп робітників, які можуть бути задіяні в процесі трудової діяльності згідно зі своїм рівнем професійної підготовки, кваліфікацією та посадовими обв'язками на відповідному етапі розвитку того чи іншого суб'єкта експортного потенціалу.

Інтелектуальний потенціал складає певну систему, що є в розпорядженні кожного із суб'єктів експортного потенціалу і охоплює знання, уміння, навички, компетенції та інтелектуальні ресурси, які використовуються названими суб'єктами задля реалізації своєї цільової функції. В кінцевому рахунку він вказує на стан інтелектуального капіталу та ефективність його використання кожним із суб'єктів.

Фінансовий потенціал характеризується системою показників, які відображають реальні і потенційні фінансові можливості. Основними серед них є: склад та структура активів підприємства, обсяг виробленої продукції та послуг, загальні витрати на виробництво, структура затрат, структура оборотного капіталу та період його обороту, платоспроможність, інвестиційний капітал, інтенсивність інвестицій, норма прибутку капіталу, рентабельність продукції.

Природно-ресурсний потенціал поєднує в собі два компоненти: природні ресурси та природні умови. Якщо перші використовуються або можуть бути використані в процесі виробництва і без них неможлива реалізація виробничого потенціалу, то природні умови не беруть безпосередньої участі у виробни-

чій і невиробничій діяльності. Однак разом з першими вони формують природні конкурентні переваги і впливають на міжнародну спеціалізацію країни, визначаючи профіль експортного потенціалу.

Особливість ринкового потенціалу є двоякою. По-перше, він, на відміну від інших потенціалів, формується за рахунок трьох факторів: (1) маркетингова діяльність підприємства, (2) об'єктивні особливості обраного локального ринку, (3) склад ринку, на який планується виводити вироблену продукцію. По-друге, у своїй сукупності другий і третій фактори характеризують ринкове середовище, в якому реалізується експортний потенціал, а поєднання всіх трьох факторів вказує на те, що ринковий потенціал пов'язаний як з внутрішнім, так і зовнішнім середовищем. Більше того, ринковий потенціал дає можливість оцінити спроможність кожного з факторних потенціалів і виступає чинником розвитку кожного з них, сприятливо чи не-сприятливо впливаючи на їх реалізацію. Таким чином, ринковий факторний потенціал є агрегованим чинником формування і розвитку експортного потенціалу, він діє поряд з кожним факторним потенціалом, залишаючись при цьому визначальним і провідним, бо решта факторних потенціалів переважно ендогенні.

У своїй сукупності факторні потенціали створюють необхідні умови формування і розвитку експортного потенціалу. Без них будь-який економічний суб'єкт не може розпочати виробничу діяльність та ініціювати вихід на світовий ринок для максимізації своєї цільової функції. Ці необхідні умови пов'язані насамперед з реалізацією внутрішніх факторних потенціалів. З неї ж випливає і ініціація виходу на зовнішні ринки. Однак вона не завжди може бути реалізована: навіть при сприятливому зовнішньому середовищі, внутрішні факторні потенціали можуть зашкоджувати реалізації сприятливого зовнішнього клімату.

Внутрішні факторні потенціали як об'єктивні можливості, що проявляються у наявності передових інноваційних технологій, доступності якісних матеріально-технічних ресурсів, професійний кваліфікації і компетентності робітників тощо, спрямовані на створення додаткових, резервних або унікальних ресурсів суб'єктів експортного потенціалу. Якщо якийсь з потенціалів у силу тих чи інших причин не відповідає задачі нарощування експортного потенціалу, то сприятливі зовнішні фактори не зможуть самотужки вирішити цю проблему. У маліх економік, якою є економіка України, експортний потенціал активно формується під впливом зовнішніх змінних: дія факторів зовнішнього середовища примушує до створення нових умов для його формування, натомість зовнішнє середовище зовсім не залежить від зміни внутрішніх факторів. Загальна характеристика навіть окремих внутрішніх факторних потенціалів України підтверджує цей висновок. Про це свідчать як дані офіційної статистики, так і експертні розрахунки:

- По-перше, динаміка ВВП країни, який є кількісним показником використання економічного потенціалу. За даними ДП «Укрпромзовнішпекспертиза» вона має доволі сталу тенденцію до падіння: якщо базовим роком визначити 1990 р., то у 2008 р. індекс ВВП склав 74,2%, у 2013 р. – 69,5%, у 2018 р. – 62,7% [19].
- По-друге, індекс промислового виробництва, який є мірою розвиненості економічного потенціалу країни та ефективності використання експортного потенціалу, оскільки промислове виробництво поставляє найбільші обсяги доданої вартості. При базовому році 2010 індекс промислового виробництва становив у 2013 р. – 88,2%, у 2015 – 87,7%, у 2018 – 84,9%, у 2019 р. – 81,7%. У 2020 р. індекс почав зростати, але величини базового року не досяг – 93,1%. [20].
- По-третє, складна динаміка розвитку переробної промисловості, на яку припадає основна частина створеної доданої

вартості. У 2010 р. частка переробної промисловості України у ВВП складала 13,2%, у 2013 – 11,3%, у 2015 – 11,9%, у 2018 р. – 11,6% [21], ці показники значно нижчі, ніж, наприклад, у Польщі, Туреччині, Словаччині.

- По-четверте, фінансове забезпечення експортного потенціалу зазнає суттевого послаблення. Насамперед це стосується капітальних інвестицій. Перше суттєве падіння сталося у 2014 – 2015 рр. – відношення капітальних інвестицій до ВВП склало 14%. Тоді це було пов’язано з російською агресією і внутрішньою дезорганізацією в країні. У 2020 р. цей показник знизився до 10%, у той час як в інших країнах він коливається, як правило, від 18% до 29%, наприклад, у Польщі – 18,7%, у Туреччині – 29% [22]. Аналіз структури ВВП країни за кінцевим використанням (на базі даних Мінфіну України) підтверджує ці обрахунки «Укрпромзовнішекспертизи»: у 2005 р. частка валових нагромаджень у ВВП становила 22,6%, у 2010 р. – 18,5%, 2015 р. – 15,3%, 2019 р. – 12,6%, 2020 р. – 7,5%, натомість споживчі витрати у ВВП зросли за цей період з 76,5% до 95,2% [23].

- По-п’яте, падіння інноваційного забезпечення експортного потенціалу. Інвестиції українських підприємств в інноваційну діяльність не можна навіть порівнювати з європейськими країнами. У 2017 р., наприклад, витрати на інноваційну діяльність у машинобудуванні України становили 117 млн. дол., у той час як одна німецька компанія Сімменс інвестувала 5820 млн. дол. Частка цих витрат в обсягах реалізації продукції названих суб’ектів склала відповідно 1,9% та 6,2% [19]. Цей факт свідчить про стримування формування набутих конкурентних переваг і консервацію застарілої бази експортного потенціалу України.

Аналогічна ситуація склалася і з іншими факторними потенціалами експортного потенціалу. Декомплексність економіки через її спрощення, коли реалізуються насамперед природні конкурентні переваги і зростає частка сільськогосподарського

виробництва і добувної промисловості у ВВП країни (з 13,3% у 2010 р. до 16,2% у 2018 р.) [21], відсутність нарощування пропозиції високотехнологічних, машинобудівних, альтернативних товарів, породжує асиметричність подальшого формування експортного потенціалу. Експортна статистика показує вузький спектр провідних товарів: руда, металопрокат, продукція сільського господарства. Використання експортного потенціалу переважно як сировинного говорить про його недореалізацію, резерви, що пов'язані з набутими конкурентними перевагами, залишаються невикористаними. У 2019 р., наприклад, резервів у реалізації експортного потенціалу зернових культур фактично не залишилось: експорт зерна становив 56,5 млн. т або 77 % від обсягів виробництва, в той же час переробка сільськогосподарської сировини не має відповідної бази і експорт переробленої сільськогосподарської продукції, що містить додану вартість, мінімальний. [24]. Відтак в експортному потенціалі України починає зростати частка резервів і невикористаних можливостей.

Таким чином, необхідні умови формування і розвитку експортного потенціалу України характеризуються відносною недорозвиненістю таких факторних потенціалів як виробничий та інтелектуальний та достатньо високим рівнем природно-ресурсного потенціалу. Через це природні конкурентні переваги перетворюються на домінантні і експортний потенціал стає спрощеним і законсервованим. Такий потенціал не може тривалий час залипатися стійким до викликів зовнішніх факторів.

Зовнішні фактори розвитку експортного потенціалу можна представити як сукупність чинників, що уможливлюють процес його реалізації, тобто перетворення експортних можливостей на фактичну дійсність. Вони дозволяють економічним суб'єктам створювати та продавати на світових ринках вироблену продукцію. Діють вони на чотирьох рівнях і визначають достатні умови реалізації експортного потенціалу. Загальна характеристика зовнішніх факторів представлена в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Зовнішні фактори реалізації експортного потенціалу

Локальний рівень	Регіональний рівень	Рівень держави	Міжнародний рівень
<ul style="list-style-type: none"> - можливість залучення підприємств у міжнародні ланцюги створення доданої вартості, - рівень інтеграції підприємств у міжнародні промислові альянси та союзи, - вигідне територіально-географічне розташування підприємства, - міжнародна сертифікація вироблюваної на підприємстві продукції, - стабільність міжнародних партнерів: підприємств-посередників та постачальників; 			
<ul style="list-style-type: none"> - наявність експорто-стимулюючої інфраструктури (ТПП, торгові представництва тощо), - економіко-географічне положення регіону та умови розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, - міра інтеграції регіону у міжнародні інвестиційні процеси, - наявність підготовки спеціалістів в області ЗЕД; 			
<ul style="list-style-type: none"> - надання податкових пільг підприємствам експортерам, - надання пільгових кредитів, субсидій, страхування і державних гарантій підприємствам експортерам, - використання прискореної ставки амортизації на основні засоби експортерів ін.; 			

Продовження табл. 1.4

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- політична та економічна нестабільність країн-імпортерів,- участь у міжнародних альянсах та союзах,- захист обраних ринків від проникнення імпортної продукції,- наявність і можливості конкурентів на обраних ринках,- конкурентна сила світового ринку та кон'юнктурна ситуація на ньому,- рівень потреб у товарі, що виробляється, на обраному ринку. |
|--|

Зовнішні фактори, як і саме ринкове середовище, мають високий ступінь рухливості та невизначеності, вони взаємо-впливові і взаємопов'язані. Інформація про їх стан та його зміни часто є неповною і асиметричною, насамперед для суб'єктів з малих економік. У цьому їх принципова відмінність від внутрішніх чинників розвитку експортного потенціалу. Проте саме поєднання необхідних і достатніх умов, створюваних внутрішніми і зовнішніми чинниками, дозволяє виділити в економічному потенціалі експортний потенціал. Якщо поєднання незбалансоване, то використання експортного потенціалу буде неповним і в ланцюжку «фактично досягнутий експортний потенціал + нереалізований експортний потенціал (= резерви) => експортний потенціал» будуть відбуватися зміни у співвідношенні фактичного і нереалізованого експортних потенціалів на користь другого.

Отже, ресурсна база експортного потенціалу є невід'ємною частиною ресурсної бази економічного потенціалу країни. Її якість визначально впливає на можливості і масштаби реалізації першого. Беручи участь у формуванні необхідних умов для його розвитку, ресурсна база визначає потенційне місце країни у зовнішньому середовищі. Цим вона стимулює утворення достатніх умов і забезпечує зростання фактичного експортного потенціалу. Переважання того чи іншого факторного потенціалу складає підстави для визначення товарної і географічної спрямованості його реалізації.

1.3. Структура експортного потенціалу

Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів і сфер економіки (табл. 1.5). Між суб'єктами кожного рівня та сфер економіки існує тісний зв'язок: національний експортний потенціал складається з експортних потенціалів регіонів та експортних потенціалів сфер економіки. Кожен з елементів цієї структури у свою чергу структурується за географічними та товарними ознаками. Останні є похідними від складника «сфери економіки».

Таблиця 1.5

Складові національного експортного потенціалу

Експортний потенціал				
Тип структури експортного потенціалу	Складові експортного потенціалу			
Експортний потенціал за рівнями економіки	мікрорівень: підприємство	регіони	макрорівень: держава	товарна
Експортний потенціал за секторами економіки	сільськогосподарський	промисловий	послуги	географічна

У класифікаційній структурі експортний потенціал підприємства є визначальним посеред усіх складових. Від його спрямованості залежить експортна орієнтація бізнес-структур і на його базі формується решта потенціалів як агрегованих величин.

На рівні держави і регіону у експортного потенціалу проявляються специфічні особливості як наслідок агрегованого середовища. Якщо на рівні окремого підприємства експортний потенціал може бути взагалі відсутній, то на регіональному і державному рівнях він стане проявлятися, оскільки там представлено сукупність підприємств, серед яких обов'язково присутні підприємства-експортери. Важливо також те, що хоча

суб'єкти кожного рівня зазнають впливу міжнародного поділу чинників виробництва та виробничої кооперації, прояви впливу не є тотожними. Якщо, наприклад, для підприємств є необхідною розвинута мережа кооперації виконавців, яка включає національні і закордонні підприємства і організації, зайняті у всіх сферах економіки, включаючи науку, то на рівні регіону і ще більше на рівні держави така кооперація розглядається вже як типова форма їх функціонування. Ще одна відмінність полягає в тому, що внутрішні і зовнішні фактори формування і розвитку експортного потенціалу кожного рівня мають різні часові інтервали впливу. Одні фактори можуть впливати на формування експортного потенціалу всіх суб'єктів постійно, інші – на кожен із суб'єктів впливають одноразово або періодично. До перших, наприклад, можна віднести географічне розташування або кліматичні умови, до других – стратегії вибору способу виходу на світовий ринок.

Експортний потенціал підприємства характеризується здатністю підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію та реалізовувати її на зовнішніх ринках за рахунок сукупності факторних потенціалів. Він розвивається згідно товарного та географічного напрямків діяльності. У першому випадку йдеться про якісні зміни, пов'язані або з підвищенням конкурентоспроможності товарів, що вже виробляються, або зі створенням нового чи розширенням існуючого асортименту експорту. У другому – про розширення експортного потенціалу за рахунок виходу на нові ринки або розширення збуту на вже відомих ринках. Ці дві характеристики експортного потенціалу засвідчують його розвиток «вглиб» і «вшир». Як, правило, вони йдуть в комплексі і формують алгоритм дій підприємства, відповідно до якого здійснюється управління експортним потенціалом.

Управління експортним потенціалом становить сенс діяльності експортно-орієнтованого підприємства. Його організація

вимагає від підприємства володіння інформацією про факто-ри розвитку, які воно може контролювати і які є для нього екзогенними. Інформацією про внутрішні факторні потенціали підприємство володіє повністю, але воно не спроможне контролювати зовнішнє середовище – експортні ринки, економіко-політичну ситуацію в країнах-партнерах, природно-кліматичні умови тощо. Відтак найперша задача експортно-орієнтованих підприємств – виявити ключові фактори зовнішнього середовища і оцінити їхній вплив на експортний потенціал бізнес-структур. Урахування ринкового потенціалу ґрунтуються на маркетинговому аналізі зовнішніх ринків збуту. Обираються й аналізуються цільові ринки, на які розраховує вийти підприємство зі своїм товаром. У цих розрахунках підприємство виходить з наявного інноваційного потенціалу, реалізація якого дозволяє підняти конкурентоспроможність потенційно експортної продукції. І вже на підставі висновків проведеного аналізу приймається рішення щодо товарного та географічного напрямків експортної діяльності.

Весь підготовчий процес є умовою розвитку експортного потенціалу підприємства і він практично типовий для підприємств усіх видів діяльності та всіх регіонів за винятком високотехнологічних. У випадку формування і розвитку експортного потенціалу високотехнологічних підприємств беруться до уваги існуючі на міжнародному ринку бар'єри входу. Вони, як правило, достатньо високі, і пов'язані з технологічними та інституційними чинниками. І ті, й інші досить специфічні.

Специфіка технологічних чинників є результатом значного обсягу інвестицій у спеціалізоване обладнання, технології та робочу силу, які є необхідними при веденні високотехнологічного виробництва. Вкладені у виробничий процес обсяги інвестицій виступають, з одного боку, як перешкода для входу у ринок, з іншого – як стримуючий засіб виходу з нього, оскільки знайти покупців для таких специфічних активів доволі складно.

Інституційна компонента експортного потенціалу підприємства віддзеркалює нормативно-правове поле функціонування і розвитку експортоорієнтованих підприємств. Це поле не обмежується лише національно-державним простором, воно також охоплює міжнародні правила та норми регулювання світогосподарської взаємодії, які ап'єрію мають міждержавні витоки та віддзеркалюють національно – державні інтереси країн з їх протиріччями й асиметріями в потенціалах реалізації, що вносить зміни в інституційний механізм управління розвитком експортного потенціалу підприємства. [7].

Як показало дослідження Іванової М.І, Швеця В.Я. та Варяниченко О.В., проведене на матеріалах авіаційної промисловості України, найбільший вплив на формування експортного потенціалу високотехнологічних підприємств має ринковий потенціал – 19,7%, на фінансовий потенціал припадає 12,8%, на інноваційно-інвестиційний – 12,0% [25]. Одне з пояснень цього факту можна знайти у О. Мельник: основні ресурси підприємства, хоча і залишаються матеріальною основою його експортного виробництва, проте вони поступово втрачають свою роль як внутрішній факторний потенціал, оскільки можуть бути компенсовані ресурсами зовнішнього походження [7].

Вагоме місце у формуванні експортного потенціалу підприємства належить державі як суб'єкту економічної політики. Бюджетно-податкова політика, фінансово-кредитна, валютна, політика економічного зростання – всі вони можуть бути спрямовані на підтримку експортної орієнтації підприємств, але можуть і гальмувати вихід підприємств на світові ринки. Все залежить від цілей національного економічного розвитку та їх узгодженості з інтересами економічних суб'єктів. Найбільш складна задача держави – визначити ці цілі і постійно контролювати їх досягнення. Ефект буде досягнутий за умови, що зовнішньоторговельна політика носитиме не тільки загальний, а й точковий характер, який, по-перше, сприяє формуванню і

зміцненню експортного потенціалу високотехнологічних підприємств, по-друге, акцентує на реалізації на світових ринках набутих конкурентних переваг, по-третє, стимулює включення українських підприємств у глобальні ланцюжки створення вартості високотехнологічних продуктів. Комплексна підтримка цільового розвитку експортно-орієнтованих підприємств не тільки видає на підвищення їх експортного потенціалу, а й за-безпечить зростання національної економіки.

Отже, експортний потенціал підприємства формує міжнародну бізнес-орієнтацію мікроекономічних структур з акцентом на ринкові чинники. Гіпотетично всі підприємства можуть мати експортний потенціал, але не всі перетворюються на експортно-орієнтовані бізнес-одиниці, бо не всі його використовують, і оскільки кожне з них є унікальним, то і їхні потенційні експортні можливості різняться. Сумарний експортний потенціал підприємств певного економічного регіону утворює регіональний експортний потенціал. Відмінності в експортних потенціалах підприємств закладають відмінності і експортних потенціалів регіонів.

В українській науці існують різні точки зору щодо визначення потужності експортного потенціалу регіону. Так, наприклад, модель економічного потенціалу регіону, що розроблена С. Лукіним, має вигляд:

$$ЕП = IT \cdot kT + IN \cdot kN + Tr \cdot kp + Пп \cdot kп + Ek \cdot kk \quad (2)$$

де: ЕП – економічний потенціал; IT – інвестиційний потенціал; IN – інноваційний потенціал; Tr – трудовий потенціал; Пп – природно-ресурсний потенціал; Ek – експортний потенціал. kT , kN , kp , $kп$, kk – відповідні коефіцієнти використання (значущості) потенціалів [26]. Відповідно до моделі С. Лукіна, експортні потенціали регіонів різняться (а) мірою свого використання в кожному окремо взятому регіоні та (б) кількісно-якісними характеристиками, пов’язаними з факторними потенціалами та економічним потенціалом регіону.

С. Бестужева дає дея́цю інше трактування експортного потенціалу регіону, а саме: ступінь участі останнього в системі міжнародного поділу праці та його можливості щодо використання технологічних, трудових, інтелектуальних, природних та інших ресурсів в структурі міжнародних коопераційних зв'язків [26]. І оскільки носіями всіх перерахованих С. Бестужевою чинників формування експортного потенціалу виступають конкретні підприємства, то саме відмінності у функціональній спроможності підприємств складають підстави для розрізнення експортних потенціалів регіонів. Апріорі можна стверджувати, що якісні характеристики регіональних потенціалів походять від міжнародної спеціалізації підприємств, що входять до складу регіону.

В українській науці достатньо відома точка зору О. Пирога та А. Зацепила щодо кількісно-якісної характеристики експортного потенціалу регіонів України. У своїй моделі оцінки експортного потенціалу регіонів вони як критерій використали два факторних потенціали – виробничий та інвестиційно-інноваційний, і на цій основі виділили чотири групи регіонів: (1) зі стабільно високим експортним потенціалом, (2) із середнім експортним потенціалом, (3) з низьким нестабільним експортним потенціалом, (4) без наявного експортного потенціалу. До першої групи було включено регіони з наявним високим стабільним потенціалом як у виробничій, так і в інноваційно-інвестиційній сфері. Це регіони, на яких базується зовнішня торгівля зокрема експорт країни. У другу об'єднали регіони із середнім рівнем експортного потенціалу, в першу чергу виробничого, який можна покращити шляхом залучення додаткових наявних інновацій та інвестицій. Третю групу утворили за рахунок регіонів з низьким нестабільним експортним потенціалом через низький виробничий потенціал і недостатній інноваційно-інвестиційний. Ці регіони майже не беруть участі в експорті товарів та послуг, проте виступають активними ім-

портерами. До четвертої групи віднесли регіони, в яких відсутній експортний потенціал і які фактично не беруть участі в експорті країни. [9, с. 146]. Таким чином, було дано кількісно-якісну оцінку не тільки експортному потенціалу регіонів України, а й областей, що входять до їх складу.

Інший підхід для оцінки експортної орієнтації регіонів обрали М. Бутко та М. Козік. В основу свого показника «рівень експортоорієнтованості регіону» вони поклали експортну відкритість регіону [27, с. 9], а для визначення динаміки розвитку експортного потенціалу регіональної економіки розрахували коефіцієнт еластичності експорту (K_{EE}) як темп зростання регіонального експорту та валового регіонального продукту [27, с. 10]. Розрахований на підставі даних 2010–2013 рр. коефіцієнт еластичності дозволив виділити також чотири групи регіонів:

$K_{EE} \geq 1,10$ – регіональний розвиток значною мірою залежить від збільшення обсягів експорту (Кіровоградська, Тернопільська та Чернігівська області);

$1,09 \geq K_{EE} \geq 1,01$ – регіони з динамічно розвинутим експортним потенціалом (АР Крим, Волинська, Житомирська, Миколаївська, Харківська, Хмельницька області та м. Київ);

$1,00 \geq K_{EE} \geq 0,90$ – регіони з перспективою розвитку експортного потенціалу (Дніпропетровська, Закарпатська, Запорізька, Київська, Луганська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Сумська та Чернівецька області);

$0,89 \geq K_{EE}$ – регіони з низьким рівнем експортної орієнтації економіки (Вінницька, Івано-Франківська, Донецька, Одеська, Херсонська, Черкаська області та м. Севастополь) [27, с. 10].

Згідно з отриманими М. Бутко та М. Козік результатами, на 2013 р. лише 8 областей України з 24 були експортоорієнтованими, решта – або не використовувала свій експортний потенціал, або його не мали.

У 2019 р. регіональні кількісно-якісні параметри стали суттєво іншими. За даними Укрстат, найбільший обсяг експорту в

загальному експорті країни припадав на м. Київ (25%) та Дніпропетровську область (15,8%), решта – 59,2% розподілились між 23 областями, причому жодна з них не перетнула межу у 10%. До групи 5-10% потрапили лише 2 області: Донецька (9,3%) та Запорізька (6,2%). У п'яти областей цей показник був менший за 1% (Луганська, Ровенська, Тернопільська, Херсонська та Чернівецька) [20-7]. Таким чином, на цей час цілий ряд областей не можна визнати експортоорієнтованими, їх інтеграція у світовий ринковий простір фактично не відбулася, їхні товарні ринки мають такий показник експортної квоти, яка свідчить про їх закритість.

Говорячи про експортний потенціал на макроекономічному рівні, ми розуміємо під ним національний експортний потенціал. Національний експортний потенціал, як і його складові (потенціал підприємства => потенціал регіону), і формується, і розвивається дисгармонічно, хоча б варто було очікувати, що при високому ступені відкритості українського товарного ринку він матимевищий рівень ефективності. Говорячи про рівень ефективності, варто підійти до його характеристики на лише з позиції кількісної оцінки, а й зважити на якісні параметри. Підрахунки, зроблені С. Пласконь, Г. Сенів, І. Новосад та В. Маслій, свідчать про значний вплив реалізації експортного потенціалу на ВВП України: протягом 2005-2019 рр. залежність ВВП від величини експорту, виміряна коефіцієнтом детермінації, становила 0,9795, при збільшенні експорту товарів та послуг на 1 млрд. грн. номінальний ВВП України в середньому зростає на 2,2642 млрд. грн. [29]. За іншими підрахунками [30], один експортний долар приношує ВВП України на 3 долари. Отож, кількісні характеристики ефективності говорять про достатньо високий рівень ефективності використання експортного потенціалу. Щодо якісних параметрів, то вони вказують на існування серйозних проблем. По-перше, експортна структура регіонів ґрунтується на природних конкурентних перевагах,

які реалізуються з низькою доданою вартістю. По-друге, набуті конкурентні переваги фактично не розвиваються і не підтримуються. Частка машинобудівельної продукції систематично скорочується. По-третє, в регіонах спостерігається відлив кваліфікованих трудових ресурсів, через що експортний потенціал починає знецінюватися.

Структура експортного потенціалу за секторами економіки ґрунтується на природних та набутих конкурентних перевагах. Сільськогосподарський потенціал розвивається, як правило, на природних перевагах, а промисловий – на набутих. Як уже було з'ясовано, у структурі експортного потенціалу України за секторами економіки домінує сільськогосподарський потенціал. Він відображає спроможність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності постійно виявляти та відтворювати свої конкурентні переваги на світовому аграрному ринку відповідно до умов середовища, що постійно змінюються. Відтак він є складною полісистемою, у якій параметри кожного компонента взаємопов'язані і яка має три складові – внутрішній потенціал галузі, потенціал експортних бар'єрів і потенціал зарубіжних ринків аграрної продукції [31, с. 58].

Протягом останніх п'яти років частка АПК у загальній структурі експорту коливається в межах 40% – 45%, і хоча реалізація експортного потенціалу відбувається нерівномірно, проте перші п'ять позицій тривалий час залишаються незмінними. Останнім часом серед експортних товарів з'явились цукор, вершкове масло, тютюн, грецькі горіхи, молочні продукти, а по таких товарах, як соняшникова олія, мед, соєві боби, м'ясо птиці, грецькі горіхи, кукурудза, зернові та молокопродукти Україна увійшла до топ-10 експортерів світу. У 2018 р. експорт продукції аграрно-промислового комплексу забезпечив 40% валютної виручки країни [30].

Промисловий експортний потенціал в останнє десятиліття зазнав суттєвих змін. Вони пов'язані як з об'єктивними, та

і суб'єктивними причинами. З одного боку, російська агресія та пандемія COVID-19, з іншого – звуження інноваційно-інвестиційного факторного потенціалу, яке

викликало скорочення реалізованого експортного потенціалу. Головними чинниками падіння експорту промислових товарів на ринки інших країн стали анексія Росією Криму, військове протистояння на Сході країни разом з втратою контролю над частиною території Донбасу, втрата кооперації з російськими промисловими підприємствами, відсутність підтримки несировинного експорту з боку держави, а також тарифні й нетарифні бар'єри для промислової продукції українського експорту.

У 2011 р. Україна експортувала промислової продукції на \$61,9 млрд. грн. По відношенню до ВВП питома вага промислової продукції у товарному експорті України складала 37,9%. У 2019 р. обсяги експорту промислової продукції становили \$35,9 млрд. грн. (падіння – 42%), а її питома вага у товарному експорті країни по відношенню до ВВП зменшилась до 25,6%. При цьому експорт продукції машинобудування в номінальному вимірі за підсумками 2019 р. зменшився порівняно з 2011 р. більше ніж удвічі, а експорт по відношенню до ВВП впав до 11% і продовжив падіння у 2020 р. – за підсумками першого півріччя досягнувши рекордно низького рівня у 10,7% [32]. Знижується і частка високотехнологічної продукції у промисловому експорті. Ще у 2015 р. цей показник становив 8,52%, а у 2018 р. він склав 5,41%. У світі ж середній показник у 2017 р. становив 16,3%. Натомість, згідно з даними Державної служби статистики, спостерігається загрозлива тенденція зростання сировинного експорту – понад 70% усього промислового експорту, в тому числі 30,7% – продукція металургійного комплексу, 12% – деревина, паперова маса та вироби з неї продукція [33]. А це все продукція з низькою доданою вартістю.

Розвиток експортного потенціалу послуг відповідає загальним тенденціям розвитку експортного потенціалу країни. Фор-

мування цього потенціалу в Україні розпочалося з експлуатації транспортного потенціалу. Газо- та нафтогони, що проходять територією України і використовуються для поставок енергоносіїв з Росії до Європи, були закладені ще за часів України радянської доби і саме вони виступили матеріально-технічною основою формування експортного потенціалу послуг. Інші види послуг стали експортуватися деяно пізніше. На сьогодні у структурі експортного потенціалу послуг найбільш значими є експортні потенціали (а) транспортних послуг, (б) послуг у сфері телекомунікації, (в) комп'ютерних та інформаційних послуг, (г) послуг з переробки матеріальних ресурсів. Провідним серед них виступає експортний потенціал транспортних послуг.

Динаміка розвитку експортного потенціалу послуг також відповідає загальним тенденціям: останніми роками використання потенціалу має тренд до падіння, хоча окремі види послуг мають значний експортні потужності, які виступають як невикористані або резервні. Такі варіації з резервами яскраво проявилися під час пандемії: при загальному скороченні обсягів експорту послуг та тих послуг, які пов'язані з фізичним перетином кордону, зросли поставки за кордон послуг, які надаються віртуально, з використанням мережі Інтернет. Згідно з даними Міністерства економіки України, у 2020 р. експорт послуг склав 16,6% від усього експорту країни, у 2018 р. – 17,1% [34], у грошовому виразі у 2020 р. було вивезено послуг на суму 11,17 млрд. дол., що на 28,5% менше, ніж за 2019 р. [35]. Найбільше зросли резерви експортного потенціалу транспортних послуг, їх частка у загальній структурі реалізованого експортного потенціалу послуг скоротилася із 49,1% у 2018 р. до 43,7% у 2020 р., та послуг з переробки матеріальних ресурсів – із 17,6% до 12,1%, натомість зросла частка комп'ютерних та інформаційних послуг (із 17,2% до 26,1%) та ділових (з 8,5% до 10,7%) [34].

Товарна структура експортного потенціалу являє собою розгорнуту характеристику структури за видами діяльності. Струк-

тура українського експорту товарів лише частково збігається зі структурою світового товарного експорту. Якщо у світовому експорті домінують механічне обладнання, мінеральні продукти, транспортні засоби, хімічна продукція та недорогоцінні метали, то в українському експорті частка механічного обладнання є вдвічі меншою, ніж у середньому у світі. При цьому частка експорту недорогоцінних металів та виробів із них суттєво перевищує загальносвітовий показник. Частка експорту мінеральних товарів також менша за світову, але порівняно з іншими товарними групами різниця є відносно невеликою. Водночас питома вага продукції рослинного походження в українському експорті майже в чотири рази перевищує світовий показник. У цілому ж український експорт характеризується порівняно меншою часткою промислової продукції високого рівня переробки та вищою часткою металургійної продукції, а також продукції сільського господарства та харчової промисловості [36].

Якщо виходити зі структури ВВП країни за секторами, то найбільшу питома вага в ній – сектор послуг (45%), далі – промисловість (23%) і сільське господарство (10%). Однак коли йдеться про товарну структуру експорту, то лідером тут виступає АПК та харчова промисловість. На них у 2020 р. припадало 18,3% експорту товарів або 22,9% усього експорту товарів та послуг. Це суттєво більше обсягів експорту послуг. Продукція металургійного комплексу посідала 2-ге місце (10,8%), машинобудування – 3-те (10,8%) [34]. Таким чином, товарна структура експортного потенціалу, повторюючи експортну структуру секторів економіки, демонструє свою залежність від природних конкурентних переваг.

Географічна структура експортного потенціалу складалася під впливом євроінтеграційної складової розвитку України та російської агресії на півдні і сході країни. Відтак домінантними напрямками в останні роки були європейський напрямок (37,1% у 2020 р.) та Китай (12,3% у 2020 р.) [34].

Як свідчить проведений аналіз, формування структури експортного потенціалу супроводжується її постійним розвитком, це підтверджує динаміка змін її структурних елементів. Зміни, що в ній відбуваються, мають в своїй основі зміни у: (а) цільової функції основоположного структурного елемента – підприємства, (б) факторних потенціалах експортного потенціалу, (в) ринковому середовищі, в яке виходять економічні суб'єкти, (г) політичних умов та (д) адміністративних приписів. Звідси можна зробити висновок про перманентність процесу переформування експортного потенціалу. Чи впливає це на експортну відкритість української економіки та її місце у світовому економічному просторі, що відносно інтенсивно глобалізується? Рис. 3 [15] дозволяє обґрунтувати відповідь на це питання.

Експортна позиція України на світових товарних ринках протягом 2001–2019 рр. не залишалась сталою. При домінуванні тенденції до зростання ВВП, тобто більш повного викорис-

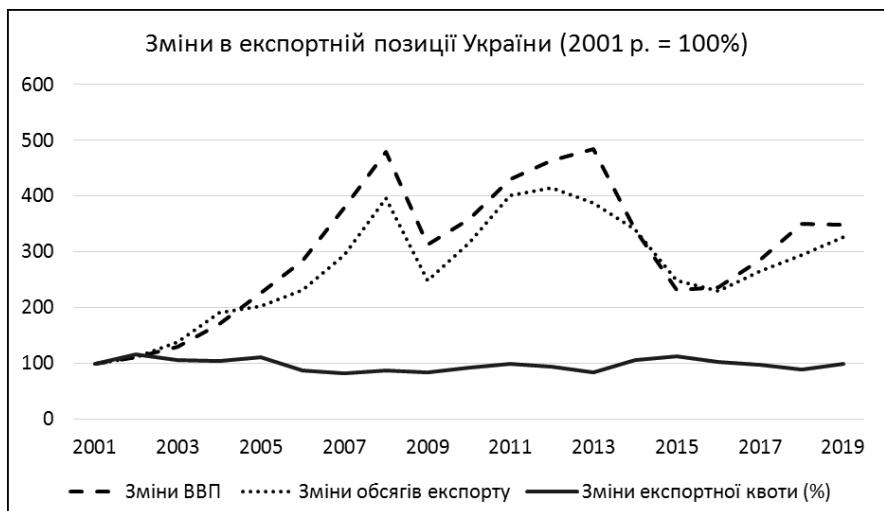


Рис. 3. Зміни в експортній позиції України на світових товарних ринках
Джерело: [15]

тання економічного потенціалу країни, використання експортного потенціалу уповільнилось: розрив в динаміці зростання складає 22,71%, експортна квота за цей час впала на 18,71%. І хоча обсяг експорту в абсолютних вимірах зростав, світові товарні ринки стали в цілому потребувати відносно менше товарів, що виробляються в Україні. Однак по окремих видах товарів світовий попит має яскраво виражений тренд зростання. Отож, експортна позиція України систематично змінюється, і це відбувається згідно змін експортного потенціалу: по одних товарах резерви зменшуються, по інших – зростають. Наскільки таке переформування експортного потенціалу відповідає національним економічним інтересам?

1.4. Перманентність процесу переформування експортного потенціалу

Проведений аналіз експортного потенціалу України засвідчив, що той використовується переважно як аграрно-сировинний. І це закріплює місце країни у світовій економіці як аграрно-сировинної країни. Наскільки таке закріплення є сталим, адже експортний потенціал – величина динамічна і залежить від появи нових виробництв та галузей, що орієнтовані на зовнішні ринки?

Одними з перших, хто привернув увагу дослідників до проблеми переформування експортного потенціалу країни, були експерти Інституту економіки і прогнозування НАН України. Спрогнозувавши наслідки зміни торговельних режимів між Україною, ЄС та Російською Федерацією, вони започаткували цикл досліджень нової конфігурації зовнішньоторговельної платформи України [37]. Значне число сучасних науковців, прагнучи розібратися в проблемі, висувають гіпотези, які можна звести до одного: майбутня спеціалізація країни навряд чи буде суттєво змінена, а відтак конкурентні переваги, що склалися в останні роки, будуть домінантними тривалий час. На-

ведемо лише одну точку зору. Звернення до неї ми обрали через те, що її висновки математично обґрунтовані і економетрично доведені. Її автор – А. І. Зубрицький – від початку слушно зауважує, що «незважаючи на комплексність вітчизняних досліджень, більшість із них не спрямована на виділення чіткого вектору реалізації експортного потенціалу України у вигляді певної групи товарних позицій, які у короткостроковому періоді можуть максимізувати вартість національного експорту та якісно покращити його структуру» [38, с. 141], тобто українська наука поки не має відповіді на питання, як реформувати експортний потенціал країни через респеціалізацію на основі конкурентних переваг. Причини носять як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. Затяжна війна на Сході країни, протистояння з достатньо потужною економікою і впливовою політикою Росії – країни, яка поставила значну кількість країн світу в сировинну й інформаційну залежність, внутрішні економічні проблеми, пандемія негативно впливають на зміну акцентів у формуванні порівняльних конкурентних переваг і тим самим гальмують переформування, як економічного, так і експортного потенціалів України. Використавши концепцію Хаусмана-Клінгера [39], побудовану на тому, що базисом реалізації експортного потенціалу мають бути ті товари, які можуть бути легко освоєні в умовах національної економіки та генерувати відносно високі доходи, та ідею продуктивності експорту Р. Хаусмана, Дж. Хванга та Д. Родріка [40], А. Зубрицький зробив обрахунки щодо можливостей переформування експортного потенціалу України на засадах порівняльних переваг і змін експортної спеціалізації. Його обрахунки підтвердили вербально-логічне обґрунтування вказаної позиції.

По-перше, А. Зубрицький прийшов до висновку, що на шляху переходу української економіки до експорту товарів з набутими конкурентними перевагами, зокрема високотехнологічних товарів з високим рівнем доданої вартості, існують знач-

ні об'єктивні перешкоди, пов'язані з тим, що фактично наявні чинники виробництва та кваліфікація працівників не відповідають рівню високотехнологічних виробництв [38, с.148].

По-друге, на основі аналізу зовнішньоекономічної позиції України, що склалася у 2007-2013 рр., він виявив групу товарів, що найкраще відповідають умові максимізації дохідності експорту та відносно легко можуть експортуватися в умовах реалії тогочасної української економіки. На його думку, вони можуть становити основу реалізації експортного потенціалу України у найближчому майбутньому. До них було віднесено: (а) продукцію тваринництва (5 товарних позицій), (б) харчові продукти (6 товарних позицій), (в) продукцію хімічної промисловості (4 товарні позиції), (г) металургійні продукти (4 товарні позиції) [38, с.150]. Якщо порівняти цей перелік з існуючим нині (рис. 1, рис. 2), то можна сказати, що фактично половина з них дійсно стала складати основу експортного кошику країни. Проте слід узяти до уваги той факт, що обрахунки велися для умов принципово іншої політичної й економічної ситуації, відтак, можна вважати, що міра погрішності не є значною.

По-третє, підрахунки також показали, що 30 найбільш перспективних з погляду входження до експортного кошика товарів становили у 2013 р. лише 2% сукупного українського експорту, а 73% товарних позицій (17 товарних позицій з 23), які були ідентифіковані як перспективні, входили у групу 30 товарів, найближчих до експортного кошика України у 2013 р. [38, с. 150–151].

Відтак, резюмує А. Зубрицький, «наявні програми та концепції реалізації експортного потенціалу України, спрямовані на підтримку високотехнологічного експорту, швидше за все недостатньо враховують специфіку національної економіки. Для України швидкий перехід від існуючої до високотехнологічної структури національного експорту є маломовірним. Імовірність успіху швидких стратегій реалізації експортного

потенціалу значно ускладнена наявною структурою національної економіки, низькою якістю інституційного середовища, геополітичними проблемами» [38, с. 153].

Домінування в експортному потенціалі України товарних позицій, заснованих на природних конкурентних перевагах, засвідчує пасивність та екстенсивний шлях його підтримання. Через це більшість учених говорить про необхідність перетворювання потенціалу і вбачає в цьому умову нарощування присутності українських бізнес-структур на світових ринках і зростання їх ваги. Власне кажучи, розвиток вітчизняного експортно-орієнтованого бізнесу на засадах набутих конкурентних переваг є умовою подальшого використання експортного потенціалу, оскільки за просторо-часовими ознаками він спрямований у майбутнє. Відтепер мова йде не просто про потенційну спроможність стати країною-експортером, а про країну-експортера, здатну не тільки використовувати свої природні конкурентні переваги, а й інтенсивно формувати набуті, змінюючи саму структуру експортного потенціалу. Зміна структури експортного потенціалу необхідна й через те, що співвідношення структурних елементів визначає динаміку економічного зростання країни: чим більше продуктів з високою доданою вартістю в структурі експорту, тим більший у країні рівень ВВП на душу населення. Ця теза була вперше висунута у 1995 р. відомими американськими вченими-економістами Дж. Саксом та А. Ворнером [41, с. 153], а через 10 років раніше згадувані Р. Хаусман, Дж. Хванг та Д. Родрік [40] емпірично довели, що спеціалізація країн на тих чи інших продуктах потенційно визначає їх зростання. Це зростання вони проаналізували згідно уведеного ними переліку продуктів, відсортувавши їх відповідно експортній структурі багатьох та більшіх країн.

Зміна структури експортного потенціалу передбачає наявність розвиненої переробної промисловості. Можна навести

достатньо яскравий приклад. Багато країн світу, не маючи в достатній кількості своїх енергоносіїв, імпортують їх з інших країн. Україна також належить до таких країн-імпортерів. Основна стаття її імпорту з Росії – нафтопродукти (близько 800 млн. дол.). Водночас усі країни, які не мають нафти, займаються нафтопереробкою: Німеччина переробляє 140 млн. т нафти, Польща – 36, Японія – 300 млн т. на рік. В Україні ж працює лише один нафтопереробний завод, який переробляє менше 2 млн. т нафти [24]. За таких умов країна двічі стає імпортозалежною – один раз від постачальника нафти, другий – від її переробника. При наявному економічному потенціалі Україна могла б не тільки переробляти нафту для себе, а й для третіх країн, розвиваючи і свою промислову базу, і експортний потенціал. Наразі у структурі ВВП України у 2019 р. на переробну промисловість припадало 10,8% (у 2010 р. – 13,2%), у той час як роком раніше у Польщі цей показник становив 17,0%, у Туреччині – 19,0%, у Словаччині – 20,0% [42], від 18% до 22% він становить у Німеччині, Ірландії та країнах Центральної Європи (Словенії, Чехії, Румунії, Угорщині).

ВВП у промисловості України формується переважно в низькотехнологічних галузях, як харчова промисловість і гірничо-металургійний комплекс. Питома ж вага машинобудування відстає від більшості країн ЄС, а в абсолютному вимірі сформований у цій галузі ВВП порівнянний з аналогом машинобудівної промисловості у такій невеличкій країні, як Словенія [43]. Високотехнологічні підприємства, які володіють передовими технологіями, мають при інших рівних умовах більші можливості для економічного зростання. Якщо підприємство не має доступу до базових технологій домінуючого технологічного укладу, то воно, як правило, потрапляє в економічно невигідне і залежне положення. Його відсталі економічна база не може забезпечити виробництво конкурентоспроможних продуктів, якість яких відповідає запитам ринку. І як наслідок – спад еко-

номічності активності та дестабілізація. Через це постає питання про пошук шляхів залучення до процесу додавання вартості, використовуючи техніко-технологічні і фінансові можливості інших підприємств.

Переробка сировини і матеріалів, об'єднуючи різні види діяльності, забезпечує створення доданої вартості у зростаючих масштабах. Жоден інший сектор економіки цього не здатний зробити. Якщо переробна промисловість не розвинена або слабо розвинена, економіка втрачає свою базу. «У результаті сусідні країни беруть від неї все, що хочуть – сировину, людей. Не маючи можливості інтегруватися у внутрішні замовлення, сектори економіки інтегруються у зовнішнє середовище і працюють на конкурентоздатність інших економік» [24].

Нарощування доданої вартості у світовій економіці розглядається як першооснова її розвитку. У Китаї, наприклад, додана вартість промисловості виросла з 1952 р. до 2018 р. у 971,6. У 2010 р. він вперше випередив США за доданою вартістю переробної промисловості і зайняв за цим показником перше місце у світі, зберігаючи цю першість усі наступні роки. У 2017 р. на додану вартість переробної промисловості Китаю припадало 27% від загальновсітової. Завдяки цьому кількісному зростанню, відбулися і якісні зміни в китайській економіці. Країна перетворилася на абсолютноного світового лідера по розвитку переробної промисловості: Китай посідає перше місце у світі за обсягами виробництва 220 товарів із списку 500 основних промислових товарів, і якщо з моменту утворення КНР понад 80% китайського експорту складали необроблені товари, то зараз левова частка експорту припадає на товари з високою доданою вартістю та високотехнологічні товари. У 2018 р. експорт товарів електроніки склав 60% від сукупного китайського експорту. За розрахунками Світового банку, частка високотехнологічного експорту в країнах, де економіка зростає швидко, сягає 40%, у розвинутих країнах вона становить 25%, а в Україні – лише 6%,

тобто Україна втрачає потенціал розширення експорту продукції з високою доданою вартістю.

За оцінками цього ж Банку, причина відставання України в тому, що вона до цього часу не приєдналася до глобальних ланцюжків доданої вартості. Сучасне глобальне виробництво характеризується високим рівнем інтеграції виробників різних країн, коли готовий продукт є світовим продуктом, за якого різні етапи технологічного процесу протікають в різних країнах, вносячи свій внесок у формування цінності кінцевого продукту. Цей процес включає в себе окрім безпосередньо виробництва і розповсюдження дослідження й розвиток, брендінг і дизайн. І кожен, хто бере участь у додаванні вартості, її здобуває, а виробництво зберігає лише невелику частину. Компанії в країнах, що розвиваються, як правило, мають мало ресурсів (якщо взагалі їх мають) для повного циклу виробництва високотехнологічних товарів, тому виходом для них є включення у виробничі ланцюги великих міжнародних компаній. Участь українських компаній в таких ланцюгах є чисто символічною: за даними Інтерфакс – Україна (від 4.10.18), частка їх експорту в рамках глобального ланцюжка доданої вартості у 2014 р. складала всього 5,7%, тоді як в Польщі – 27%, в Румунії та Туреччині – 38, у В'єтнамі – 59%.

Дослідження Інституту економіки та прогнозування НАН України [44] певним чином містять застереження щодо участі країни в глобальних ланцюгах створення вартості. На прикладі 30 країн світу, де відбулася індустріалізація, що пробуксовує (Мексика, Індія, Індонезія, Таїланд, ряд країн Африки тощо) [45, с. 137], науковці Інституту зробили висновок про вразливість економік цих країн. Вона сформувалася через анклавний характер створюваних виробництв і проявилася у відсутності самостійності у веденні бізнесу через його включення до глобальних ланцюгів створення вартості, які контролювалися мультинаціональними компаніями. Місце названих країн у таких ланцю-

тах було зведене до працемістких процесів по збірці готових виробів та їх експорту у розвинені країни. Оскільки збирання відбувалось з іноземних комплектуючих, то внутрішні міжгалузеві зв'язки фактично не розвивалися, як не розвивались внутрішнє виробництво і внутрішній споживчий ринок, бо міжнародні корпорації жорстко контролювали політику доходів, що обмежувало потенціал внутрішнього попиту і можливості його задоволення. Крім того, урядова політика в цих країнах не стимулювала перерозподіл ресурсів від низькопродуктивних трудомістких виробництв на користь високопродуктивних і високотехнологічних, як це відбувалося в Кореї та в Китаї. За цих умов спроби розвитку національних імпортозаміщуючих виробництв, які відбувалися одночасно з відкриттям збиральних, не принесли успіхів, бо через низькі доходи попит на власну продукцію, виготовлену на заміну імпортної, був низьким, а внутрішній ринок потерпав від іноземних конкурентів. Врешті виявилось, що участь у глобальних ланцюгах створення вартості не принесла цим країнам очікуваної користі. Натомість якби державна економічна політика була активною по відношенню до формування національного високотехнологічного сектору, то участь у глобальних ланцюгах створення вартості могла стати вирішальною в економічному зростанні країн.

Таким чином, при переформуванні експортного потенціалу країни обов'язково слід виходити з того, що якщо воно йде шляхом розширення включення національних компаній до глобальних ланцюгів створення вартості, то держава має проводити активну політику підтримки національного виробника високотехнологічних та високопродуктивних товарів. Не участь у глобальній системі виробництва є причиною вразливості молодих економік, а пасивність економічної політики держави.

Разом з тим, нарощування доданої вартості можливе і у випадку функціонування невеликих компаній. Оскільки величи-

на доданої вартості залежить від ціни, то спроможність встановлювати високі ціни на ринку завдяки ринковій владі на ньому є реальним інструментом впливу на величину доданої вартості. За цих умов носієм зростаючої доданої вартості може бути і менш технологічно просунута продукція, більша частина ланцюгів поставок якої знаходиться всередині країни. Забезпечення нарощування доданої вартості в такому разі йде через встановлення компанією ринкової влади у певному сегменті ринку. Якщо компанія здатна стати монополістом на ринку монополістичної конкуренції, вона автоматично нарощує обсяги доданої вартості. На думку фахівців Київської школи економіки (KSE) та Центру аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ при KSE О. Беседіної, М. Хорунжої, О. Шепотила, ринкові ніші з відносно високою доданою вартістю та повним циклом виробництва в Україні включають сільськогосподарські та харчові продукти, такі як, наприклад, мед і фруктовий сік [46]. Ще однією ринковою нішою з високою доданою вартістю для українських виробників може бути органічна сільськогосподарська продукція.

Усвідомлено займатися органічним сільським господарством в Україні стали наприкінці 1990-х років. У 2002 р. було зареєстровано 31 господарство зі статусом «органічне», у 2018 р. таких господарств було вже 510 [47], у 2019 р., за даними Міністерства економіки, нараховувалося 617 операторів органічного ринку, 76% з яких становили виробники сільськогосподарської продукції [48]. Більшість з них розташовані в Київській, Одеській, Херсонській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській та Житомирській областях.

У 2020 р. експорт органічної продукції з України склав 204 млн. дол. США [49]. Відповідно до Звіту Європейської комісії, Україна посіла в цьому році 4 місце (зі 124 країн світу) за обсягами імпортованою країнами ЄС органічної продукції. Найбільшими країнами-імпортерами були Нідерланди, Німеччина,

Австрія, Литва, Італія. Серед країн-не-членів ЄС основними імпортерами є США, Канада, Велика Британія та ряд азійських країн (Австралія, Китай, В'єтнам, Індія, Японія). Статтями українського експорту, як правило, виступали зернові, олійні, мед, овочі та фрукти [48].

Отже, Україна спроможна вирішити проблему нарощування доданої вартості. Але це ще не означає, що вона готова розвивати власне високотехнологічне виробництво. Реальним джерелом нової доданої вартості для України може стати виробництво комп'ютерів, електричної та оптичної продукції. У 2019 р. частка в загальному обсязі товарного експорту країни цього виду діяльності становила 0,48%, хоча у 2015 р. вона була майже вдвічі більшою – 0,72%, а рентабельність підприємств навпаки зросла із 6,3% до 12,3% [50]. Подальший розвиток експортного потенціалу може бути забезпечений реалізацією наявного кадрового потенціалу. З одного боку, велика кількість технічного персоналу високого рівня, в якому має потребу закордон, і на який майже немає попиту всередині України, з іншого – його низька вартість: середня місячна заробітна плата становить 400 дол.

Інше можливе джерело – фармацевтична промисловість, яка забезпечує 0,83% ВВП країни і 0,4% вартості загального обсягу товарного експорту. І хоча працюють в ній лише 0,15% всіх працевлаштованих українців, проте виробляють вони інноваційну продукцію з високою доданою вартістю [51].

Машинобудування (зокрема обладнання для газодобувної галузі), виробництво локомотивів, вагонів, суден, літаків також можуть стати джерелами нової доданої вартості.

Вважається, що реальні можливості є у галузі комп'ютерних послуг. У 2020 р. частка комп'ютерних послуг у загальному експорті країни склала 8,3%. У березні 2021 р. Міністерство закордонних справ України та асоціація «IT Ukraine» запустили проект «IT Export Boost», в рамках якого при залученні україн-

ських посольств та консульств, будуть просуватися ІТ-послуги українських компаній за кордоном. Експортними ринками для українських ІТ-компаній визначено ринки 19 країн, серед яких: США, Канада, Велика Британія, Ізраїль, ОАЕ, Швейцарія, Німеччина, Нідерланди, Швеція, Данія, Фінляндія, Норвегія, Португалія, Іспанія, Франція, Австрія, Сінгапур, Південна Корея та Індія [52]. Дипломатичні представництва України в цих країнах допоможуть українським ІТ-компаніям налагодити контакти з потенційними замовниками як з державного, так і приватного сектору. Цей проект має додати додатковий імпульс не тільки для експорту, а й для залучення в Україну науково-дослідних центрів міжнародних компаній і сприяти розвитку високотехнологічного виробництва.

Таким чином, розвиток експортного потенціалу та його реалізація відбуваються згідно тренду перманентності. Перманентність змін надає динамізму і забезпечує зменшення резервів і зростання фактичного експортного потенціалу. Орієнтація змін на нові кількісно-якісні параметри не може бути лише об'єктивною. Вона потребує керованості. Управління змінами має стати невід'ємним елементом державної експортної політики.

Однак перманентність змін експортного потенціалу визначається не тільки спроможністю національної економіки продукувати товари з високою доданою вартістю, а й тим, які технології використовуються щодо цього бізнес-структурами. Тоді постає питання, наскільки використовувані в Україні технології співставні з потребами світового ринку, аби забезпечити його попит в українській продукції або його викликати. Відповідь на ці питання є принципово важливою в контексті нарощування фактичного експортного потенціалу.

Використані джерела

1. Новий словник іншомовних слів. Укладання і передмова О.М. Сліпушко. 20000 тисяч слів. – К.: Аконіт, 2008. – 848 с.
2. Краткий словарь иностранных слов. – 9 изд., испр. – М.: Рус. яз., 1987. – 632 с.
3. Череп А.В. Основи формування трудового потенціалу в державі, регіоні, на підприємстві / А. В. Череп, Я. О. Зубрицька // Вісник Запорізького національного університету : зб. наук. праць. – Сер.: Економічні науки. – 2011. – № 1 (9). – С. 243-254.
4. Мельник Т. Експортний потенціал України : методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 8-9. – С. 221–224; Тюріна Н. М. Сутнісні характеристики експортного потенціалу / Н. М. Тюріна, Є. О. Шелест // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 3. – С. 189-196.
5. Нікітіна А.В. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства в умовах поглиблення європінтеграційних процесів/ А.В. Нікітіна, І.В. Юдіна // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 34. – С. 24-27. – URL: http://bses.in.ua/journals/2018/34_2018/7.pdf
6. Никитина Э.И. Факторы развития экспортного потенциала промышленного предприятия / Э.И. Никитина// Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 5. – С. 151-156. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2013_5_30
7. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. / О.Г. Мельник// Проблеми економіки. – 2017. № 1. – С. 226-231.
8. Бестужева С.В. Методичні засади оцінки експортного потенціалу регіону / С.В. Бестужева // Регіональна економіка. – № 5. – 2010. – С. 75-82.
9. Пирог О.В. Оцінка експортного потенціалу регіонів України / О.В. Пирог, А.І. Зацепило / Економічний простір. – 2009. – №24. – С. 144-152.
10. Тюріна Н.М. Сутнісні характеристики експортного потенціалу / Н.М. Тюріна, Є.О. Шелест // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 3. – С. 189-196.

11. Дружиніна В.В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності / В.В. Дружиніна, Л.В. Різниченко // Актуальні проблеми економіки. – № 7. – 2010. – С. 246-252.
12. Віднайчук-Вірван Л.А. Міжнародний бізнес. Українська бізнес-енциклопедія / Л.А. Віднайчук-Вірван, Н.В. Вірван. – Чернівці: Наші книги, 2008. – 376 с.
13. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. / О.Г. Мельник// Проблеми економіки. – 2017. № 1. – С. 226-231.
14. Геоекономічні пріоритети розвитку експортно-орієнтованого бізнесу України: тези доповідей наукової конференції (Київ, 12 грудня 2020 року). – К.: Університет «КРОК», 2020. – URL: <https://conf.krok.edu.ua/Geoekonom/paper/view/324>
15. Рокоча В.В. Експортний потенціал України: тренди сталості та стабільності/ В.В. Рокоча// Геоекономічні пріоритети розвитку експортно-орієнтованого бізнесу України: тези доповідей наукової конференції (Київ, 12 грудня 2020 року). – К.: Університет «КРОК», 2020. – URL: <https://conf.krok.edu.ua/Geoekonom/>
16. Александр Цыганок. Ключевые тренды в заработках на зарубежных рынках 2020 – 5.01.21. Экономика Эксклюзив Агро. – URL: <https://therpage.ua/economy/klyuchevye-trendy-v-zarabotkah-na-zarubezhnyh-rynkah/>
17. Аналитики назвали Топ-5 экспортных продуктов Украины / Экономическая правда. 1 февраля 2019. – URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2019/02/1/644893/>
18. Політика економічного прагматизму /Інститут суспільно-економічних досліджень. – Київ, 2016. – 118 с.
19. В. Власюк Новейшая индустриализация для Украины. GMK CENTER. 22 апреля 2019. – URL: <https://gmk.center/ua/opinion/novijshaya-industrializacija-dlya-ukrainy/>
20. Розраховано за даними Мінфіну України. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/industrial/>
21. Розраховано за даними Укрстату. – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp/vvp_ric/vtr_u.htm
22. В. Власюк. Металофонд України скоротився до 452 млн т. GMK CENTER. 19 березня 2021 р.

23. Мінфін. ВВП України. – URL: //<https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>
24. В. Власюк. Час змін. Чому Україні потрібно робити ставку на промисловість. GMK CENTER. 29 травня 1920. – URL: <https://gmk.center/ua/opinion/chas-zmin-chomu-ukraini-potribno-robiti-stavku-na-prom>
25. Іванова М.І., Швець В.Я., Варяниченко О.В. Оцінювання експортного потенціалу підприємств авіаційного комплексу //Економіка та суспільство. 2020. Випуск 22.
26. Цит. по: Ермакова О.А., Паршакова Д.С. Методичні підходи до виявлення джерел формування експортного потенціалу регіону – URL: <https://cof.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/264.pdf>
27. Бутко М., Козік М. Методологія оцінки ролі експортного потенціалу в економічному розвитку регіону – Економіст. – 2015. – №10.
28. Укрстат. – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/oet_u/oet2019_u.htm
29. Плаконь С., Сенів Г., Новосад І., Маслій В. Застосування економетричного моделювання в оцінюванні зовнішньоекономічної діяльності України. – Економічний аналіз. – 2020. Т. 30. – № 3. – С.32.
30. Ліга. – URL: <https://project.liga.net/projects/agroexport/>
31. Надвіничний С.А. Сучасні умови формування та реалізації експортного потенціалу аграрної сфери регіонів України. – Економічний аналіз. Тернопіль. 2018. Том 28.- № 3. – С. 56-61.
32. Стан промисловості України після початку функціонування зони вільної торгівлі між Україною та ЄС за підсумками І півріччя 2020 року. – Федерація роботодавців України. Аналітичний центр економіко-правових досліджень та прогнозування. За підтримки Конфедерації промисловості Данії. – URL: https://fru.ua/images/doc/analitics/Stan_promyslovosti_1-2020.pdf
33. Кушніренко О.М. Імперативи інноваційних трансформацій промисловості України в умовах посилення технологічних викликів індустрії 4.0 – БІЗНЕСІНФОРМ 2020, №2. С.150. – URL: //<https://cyberleninka.ru/article/n/imperativy-innovatsionnyh-transformatsiy-promyshlennosti-u>
34. Міністерство економіки України. – URL: <https://www.me.gov.ua/Documents>List?lang=ukUA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-3>

35. Українформ. – URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3191579-import-poslug-v-ukrainu-torik-skoro>
36. Ставицька А.В., Нестеренко О. Експортний потенціал України та можливості його реалізації на світовому ринку. – Причорноморські економічні студії. 2019, вип. 47-1. С.91-92. – URL: //<https://doi.org/10.32843/bses.47-16>
37. Інтеграційні можливості України: перспективи та наслідки: наукова доповідь / за ред. академіка НАН України В.М. Гейця, чл.-кор. НАН України Л.В. Шинкарук; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2014. – 92 с.
38. Зубрицький А.І. Експортний потенціал України в контексті порівняльних переваг/А.І. Зубрицький // Економіка і прогнозування. – 2015, №1. – С. 140-154. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2015_1_13.
39. Ricardo Hausmann and Bailey Klinger. Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space [Електронний ресурс] // CID Working Paper No. 128. – August, 2006. – Доступний з : http://www.hks.harvard.edu/var/ezp_site/storage/fckeditor/file/pdfs/centersprograms/centers/cid/publications/faculty/wp/128.pdf; Ricardo Hausmann and Bailey Klinger. The Structure of the Product Space and the Evolution of Comparative Advantage // CID Working Paper No. 146. – April, 2007. – Доступний з : http://www.hks.harvard.edu/var/ezp_site/storage/fckeditor/file/pdfs/centersprograms/centers/cid/publications/faculty/wp/146.pdf
40. Ricardo Hausmann, Jason Hwang, and Dani Rodrik. What You Export Matters [Електронний ресурс] // CID Working Paper No. 123. – December, 2005. – Доступний з: http://www.hks.harvard.edu/var/ezp_site/storage/fckeditor/file/pdfs/centersprograms/centers/cid/publications/faculty/wp/123.pdf
41. Jeffrey D. Sachs, Andrew M. Warner. Natural Resource Abundance and Economic Growth. Working Paper 5398. – Cambridge. December, 1995. Доступний з: http://www.nber.org/system/files/working_papers/w5398/w5398.pdf
42. Власюк В. Тревожные каникулы. Избежим ли идеального шторма? – Экономическая правда, 6 мая 2020 г. – URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/05/6/660195/>

43. Яка промислова політика потрібна Україні для переходу до індустрії 4.0? Інститут економічних досліджень і політичних консультацій. – URL: www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=6184

44. Структурні зміни як основа інклюзивного розвитку економіки України: монографія/ [Бобух І.М., Кіндзерський Ю.В., Фашевська О.М. та ін.]; за ред. д.е.н. І.М. Бобух; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України» – Електрон. дані. – К., 2020. – 516 с. – URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/332.pdf>

45. Індустріалізація, що пробуксовує, характеризується застійними показниками промислового виробництва й зайнятості, а також нестійким зростанням, під час якого утворюються зв'язки, недостатньо розгалужені й міцні для забезпечення такого промислового зростання, яке б дозволяло витримати кризові потрясіння і спади, що загалом призводить до ситуації постійної уразливості економіки країни загалом

46. Беседіна О., Хорунжа М., Шепотило О. Чи може Україна повторити шлях азійських тигрів? І чи взагалі їй варто турбуватися про це? – URL: <https://voxukraine.org/chi-mozhe-ukrayina-povtoriti-shlyah-azijskih-tigriv-i-chi-vzagali>

47. Органік в Україні. Федерація органічного руху в Україні. – URL: <http://organic.com.ua/organik-v-ukraini/>

48. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=ed6463-f338-4ef0-a8a8-e778d3d>

49. Експорт органічної продукції з України. Organicinfo. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://organicinfo.ua/news/ukrainian-organik-export-2020/>

50. Промышленные мощности Украины: направления, актуальное состояние, экспортный потенциал. Chamber of Commerce and Industry. – URL: <https://israelchamber.org/ru/our-events/industrial-capacities-of-ukraine-directions-current>

51. Лідером в ТОП-5 інвестиційно привабливих галузей економіки став фармбізнес. MIND. – URL: <https://mind.ua/news/20198192-liderom-v-top-5-investicijno-privablivih-galuzej-ekonomiki-stav>

52. IT Export Boost: 19 експортних ринків ля українського ІТ. IT Ukraine Association. – URL: <https://itukraine.org.ua/it-export-boost-19-export-markets-for-ukrainian-it.html?fb>

Розділ 2

Безпекові параметри сучасного розвитку експортного потенціалу України

2.1. Ресурсна безпека держави як елемент економічної безпеки та основа формування експортного потенціалу країни

Все більше дослідників стверджують, що світова економіка наближається до етапу вичерпності ресурсів, який спричинить кризу виробництва, споживання та поставить під загрозу людські життя. Кожна держава дбає про власний розвиток та добробут членів суспільства, саме тому забезпечення сировинними ресурсами, їх ефективне споживання та раціональне використання є основоположним у системі забезпечення економічної безпеки. Окрім того, ресурси є визначальним чинником розвитку виробничого й експортного потенціалів країни. Не потребує доведення і той факт, що ресурсно-сировинна орієнтація України, зростаюча боротьба за фактори виробництва та глобальна конкуренція на ринках товарів і послуг слугують стримуючими факторами кількісного зростання та якісного розвитку експортної спеціалізації України. Відтак, відкрита економіка не може бути у безпечному стані за умови неконкурентного експорту.

У даному розділі обґруntовується взаємозв'язок економічної безпеки та експортного потенціалу крізь призму конкурентоспроможності. Поглибується наукове розуміння сутності сировинної безпеки та визначення її ролі у системі економічної безпеки держави.

Експортний потенціал країни відображає її конкурентоспроможність, тобто здатність ефективно виробляти товари, що користуються попитом на світовому ринку [1, с.9]. Він варіюється під впливом змін попиту й пропозиції на світових ринках, умов конкуренції та через втручання міжнародних ін-

ституцій у міжнародні торговельні механізми. До внутрішніх факторів формування експортного потенціалу належать виробничий потенціал країни, розвиток законодавства, ринкових та державних інституцій, інфраструктури, інформаційного та соціокультурного середовища [2, с. 250]. Відтак, неефективність регуляторної системи експортного бізнесу, несприятлива соціально-економічна ситуація та політичні дисбаланси каталізують додаткові витрати для бізнесу, роблячи його неконкурентоспроможним як за ціновими так і якісними характеристиками. Результати дослідження Шніпко О.С. показали «співмірність категорій експортного потенціалу та конкурентоспроможності» [3, с.13]. На погляд Мельник Т., конкурентоспроможність відображає стійкість національної економіки, а експортний потенціал – забезпечує зростання присутності товарів на зовнішніх ринках за рахунок використання національних конкурентних переваг [2, с. 255]. Наукові доробки Ляшенко О.М., Плескач Б.В., Бантуш В.К. [4, с.114], Мунтіян В.І. [5, с.159], Космарової Н.А.[6, с.42] засвідчують позитивний взаємозв'язок між конкурентоспроможністю та економічною безпекою держави.

Концепція економічної безпеки зародилася у контексті необхідності зміщення економічних позицій держави. Національна безпека країни відображає стан захищеності національних інтересів у політичній, економічній, зовнішньоекономічній, військовій та екологічній сферах. Економічна безпека є основою ефективного функціонування держави та відображає спроможність створювати й розподіляти блага поміж членами суспільства. Згідно Єрмошенко М.М. [7, с.131], «здатність виробляти і здійснювати власну економічну політику, визначати і реалізовувати власні інтереси» є критерієм економічної безпеки.

Вітчизняні науковці Мунтіян В.І. [8, с.362] та Жаліло Я. [9, с.143] дійшли певного консенсусу у розумінні основних компонентів економічної безпеки держави, серед яких виокремлюють

такі складові: сировинно-ресурсну, енергетичну, фінансову, соціальну, інноваційно-технологічну, продовольчу та зовнішньоекономічну. Ресурсно-сировинна безпека як елемент економічної безпеки держави віднайшла гідне місце у наукових роботах Адаманової З.О. [10, с.393], Бесчастного А.В. [11, с.68], Гордієнко О.С. [12, с. 85], Кириченко О.А та Кім Ю.Г. [13, с.90], Кушнірчук Ю.М. [14, с.18]. Разом з тим, Калько А.Д. [15, с.208], Корецький М.Х., Маланчук З.Р. [16, с.80] розглядають мінерально-сировинну безпеку як елемент безпеки держави й пропонують ключові принципи управління нею.

Згідно методики розрахунку рівня економічної безпеки України, прийнятої Міністерством економічного розвитку України, підвідами економічної безпеки держави є макроекономічна, фінансова, зовнішньоекономічна, інвестиційна, науково-технологічна, енергетична, виробнича, демографічна, соціальна та продовольча [17]. Так, Ягельська К.Ю. [18, с.332] зауважила, що методика є обмеженою та націлена на короткостроковий термін, що знижує ефективність управління економічною безпекою. Необхідно наголосити, що за даною методикою не вбачається за можливе виокремити ресурсно-сировинну компоненту з елементів економічної безпеки держави, хоча сировинні ресурси є основою формування зовнішньоекономічної, енергетичної, виробничої та продовольчої безпеки. Окрім того, такі питання економічної безпеки держави як сировинна імпортозалежність, домінування сировинного експорту й нелегальне вивезення ресурсів із країни, неефективне використання ресурсів у виробництві, при наданні/споживанні послуг, нестабільність цін на ресурси, монополія на їх постачання представляють собою досить великий пласт проблем для осмислення та подальшого вирішення.

У доробках вітчизняних науковців Баженова О. [19, с.53], Пастернак-Таранущенко Г. [20, с.100] Мунтіян В.І. [8, с.402] ресурсна або ресурсно-сировинна безпека виокремлена від енер-

гетичної та продовольчої, що з позиції об'єктів економічної безпеки є зручним інструментом цільового впливу на окремі процеси забезпечення економічної безпеки, проте не дає об'єктам ЕБ системного бачення проблем сировинної залежності та комплексних шляхів вирішення проблеми. Згідно поглядів Терехова Є.М., основна вимога до економічної безпеки держави (у тому числі й до сировинної компоненти) полягає у наступному: безпека держави можлива при такому рівні забезпечення ресурсами, що гарантуватиме соціально-економічний розвиток та зростання й захистить національні економічні інтереси [21, с.303].

Україна остаточно визначилася, що Європейський Союз є вектором інтеграції та орієнтиром для переформатування соціально-економічних та політичних процесів згідно європейських цінностей. Тут необхідно зазначити, що суб'єкти забезпечення національної економічної безпеки мають ретельно проаналізувати і зважено використати колосальний досвід й надбання Євросоюзу у сфері ефективного використання сировинних ресурсів, їх повторної утилізації та зменшення залежності від країн-постачальників, зокрема таких як Китай, Південна Африка та Російська Федерація.

До прикладу, у рамках Промислової політики ЄС, націленої на привнесення структурних змін у економіки країн-членів Євросоюзу, розроблена та впроваджена стратегія використання сировинних матеріалів. Першочергово до списку критично важливих матеріалів неенергетичного і не-сільськогосподарського призначення увійшли 14 найменувань сировини, а згодом, вже у 2014 перелік розширився до 20-ти. Крайній перелік із 30-ти найменувань був затверджений Єврокомісією у 2020 році та є предметом перегляду щотрирока [22], [23]. Європейська комісія рекомендує застосовувати список при формуванні пріоритетів промислової політики, проведенні торговельно-економічних переговорів, для бізнесу – при плануванні міжнародних по-

ставок сировини, визначення сфер науково-дослідної та інноваційної діяльності. Побоювання ЄС стосовно доступності сировинних матеріалів на світовому ринку, їх цінового тренду й здатності ринку задовольнити надмірно бурхливий попит, пов'язаний із швидкою індустріалізацією є небезпідставними, з огляду на той факт, що 90% із 54 найменувань стратегічно важливої сировини постачається із-за меж ЄС. Європейський Союз зазнає колosalного тиску зі сторони Китаю стосовно недобросовісного обмеження експортних поставок рідкоземельних металів. Останнім часом Гренландія стала об'єктом пильної уваги ЄС як потенційне джерело рідкоземельних металів, запаси яких оцінюються у 6% від світових [24, с. 137].

Аналізуючи позиції України як постачальника стратегічно значущих матеріалів до ЄС варто відмітити високий рівень за-безпеченості ресурсами у порівнянні із фактичними поставками. До прикладу, Україна станом на 2017 рік забезпечувала 9% імпортних поставок галію до ЄС, конкурючи на ринку із Китаєм, США, Південною Кореєю, однак у 2020 році не потрапила до звіту про постачальників критичних матеріалів ЄС. Також Україна займає 8% світового ринку гафнію, однак до Європи поставок не здійснює. Аналогічна ситуація із рідкоземельним металом скандієм, де країна має 7% частки у світовому обороті, однак монополію на ринку ЄС розділяють Росія й Великобританія [22], [23].

ЄС в останньому документі задекларувала наміри поглибити стратегічне партнерство з рядом багатьох на ресурси країн шляхом застосування інструментів зовнішньої політики. Для відкритої економіки, якою є Україна, емпірично доведено важливість торговельно-економічної дипломатії у системі забезпечення економічної безпеки держави [25, с.158]. Вочевидь, предметом дипломатичних переговорів з ЄС повинні стати питання ширшого залучення України як постачальника сировини, спрямування інвестицій у інноваційні технології розвідки й видо-

бутку металів й захисту навколошнього середовища. Разом з тим Україна має наслідувати приклад ЄС щодо розробки аналогічного документа задля запобігання дисбалансу ресурсів у країні, сприяння підписанню міжнародних контрактів й формуванню пріоритетних напрямків розвитку промисловості, об'єктів інвестування та науково-дослідних проектів. Основні загрози у сировинному секторі України представлені у табл. 2.1.

У відповідь на зростаючі загрози щодо надійності поставок сировини, ЄС розробила документ, що окреслює такі прерогативи у сфері сировинної безпеки [24, с.135]:

по-перше, забезпечення доступу до міжнародних ринків сировини на тих же умовах, які отримують конкуренти ЄС, переважно шляхами торговельно-економічної дипломатії, координації зусиль в рамках «великої вісімки» й ОЕСР, через надання фінансової допомоги країнам-постачальникам для покращення їх інвестиційної привабливості та стійкого розвитку;

по-друге, встановлення рамкових умов для безпечного постачання сировини із місцевих джерел через спрощення адміністративних процедур доступу до земельних ділянок, покращення ефективності георозвідувальних робіт, фінансування досліджень інноваційних методів видобутку й переробки ресурсів, підвищення кваліфікації кадрів й інформування громадськості про існуючі загрози;

по-третє, зменшення імпортозалежності за рахунок ефективного використання та утилізації стратегічно важливих матеріалів, інтенсивного використання вторинної сировини, заохочення третіх країн, що утилізують продукцію з елементами цінних матеріалів до дотримання цілей ЄС щодо даного питання.

Необхідно підкреслити, що Україна залишається країною з низьким технологічним укладом. За влучним висловом Богуславського О. «Україна купує сировину аби виробляти сировину й напівфабрикати» й таким чином знаходиться у ресурсно-

Таблиця 2.1

**Взаємозв'язок ресурсно-сировинної
і національної безпеки України**

Макроекономічні загрози <ul style="list-style-type: none"> - неадекватність економічного зростання внаслідок сировинної орієнтації країни - домінування зайнятості у сировинному секторі економіки - монополізація ринку сировини і обмеження вільної конкуренції на ньому 	Фінансові загрози <ul style="list-style-type: none"> - інфляція та цінові коливання внаслідок зміни кон'юнктури світових сировинних ринків - зміни валютного курсу країни під тиском сировинної торгівлі - залежність державного бюджету від сировинних надходжень 	Науково-технологічні загрози <ul style="list-style-type: none"> - відсутність ефективних й екологічно-безпечних технологій розвідки та видобутку ресурсів
Загрози виробництва <ul style="list-style-type: none"> - висока матеріаломісткість і неефективність виробництва - низька якість/відсутність технологій повторної утилізації сировини 	Соціальні загрози <ul style="list-style-type: none"> - ціновий тиск на домогосподарства-споживачів сировини та енергетичних матеріалів - зубожіння чутливих верств населення внаслідок зміни пін на опалення 	Інвестиційні загрози <ul style="list-style-type: none"> - низький рівень інвестицій у сировинні проекти - недостатня захищеність інвесторів усіх форм власності і походження
Загрози продовольчій безпеці <ul style="list-style-type: none"> - виробництво неконкурентоспроможної сировини - масовий вивіз сировини за кордон - низькі ціни на сільськогосподарську сировину на світовому ринку та для виробників-фермерів 	Зовнішньоекономічні загрози <ul style="list-style-type: none"> - диспропорційно велика сировинна експортоорієнтованість й імпортозалежність економіки - слабка міжнародноправова забезпеченість сировинної торгівлі - примітивність ресурсної дипломатії 	Політичні загрози <ul style="list-style-type: none"> - політично вимотивовані дії щодо контролю за ресурсами і максимізації сировинної ренти - корупція у сфері доступу до ресурсів - військові дії з метою підвищення ресурсної безпеки країни

Джерело: авторська розробка

сировинній пастці [26, с.79]. Парадокс достатку, Голландська хвороба та ресурсне прокляття – це терміни, що окреслюють ситуацію в економіці, за якої надмірна комерційна експлуатація сировинних ресурсів призводить не до розвитку економіки, а до поступового її занепаду. Наукові доробки останніх років підтверджують наявність «прокляття» у Китаю, країн Близького Сходу, Латинської Америки, Африканського континенту, а також Росії, України, Азербайджану і Казахстану [27], [28].

Стратегії ресурсної безпеки країн Північно-Східної Азії можуть слугувати прикладом уbezпечення країни від виснаження ресурсів й негативного впливу високих цін на них. Джефрі Д. Вілсон аргументує меркантилістські заходи у сфері міжнародного обігу сировини посиленою конкуренцією у регіоні як на ресурсних, так і товарних ринках, що підштовхує країни до пошуку методів нарощення конкурентоспроможності [29, с.20]. Відмінності у інструментах забезпечення ресурсної безпеки між країнами Європи та Азії базуються на різних ціннісних орієнтирах, протилежних поглядах на питання демократії, відносній важливості/авторитетності закону чи законодавця, який краще розуміє потреби народу, свободи дій економічних агентів та меж втручання держави в економічні процеси.

На переконання Рокочої В.В., економічна безпека виступає механізмом захисту національних інтересів та цінностей [30, с.30]. У той же час існує і зворотній зв'язок, за якого розуміння економічних інтересів та цінностей власної держави є основними гравців на світовій економічній арені є необхідною передумовою формування системи економічної безпеки держави й, зокрема, вибору адекватних інструментів підтримки її високо-го рівня. Зокрема, дефіцит ресурсів з'явився у переліку мотивів підписання країнами Північно-Східної Азії угод про вільну (преференційну) торгівлю, однак через побоювання постачальників зв'язувати себе умовами договору, а не умовами ринку, залишила цю стратегію малодієвою [31, с.433]. Міжурядова спів-

праця щодо забезпечення сировинної безпеки у регіоні шляхом підписання кооперативних угод теж не вбачається можливою, оскільки національні інтереси превалують над колективними й підпитовхують окремі держави до опортуністичної поведінки [32, с.40].

Річард Д. Робінсон у своїй періодизації міжнародного бізнесу так охарактеризував роль ресурсів у еру глобалізації: країна, що не має достатньо ресурсів може не відчувати значних проблем через їх відсутність, однак повинна заплатити ціну за право доступу до ресурсів, яка визначається на світовому ринку [33, с.2] [34, с.14]. Мартиненко В.В. постулює, що дефіцит ресурсів для розширеного відтворення економіки є основним викликом глобалізації [35, с.40]. Зокрема, проблеми зростання глобального попиту, безпеки поставок й сплеску значущості окремих видів мінеральної сировини є ключовими для ресурсної безпеки світової економіки. На глобальній повітності також обговорюються питання ролі ринків й держави у забезпеченні ресурсної безпеки, причини зростання цін зі сторони попиту та пропозиції, узгодження екологічних цілей й завдань ресурсної безпеки [27, с.12].

Концептуально існує дві стратегії забезпечення ресурсної безпеки: меркантилістична (державно-орієнтована) та ліберальна (ринково-орієнтована) [29, с.31]. Перша реалізується шляхом фінансової й регуляторної підтримки участі у міжнародних проектах із видобутку сировини й інвестуванні у сировинний бізнес за кордоном. Ринкова модель фокусується на лібералізації й інтеграції національних сировинних ринків у міжнародний, результатом чого є зростання торгівлі й інвестицій у сировинний сектор. Азійські країни тяжіють до використання меркантилістичного підходу, або ж комбінації обох, у той час, як країни з розвинутим ринком постулюють про важливість недискримінації та рівних умов доступу й чесної конкуренції за ресурси.

Ресурсна залежність здатна спровокувати ряд негативних тенденцій у соціально-економічній та політичній сферах, стати перепоною у набутті конкурентних переваг вищого порядку й у повній мірі реалізувати експортний потенціал. Україна наразі знаходиться в епіцентрі боротьби із наслідками ресурсного прокляття. Системного осмислення потребує також питання застосування механізмів та інструментів забезпечення ресурсної безпеки країни. Використання новітнього досвіду забезпечення сировинними ресурсами країн ЄС та «великої вісімки», а також Японії, Кореї та Китаю буде прина гідним у розробці нових критеріїв та моделюванні параметрів ресурсно-сировинної безпеки України.

2.2. Вплив сировинного експорту та імпорту на економічне зростання України

Переважна більшість досліджень провідних вчених економістів стверджує, що залежність країни від сировинних ресурсів стримує економічне зростання в довгостроковій перспективі, гальмує притік інвестицій та розвиток інституцій [36, с.1092]. З огляду на сировинну спрямованість експорту України, постає необхідність детального аналізу даного феномену у реаліях національного економічного розвитку. Цей розділ ставить за мету встановити вплив сировинного експорту й імпорту на макроекономічні показники України. Дані Світового банку та Державної служби статистики України за 1996-2018 роки слугували статистичною основою кореляційно-регресійного аналізу. Змінні для економетричних моделей у наведені у табл. 2.2.

Перша модель конструює залежність темпів зростання ВВП на душу населення від показників валового нагромадження капіталу, експорту продуктів харчування, паливних матеріалів, руд і металів. Друга модель демонструє вплив імпорту паливних матеріалів, продуктів харчування, сільськогосподарських матеріалів й членства у СОТ на індекс споживчих цін та офіцій-

Таблиця 2.2

Змінні для економетричної моделі залежності
економічного зростання від сировинного експорту та імпорту

Змінні для експортної моделі	Інтерпретація
Темпи зростання ВВП на душу населення (залежна)	% зростання (річний)
Експорт продуктів харчування	% від товарного експорту
Валове нагромадження капіталу	% від ВВП
Експорт паливних матеріалів	% від товарного експорту
Експорт руд та металів	% від товарного експорту
Змінні для імпортної моделі	Інтерпретація
Індекс споживчих цін (залежна)	2010=100
Офіційний валютний курс (залежна)	Кількість національної валюти до долара США
Імпорт паливних матеріалів	% від товарного імпорту
Імпорт продуктів харчування	% від товарного імпорту
Імпорт сільськогосподарських матеріалів	% від товарного імпорту
Членство в СОТ	Бінарна змінна

Джерело: адаптовано автором на основі [28, p.70]

ний обмінний курс гривні до долару США.

Результати регресійного аналізу свідчать про те, що сировинний експорт позитивно впливає темпи зростання ВВП на душу населення. Модель пояснює, що 60.5% зростання ВВП на душу населення України залежить від експорту сировинних продуктів. Всі змінні моделі є значущими. Середньостатистичні та граничні значення змінних представлені у табл. 2.3.

Упродовж 1996-2018 років зростання ВВП на душу населення в Україні коливалося від -14.4% до 13% у річному вимірі та у середньому становило 2.4%. Найбільшу частку в експорті займають продукти харчування, із середньостатистичним по-

Таблиця 2.3

Описова статистика змінних експортної моделі

Змінна	Спостереження	Середнє	Стандартне відхилення	Мін значення	Макс значення
ЕкспПродХарчув	23	20.27873	10.94397	9.170724	41.87713
ВалНагрКап	23	22.38309	4.74357	13.3965	32.82585
ЕкспПаливМатер	23	5.515034	2.917326	0.9659191	11.72272
ЕкспРудМет	23	7.846081	1.825293	5.590335	11.96021
ЗростВВП/ДНас	23	2.340614	6.652883	-14.37929	12.96248

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

казником 20.3% від сукупного товарного експорту України. Ця товарна група вирізняється найбільшою динамікою зростання із-поміж усіх аналізованих у моделі. Експорт паливних матеріалів, руд та металів хоча і менший у 4 рази від експорту продуктів харчування, однак є більш вагомим у приrostі ВВП. Експорт по цій товарній групі є стабільним, і становить у середньому 8% у сукупному експорті товарів. Варто відмітити стрімке падіння частки експорту паливних матеріалів із 8.1% у 2011 році до 1.5% у 2018 році. Валове нагромадження капіталу у ВВП скоротилося із 32.8% у 2007 до 18.8% у 2018 та у середньому становило 22.4%.

Таблиця 2.4

Результати регресійного аналізу експортної моделі

ЗростВВП/ДНас	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	
ЕкспПродХарчув	0.6148162	0.2132931	2.88	0.01	0.1667039	1.062928
ВалНагрКап	1.411751	0.3757442	3.76	0.001	0.6223419	2.201161
ЕкспПаливМатер	2.585921	0.6844666	3.78	0.001	1.14791	4.023932
ЕкспРудМет	3.322888	1.005983	3.3	0.004	1.209396	5.436381
_cons	-82.05953	21.4687	-3.82	0.001	-127.1636	-36.95546

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Рівняння регресії для прогнозування динаміки зростання ВВП на душу населення виглядає наступним чином:

$$\begin{aligned} \text{Зрост} \text{ ВВП/ДНас} = & -82.06 + 0.615 * \text{ЕкспПродХарчув} + \\ & + 1.412 * \text{ВалНагрКап} + 2.586 \text{ ЕкспПаливМатер} + \\ & + 3.323 * \text{ЕкспРудМет} \end{aligned} \quad (1)$$

Всі параметри моделі є репрезентативними та значущими для екстраполювання зростання ВВП. Згідно проведених розрахунків, найбільший економічний приріст може спостерігатися від 1-відсоткового зростання експорту у металургійному та паливно-енергетичному секторах (табл. 2.4).

Таблиця 2.5

Фактор інфляції дисперсії/Тест на мультиколінеарність

Змінні	ФІД	1/ФІД
ЕкспПродХарчув	5.62	0.177955
ЕкспПаливМатер	4.11	0.243187
ЕкспРудМет	3.48	0.287586
ВалНагрКап	3.28	0.305224
Середній ФІД	4.12	

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Табл. 2.5 ілюструє тест на мультиколінеарність, оцінений за допомогою фактора інфляції дисперсії. Фактор інфляції дисперсії як окремих незалежних змінних, так і середня його величина є меншою 10, що на думку більшості науковців є максимальним допустимим значенням [37], [38].

Таблиця 2.6

Таблиця кореляції незалежних змінних

	ЕкспПродХарчув	ВалНагрКап	ЕкспПаливМатер	ЕкспРудМет
ЕкспПродХарчув	1			
ВалНагрКап	-0.5066	1		
ЕкспПаливМатер	-0.7545	0.4683	1	
ЕкспРудМет	-0.0403	-0.5898	-0.3374	1

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Аналіз кореляції незалежних змінних засвідчує високий рівень негативного взаємозв'язку (- 0.76) між експортом продуктів харчування та експортом паливних матеріалів, а також помірного негативного зв'язку між валовим нагромадженням капіталу і експортом продуктів харчування (- 0.51). Негативний взаємозв'язок простежується і між валовим нагромадженням капіталу й експортом руд і металів (- 0.59) (табл. 2.6).

Може існувати кілька пояснень таких взаємозв'язків. По-перше, паливні матеріали є як факторами виробництва, так і окремими ресурсами для продажу. Надмірний експорт паливних ресурсів призводить до дефіциту на внутрішньому ринку та зростання цін на цей фактор виробництва. Як наслідок, відбувається здорожчання продуктів харчування й втрата цінової конкурентоспроможності на експортних ринках. По-друге, валове нагромадження капіталу, що відображає сукупні інвестиції у довгострокові фіксовані активи забезпечує меншу норму прибутку всередині країни, аніж прибуток від експортної діяльності. Окрім того, фінансування зовнішньоторговельної діяльності потребує додаткових коштів від бізнесу, який не може отримати доступ до дешевих капіталів, тому використовує внутрішні ресурси як джерело фінансування.

Як висновок, економетрична модель засвідчує, що існуюча структура сировинного експорту не здатна забезпечити належне зростання ВВП на душу населення. Перекіс у структурі експортної спеціалізації у бік агропромислового експорту зменшує добробут країни, дестимулює нагромадження капіталу й створення продуктів із більшою доданою вартістю.

Що ж стосується моделі впливу сировинного імпорту на макроекономічні показники України, то економетричний аналіз не виявив впливу імпорту на макроекономічне зростання. У той же час, індекс споживчих цін та офіційний валютний курс продемонстрували значну залежність від частки імпортованої

сировини у загальному імпорті та, зокрема, членства України у СОТ. Описова статистика моделі наведена у табл. 2.7.

Таблиця 2.7
Описова статистика змінних імпортної моделі

Змінна	Спостере-ження	Середнє значення	Стандартне відхилення	Мін. значення	Макс. значення
ЕнергІмп	23	38.38927	7.07072	25.66986	50.88622
ІмпРудиМетал	23	3.435431	.7312243	2.482604	5.422249
ІмпПаливніМат	23	33.08878	7.633506	20.0667	47.74805
СільгоспІмп	23	1.307168	.3776444	0.8985777	2.396969
ІмпХарчПром	23	7.947563	1.527359	5.060165	10.78761
ЧленстСОТ	23	.4347826	.5068698	0	1

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Економіка України перебуває у залежності від імпорту паливно-енергетичних матеріалів. Статистика стверджує, що у 1996 році внутрішній попит на енергоносії у країні на 50% задовольнявся імпортом. Станом на 2018 рік показник використання імпортних паливно-енергетичних матеріалів скоротився до 35%, однак є таким, що знаходиться поза рівнем безпечного рівня. Імпорт пального також зберігається на рівні 23.5%. Імпорт решти сировинних складових становить незначну частку та є відносно стабільним. Макроекономічні показники засвідчують стійкий інфляційно-девальваційний тренд в економіці України. Галопуюча інфляція та чотири етапи знецінення національної валюти впродовж 1996–2018 років на тлі зростаючого дефіциту торговельного балансу потребують з'ясування впливу сировинного імпорту на грошово-кредитну та валютну стабільність економіки (табл. 2.8).

Згідно регресійної моделі, чотири параметри мають статистично значущий вплив на індекс споживчих цін. Зокрема, імпорт паливно-енергетичних матеріалів здатен пригальмувати

Таблиця 2.8

Результати регресійного аналізу імпортної моделі

Індекс Споживчих Цін (ІСЦ)	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
ЕнергІмп	1.94164	2.29612	0.85	0.41	-2.92592	6.809198
ІмпРудиМетал	14.4129	13.4534	1.07	0.3	-14.1071	42.93269
ІмпПаливніМат	-8.03679	1.58294	-5.08	0.000	-11.3925	-4.6811
СільгоспІмп	77.2045	36.6903	2.1	0.052	-0.57546	154.9844
ІмпХарчПром	-14.114	6.7551	-2.09	0.053	-28.4343	0.206087
ЧленстСОТ	144.153	29.495	4.89	0.000	81.62679	206.6798
_cons	179.815	106.910	1.68	0.112	-46.8249	406.4542

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

зростання споживчих цін. Членство у СОТ пояснює стрімкий ріст ІСЦ. При надійності моделі у 90% значущими факторами зростання ІСЦ є імпорт сільськогосподарської сировини. Збільшення частки імпорту продуктів харчування на 1% призведе до скорочення ІСЦ на 14.1%. Дана модель пояснює 87.7% варіації індексу споживчих цін й дозволяє спрогнозувати показник використавши наступне рівняння регресії:

$$\begin{aligned} IC\bar{C} = & 179.82 + 1.94 * ЕнергІмп + 14.41 * ІмпРудиМетал - \\ & - 8.037 * ІмпПаливніМат + 77.21 * СільгоспІмп - \quad (2) \\ & - 14.12 * ІмпХарчПром + 144.15 * ЧленстСОТ \end{aligned}$$

Як видно з табл. 2.9, офіційний валютний курс зазнав змін через ті ж самі фактори, що й ІСЦ. Емпіричні дані стверджують, що зростання частки імпорту паливно-енергетичних матеріалів у сукупному імпорті на 1% здатні зменшити девальваційний тиск на обмінний курс на - 1.1%. Членство у СОТ та імпорт сільськогосподарської сировини виступають девальваційними тригерами. Модель пояснює 79% коливання валютного курсу, який може бути спрогнозований такою залежністю:

Таблиця 2.9

Результати регресійного аналізу імпортної моделі

Офіційний обмінний курс	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
ЕнергІмп	0.1846043	0.3390104	0.54	0.594	-0.5340657	0.9032743
ІмпРудиМетал	3.239144	1.986317	1.63	0.122	-0.9716608	7.449949
ІмпПаливні-Мат	-1.110857	0.2337132	-4.75	0.000	-1.606307	-0.6154076
СільгоспІмп	14.83549	5.417133	2.74	0.015	3.351685	26.3193
ІмпХарчПром	-1.78094	0.9973577	-1.79	0.093	-3.895244	0.3333637
ЧленстСОТ	17.08696	4.354778	3.92	0.001	7.855241	26.31867
_cons	15.01878	15.78474	0.95	0.356	-18.44338	48.48095

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

$$\text{ОфіцОбмКурс} = 15.02 + 0.19 * \text{ЕнергІмп} + \\ + 3.24 * \text{ІмпРудиМетал} - 1.11 * \text{ІмпПаливніМат} + \\ + 14.84 * \text{СільгоспІмп} + -1.78 * \text{ІмпХарчПром} + \\ + 17.08 * \text{ЧленстСОТ}$$

Таблиця 2.10

Фактор інфляції дисперсії/Тест на мультиколінеарність

Variable	VIF	1/VIF
ЕнергІмп	6.94	0.144021
ЧленстСОТ	5.89	0.169845
СільгоспІмп	5.06	0.19773
ІмпПаливніМат	3.85	0.259994
ІмпХарчПром	2.8	0.356611
ІмпРудиМетал	2.55	0.392265
Mean VIF	4.51	

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Табл. 2.10 ілюструє тест на мультиколінеарність оцінений за допомогою фактора інфляції дисперсії. Середній коефіцієнт не перевищує 10, що свідчить про відсутність мультиколінеарності.

Таблиця 2.11

Таблиця кореляції незалежних змінних

	Енерг Імп	ІмпРуди Метал	ІмпПаливні Мат	Сільгосп Імп	ІмпХарч Пром	Членст СОТ
ЕнергІмп	1					
ІмпРуди- Метал	0.554	1				
ІмпПа- ливніМат	0.7228	0.475	1			
Сільгосп- Імп	0.7719	0.2622	0.8	1		
ІмпХарч- Пром	-0.72	-0.475	-0.5075	-0.4347	1	
Членст- СОТ	-0.8463	-0.6858	-0.5717	-0.5734	0.7602	1

Джерело: розраховано автором у програмі STATA

Прогнозувалося, що набуття Україною членства у СОТ призведе до значного зростання імпорту харчових продуктів за рахунок зниження імпортного мита [39, с.145]. Статистичний аналіз підтверджив наявність високого ступеню взаємозв'язку між цими двома параметрами (0.76) (табл. 2.11).

Саме за часи членства у СОТ Україна зуміла знизити відсоток споживання іноземних енергетичних товарів, скоротити імпорт паливних й сільськогосподарських матеріалів, руд та металів. Необхідно уточнити, що система економічних взаємозв'язків країни в умовах глобалізації є досить складною. Відтак, подальшого вивчення потребують інші причини структурних змін імпорту та ролі СОТ у цьому процесі.

Результати дослідження впливу сировинного імпорту на макроекономічні показники України засвідчили необхідність наповнення ринку паливно-енергетичними матеріалами та продуктами харчової промисловості задля забезпечення валютної та цінової стабільності. Відтак, системного вивчення потребують шляхи застосування інструментів імпортозаміщення, стратегії ведення міжнародних торговельних переговорів, участі України у міжнародних енергетичних проектах, політика енергозаощадження та зелених технологій виробництва енергії. Відповідно, системного осмислення потребує питання розвитку імпорту продуктів харчування й харчової промисловості України з позиції економічної ефективності, міжнародної конкурентоспроможності й національної безпеки. Таким чином, економіка, що побудована на сировинній складовій, становить значну небезпеку для довгострокового економічного розвитку держави й вимагає рішучих дій бізнесу, держави та інших суб'єктів економічної безпеки із подолання негативних трендів розвитку зовнішньоекономічної складової.

2.3. Кількісні параметри експортного потенціалу України

На сучасному етапі розвитку національної економіки експортний потенціал України у великій мірі реалізовується за рахунок сировинного експорту. На сьогодні аграрний й металургійний сектори лідирують за обсягами згенерованої валютної виручки від закордонних продажів. Однак, продаючи товари із біркового списку країна не може уbezпечити себе від цінових коливань на світових товарних ринках та є чутливою до зміни балансу попиту й пропозиції глобальної економіки у довгостроковій перспективі. Ілюстрацією такої чутливості є аналіз тенденцій котирувань міжнародних товарних бірж. Зокрема, індекс цін на товарні метали щочотири роки зазнає відчутних коливань.

Загальний тренд останнього десятиріччя свідчить, що індекс цін на метал починаючи з пікового значення 125.82 у лю-

тому 2011 року зазнавав коливань із низхідним трендом. У липні 2020 року індекс цін на алюміній, мідь, залізну руду, олово, цинк, нікель, свинець та уран становив 79.09 [40]. Аналогічному тренду слідував індекс цін на продукти харчування і напої, що знизився із 131.34 у квітні 2014 до 98.86 у липні 2020 року. Індекс товарної сільськогосподарської сировини, до якого входять такі категорії товарів як деревина, бавовна, шерсть, гума та шкури із квітня 2011 року зазнавав низхідного тренду й зупинився на показнику 76.09 у середині 2020 року. Відтак, цінова нестабільність на світових сировинних ринках є фактором ризику для вітчизняних сировинних експортерів.

Сировинна орієнтація експорту України є похідною від виробничої спеціалізації, яка базується у переважній більшості на використанні природного потенціалу. Станом на 2020 рік Україна є сьомою країною у світі із виробництва пшениці (26,5 млн. тон у рік), що є одним із найвищих показників за увесь час незалежності країни [41].

Україна лідує у рейтингах з виробництва соняшникової олії, насіння та макухи, жита, ячменю, насіння ріпаку, волоских горіхів, кукурудзи, свіжих вишень, пшениці, соєвих бобів і яблук. Обсяги виробництва, світовий рейтинг та основні країні-конкуренти наведені у табл. 2.12.

Аналіз тенденцій іноземного попиту засвідчує, що виробництво олії та олійних продуктів із соняшнику та ріпаку і надалі зростатиме. До перспективної категорії продуктів входять і волоскі горіхи, кукурудза, пшениця. Виробництво фруктів не буде зазнавати значних змін, а решта категорій уже показали низхідну тенденцію. Як приклад, за 2019-2020 роки виробництво жита впало на 32.74%, соєвих бобів на 11%, соєвої олії й макухи у середньому на 22%, проса на 27.33%.

Україна посідає 14 місце у світовому рейтингу з вирощування великої рогатої худоби, однак дана перевага поступово втрачається. У 1991 році поголів'я складало 7.8 млн одиниць, а

Таблиця 2.12

Місце України у світовому виробництві
сільськогосподарської продукції станом на 2020 рік

№	Продукція	Рейтинг	Обсяг	Країни-конкуренти
1.	Соняшникова маکуха	1	6.9 млн. т	РФ, ЄС-27, Аргентина, Туреччина, Китай
2.	Соняшникова олія	1	7.1 млн. т	США, Казахстан, Молдова, ПАР, Сербія
3.	Соняшникове насіння	1	17 млн. т	РФ, ЄФ-27, Аргентина, Туреччина, Китай
4.	Жито	4	450 тис. т	ЄС-27, РФ, Білорусь
5.	Лісові горіхи	5	121 тис. т	Китай, США, Чилі, ЄС-27
6.	Ячмінь	5	9.4 млн. т	ЄС-27, РФ, Австралія, Канада
7.	Ріпакове насіння	5	4 млн. т	Канада, ЄС-27, Китай, Індія
8.	Кукурудза	6	39 млн. т	США, Китай, Бразилія, ЄС-27, Аргентина
9.	Свіжі вишні	6	243 тис. т	Туреччина, ЄС-27, США, Китай, РФ
10.	Пшениця	7	26.5 млн т	ЄС-27, Китай, Індія, РФ, США, Канада
11.	Соєві боби	9	3.6 млн. т	Бразилія, США, Аргентина, Індія, РФ
12.	Овес	10	450 тис. т	ЄС-27, РФ, Канада, Австралія, США, Бразилія
13.	Яблука	10	1.08 млн. т	Китай, ЄС, США, Туреччина, Індія, Іран, РФ
14.	Масло	10	90 тис. т.	Індія, ЄС-27, США, Нова Зеландія, РФ, Мексика, Канада, Білорусь
15.	Молоко звичайне	11	9.9 млн. т	Індія, ЄС-27, США, РФ, Аргентина, Канада

Продовження табл. 2.12

16.	Сир	12	197 тис. т	ЄС-27, США, РФ, Бразилія, Канада, Білорусь
17.	Сухе молоко	13	18 тис. т	Нова Зеландія, Китай, ЄС-27, РФ, Білорусь
18.	Молоко знежирене сухе	13	38 тис. т	ЄС-27, США, Індія, Білорусь, Японія, РФ
19.	Ріпакова макуха	13	345 тис. т	ЄС-27, Китай, Канада, Індія, США, РФ, Білорусь
20.	Ріпакова олія	13	245 тис. т	ЄС-27, Китай, Канада, Індія, Японія, Мексика, Пакистан
21.	Свіжі персики та нектарини	15	19.9 тис. т	Китай, ЄС-27, Туреччина, США, Узбекистан, РФ
22.	Просо	19	125 тис. т	Індія, Нігер, Китай, Нігерія, РФ, Пакистан
23.	Цукор	20	1.6 млн. т	Бразилія, Індія, ЄС-27, Таїланд, США, Китай, РФ, Туреччина, Єгипет
24.	Соєва макуха	22	790 тис. т	Китай, США, Аргентина, ЄС-27, РФ
25.	Соєва олія	22	185 тис. т	Китай, США, Бразилія, ЄС-27, РФ

Джерело: складено автором на основі даних Index Mundi www.indexmundi.com

у 2020 році лише 1.9 млн. За кількістю вирощування поголів'я свиней країна посіла 10 місце у світовому рейтингу, незважаючи на те, що і у цій категорії за 30 років кількість упала – з 20 млн у 1991 до 8.5 млн особин у 2020 році. Даний сегмент працює на внутрішній ринок, а експорт сягає трохи більше 1%. Достатньо сильні позиції України у рейтингах світового виробництва м'яса птиці та бройлерів, 25% якого йде на експортні поставки. У 2009 році експорт м'яса бройлерів становив 13 тис. тон, їй стрімко сягнув показника у 237 тон у 2016 році. За той

самий час експорт курятини зрос із 13 до 400 тис тон. Бразилія, США, ЄС, Таїланд, Китай, Туреччина, РФ є провідними конкурентами України на даному ринку.

Інформативним аналітичним інструментарієм слугують показники фізичного обсягу експорту, індекс цін експорту та умов торгівлі. Найкращу експортну динаміку у обсяговому й ціновому параметрах, а також по умовах торгівлі зуміли забезпечити лише 10 товарних категорій із 97 УКТЗЕД. Їх сукупний внесок у експортну виручку у 2019 році становив 3.6%. Незважаючи на несприятливі умови торгівлі загалом, можна виділити окремі категорії експорту, що значно наростили як фізичні обсяги експорту, так і покращили цінову компоненту експортних угод.

Зокрема, індекси умов торгівлі ілюструють виграні країни від зміни цін та обсягу експорту відносно імпорту по окремих товарних позиціях (табл. 2.13). Як бачимо, 27.5% експортної виручки припадає на товарні позиції з екстенсивним зростанням експорту і лише 1.2% угод, де експортні ціни пократилися. Відтак, можна стверджувати про низьку цінову конкурентоспроможність товарів, де експортери є прайс-тейкерами, тобто функціонують на ринку покупця, й не мають значного важеля при переговорах стосовно ціни.

Згідно офіційних даних, у 2018 році експортною діяльністю в Україні займалося 23 тис суб'єктів ЗЕД. На малі підприємства припадало 8.3% вартісного обсягу експорту, на середні – 15%, а на великі – 68%, на фізичних осіб-підприємців – 0.7% (табл. 2.14).

За чотири роки відбулися позитивні структурні зрушення у сфері експортної діяльності. Так, за 2015–2018 роки кількість суб'єктів ЗЕД зросла на 16.8%, а обсяг експорту – на 24.5%. Вартість експорту на одного суб'єкта ЗЕД також збільшилася на 6.2%. У регіональному розрізі місто Київ лідує за кількістю експортерів й вартісним обсягом поставок за кордон. Стосовно ж інших регіонів України, то спостерігаються певні регіональні

Таблиця 2.13

**Топ-10 товарних груп у 2019 році
з найкращою динамікою умов торгівлі у 2019 році**

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Індекс умов торгівлі (кількісний)	% експорту	Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Індекс умов торгівлі (ціновий)	% експорту
01 живі тварини	129.6	0.13	13 шелак природний	145.3	0.002
02 м'ясо та їстівні субпродукти	131.1	1.42	14 рослинні матеріали для виготовлення	133.6	0.104
10 зернові культури	142.6	19.25	37 фотографічні або кінематографічні товари	128.8	0.0006
12 насіння і плоди олійних рослин	149.0	5.12	60 трикотажні полотна	125.4	0.01
31 добрива	288.5	0.45	61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	129.4	0.25
47 маса з деревини	161.8	0.007	62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	132.9	0.78
50 шовк	434.8	0.0001	65 головні убори	140.5	0.014
54 нитки синтетичні або штучні	132.9	0.025	79 цинк і вироби з нього	122.0	0.001
67 оброблені пір'я та пух	135.7	0.002	80 олово і вироби з нього	154.1	0.0001
86 залізничні локомотиви	235.6	1.091	91 годинники	131.0	0.006
Усього		27.49	Усього		1.17

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

Таблиця 2.14

Динаміка експортної активності компаній
України у 2015–2018 роках

Рік	Кількість експортерів	Обсяг експорту, млн. дол. США	Експорт на 1 компанію, млн. дол. США	Частка мікро та малих компаній у експорти	Частка середніх компаній у експорти	Частка великих компаній у експорти	Частка ФОП у експорти
2015	19 690	38 127	1.94	12.2	15.9	67.7	0.8
2016	21 319	36 361	1.71	12.6	15.7	67.7	1.0
2017	22 484	43 264	1.92	11.6	15.4	67.3	0.7
2018	23 005	47 335	2.06	8.3	15.0	67.7	0.7

Джерело: за даними Державної служби статистики України

диспропорції. Так, у Закарпатській, Харківській та Львівській областях функціонує найбільша кількість експортерів – близько 20% від загальної кількості, однак найбільше експортної виручки – трохи більше 17% – надходить із Дніпропетровської, Запорізької та Миколаївської областей. Зокрема, на Закарпатті 69% експортерів – це фізичні особи-підприємці. Також найбільша кількість експортерів серед ФОПів є у Чернівецькій області – 60% та Івано-Франківській – 59%. Найбільша кількість підприємств, що наймають більше 250 осіб сконцентровано на сході України: 15% у Полтавській області, та нині тимчасово окупованих Луганській і Донецькій, де 13% підприємств регіону є великими. Найбільший відсоток експортерів серед малого та мікробізнесу розташовано у Одеській, Київській, Дніпропетровській, Запорізькій та Кіровоградській областях. Що ж стосується географічної структури експортних потоків, то до ЄС вивозиться 37% усіх товарів та послуг, виготовлених в Україні. Зокрема, лідерами з експорту до країн Європейського Союзу у регіональному вимірі є Закарпатська (92.7% від експорту регіону), Волинська (77.7%), Львівська (74.6%), Рівнен-

ська (71.5%) й Тернопільська (70.1%) області. Експортні поставки до країн СНД звершуються Північно-Східним регіоном України, що межує з Російською Федерацією та Білоруссю. Зокрема, Сумська й Харківська області експортують 43.7% до СНД, Луганська – 30.5%, Чернігівська – 31.3%, Запорізька – 28.5% [42].

Експортна спеціалізація відображається як на масштабах компаній-експортерів, так і виді економічної діяльності, яку обирають бізнесмени-експортери. Аналіз галузевої структури експорту засвідчує, що переробна й добувна промисловість, сільське господарство, оптово-роздрібна торгівля й логістика формують найбільший експортний оборот українського бізнесу. Разом з тим, існують сфери бізнесу, які є найбільш привабливими для гравців різної величини. Табл. 2.15 демонструє дані структурні закономірності [43].

Таким чином, освіта, логістика, будівництво та девелопмент, ІТС становлять основу малого й середнього бізнесу та є рушіями експорту України. Великі компанії домінують у експорті сировини й продуктів переробної промисловості. На проблему з «торгувемістю» українських послуг вказує диспропорція між часткою послуг у структурі економіки й частка послуг у експорти на рівні 60% та 21.9%, відповідно. Послугами, якими Україна торгує на міжнародному ринку є транспортні – 58.3% (трубопровідний, авіаційний, морський і залізничний); комп’ютерні та інформаційно-телекомунікаційні – 16.5%; послуги з переробки товарів – 10.5%; ділові послуги, такі як посередництво, операційний лізинг, консалтинг, наукові дослідження й науково-технічні розробки – 8.2%. Спостерігається перекіс у бік експортної залежності від Російської Федерації як ринку збути послуг, на які припадає 39.7% від сукупного експорту послуг. Країни ЄС, зокрема, замовляють лише 28.6% від усіх послуг, серед яких Німеччина, Польща й Кіпр є основними клієнтами. Окрему категорію великих замовників становлять США – 8.2%,

Таблиця 2.15

Масштаб компанії, вид економічної діяльності
та частка експорту станом на 2018 рік

Топ-3 експортні галузі	До 9 працівників	10-49 працівників	50-249 працівників	250 та більше працівників
Частка експорту компанією за видом економічної діяльності	Будівництво – 38.9%	Освіта – 64.7%	Інформація та телекомунації – 31.8%	Добувна промисловість і розроблення кар'єрів – 95.5%
	Транспорт, складське господарство, попитова та кур'єрська діяльність – 30.7%	Операції з нерухомим майном – 52.4%	Водопостачання; каналізація, поводження з відходами – 29.5%	Переробна промисловість – 82.3%
	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 21.9%	Інформація та телекомунації – 32%	Транспорт, складське господарство, попитова та кур'єрська діяльність – 28.4%	Професійна, наукова та технічна діяльність – 78.1%

Джерело: за даними Державної служби статистики України

Швейцарія – 6.3% та Об'єднані Арабські Емірати – 2.3%. Висока додана вартість послуг сприяє формуванню позитивного сальдо торгівлі послугами [44].

Узагальнений перелік країн-імпортерів товарів українських виробників очолює ЄС – 41.5% (з них, Польща – 6.6%, Італія та Німеччина – 4.8%, Нідерланди – 3.7%); Китай – 7.2%; РФ – 6.5%; Туреччина – 5.2%; Єгипет – 4.5%; Індія – 4%. Експорт України зростає до країн Європи, Азії, Австралії та Океанії, Африки.

Негативний тренд спостерігається на ринках СНД й Америки. Експортна спеціалізація України виглядає наступним чином: зернові становлять 19.2% від сукупного експорту, чорні метали – 17.5%, продукція олійно-жирової промисловості – 9.5%, мінеральні продукти – 9.7%, ядерні реактори, котли, електричні машини – 8.9%, готові харчові продукти – 6.4%. Знижаються темпи зростання експорту у металургійному секторі, легкій промисловості, у продажах деревини й паперової маси. Впродовж останніх 15 років торговельне сальдо України залишається негативним на показує тенденцію до зростання. Експортна конкурентоспроможність України представлена шістьма категоріями із 96 наведених в УКТ ЗЕД. Товарний профайл експорту типовий для більшості країн-лідерів у списку найбільших імпортерів України. Згідно Експортної стратегії України на 2017-2021 роки, держава не повністю використовує експортний потенціал приблизно із 75 країнами світу на загальну суму понад 6 млрд. дол. США. Зокрема, потенціал торгівлі зі США становить 2 млрд. дол., Німеччиною, Великобританією та Францією – 1 млрд. дол [44].

Доцільно зауважити роль СОТ у реалізації експортного потенціалу України. Лібералізація зовнішньоторговельного простору України з часів членства України в СОТ привела до насищення національного ринку імпортом, та тиском на валютний курс. Експортери України через механізми вирішення торговельних спорів роками залишаються втягнутими у антидемпінгові розслідування й несуть відповідні санкції по сплаті тризначних тарифів у країнах збуту. За даними Світової організації торгівлі, два типи нетарифних обмежень вражают експортерів України, а саме, 34 антидемпінгових заходів та 23 санітарних й фітосанітарних обмеження зі сторони 20 торговельних партнерів (табл. 2.16). Лідирують у списках по кількості обмежень Російська Федерація, Саудівська Арабія, ОАЕ, США та Мексика [45].

Таблиця 2.16

Нетарифні обмеження експорту України станом на 2020 рік

Країна	Санітарні й фітосанітарні обмеження	Антидемпінгові заходи
Албанія	2	
Бразилія		3
Канада		3
Китай	1	
Еквадор	1	
Єгипет		1
ЄС		3
Індія		1
Індонезія		1
Йорданія	1	
Корея	1	1
Мексика		5
Пакистан		1
РФ	10	7
Саудівська Аравія	3	
Сейшели	1	
Китайський Тайбей		1
Тайланд		1
ОАЕ	3	
США		6
Загальна кількість	23	34

Джерело: за даними СОТ (<http://i-tip.wto.org/goods/Forms/TableView.aspx?mode=modify&action=search>) Переглянуто 1.10.2020

Стосовно тарифних обмежень українського експорту, то варто відзначити, що 38% усіх тарифних ліній не обкладаються митом. Сукупна кількість тарифних ліній з митним тарифом менше 5% сягає 6880 із 10362 наявних. До прикладу, розглянемо перелік адвалорних ставок, що стягаються з найбільш популярних категорій експорту. За Розділом 10 УКТ ЗЕД зернові культури середньозважені адвалорні ставки основних імпортерів мають яскраво виражений протекціоністський характер. Наприклад, адвалорний тариф на зернові культури у Республіки Корея – 103.1%; Туреччини – 87.94%; Індії – 46.67%; Китаю – 34%; Тунісу – 21.75%. За Розділом 72 чорні метали найвищий рівень адвалорного захисту демонструють Маврикій – 20%; Габон – 17.78%; Індія та Того – 15%; Туреччина, Бразилія, Аргентина, Пакистан та Нігер – у середньому 11-13%. За Розділом 85 УКТ ЗЕД електричні машини найбільша адвалорна ставка застосовується у торгівлі із Аргентиною й Тунісом – 15%; Бразилією – 12.57%; Марокко та Нігерією – 10.6% [45] [46, с.27].

Як висновок, експортна активність вітчизняного бізнесу відзначається значною регіональною гетерогенністю, що проявляються у виборі цільових ринків, організаційно-правовою формою підприємництва й видом економічної діяльності. Основним завданням із підвищення експортного потенціалу України є розширення асортименту товарів придатних для експорту. Перш за все, йдеться про інформаційну, маркетингову та фінансову підтримку експортерів за рахунок державних інституцій, приватних структур. Спільні науково-дослідні проекти бізнесу та університетів зарекомендували себе добре у розвинутих країнах. Їх моделі колаборації можуть бути адаптовані до потреб експортного бізнесу.

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що зовнішньоторговельна політика України у частині тарифного та нетарифного регулювання відносно країн Африки, Латинської Америки й Південно-Східної Азії потребує оновлення. Врегулюван-

ня потребують довготривалі торговельні спори між Україною та двадцятьма країнами-торговельними партнерами.

Використані джерела

1. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: Монографія. К.: Наук. світ, 2006. С. 9.
2. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. Міжнародна економічна політика. 2008. №1-2. С. 241-271.
3. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. К.: Наук. думка, 2003. С. 13-14.
4. Ляшенко О.М., Плескач Б.В., Бантуш В.К. Економічна безпека та національна конкурентоспроможність в умовах глобалізації. Культура народов Причорномор'я. 2009. С.113-118.
5. Мунтіян В.І. Конкурентоспроможність національної економіки, як головний критерій економічної безпеки. Механізм регулювання економіки. 2009. №2. С.158-174.
6. Космарова Н.А. Конкурентоспроможність як основа економічної безпеки держави. Бізнес-навігатор. 2014. №2. С. 40-46.
7. Єрмошенко М.М. Тіньові капітали: джерела і механізми на-громадження, пляхи повернення, легалізації і використання. Безпека економічних трансформацій. матеріали круглого столу. К.: НІСДС. 2000. С. 131-132.
8. Мунтіян В.І. Економічна безпека України. К.: КВІЦ. 1999. 462 с.
9. Жаліло Я.А. Стратегія національної безпеки України в контексті досвіду світової спільноти. К.: Сатсанга, 2001. С. 141-152.
10. Адаманова З.О. Концептуальні основи національної економічної безпеки. Університетські наукові записки. 2008. №4. С. 393-397.
11. Бесчастний А.В. Економічна безпека України у контексті світової економічної кризи. Економіка та держава. 2009. №5. С. 67-69.
12. Гордієнко О.С. Сучасні підходи до класифікації загроз економічній безпеці суб'єктів господарювання. Інвестиції: практика та досвід. 2012. №8. С. 83-86.
13. Кириченко О.А., Кім Ю.Г. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці. Актуальні проблеми економіки. 2008. №12. С. 90.

14. Кушнірчук Ю.М. Оподаткування економічних ресурсів в системі забезпечення економічної безпеки держави: автореферат дис.... канд. екон. наук. Львів, 2010. 19 с.
15. Калько А.Д. Конструктивно географічний аналіз мінерально сировинної безпеки України: монографія. Рівне, Волинські обереги. 2011. 328 с.
16. Корецький М.Х., Маланчук З.Р., Калько А.Д. Конструктивні принципи управління мінерально-сировиною безпекою держави. Інвестиції: практика та досвід. 2012. №18. С. 79-84.
17. Про затвердження Методики розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс]: наказ Міністерства економіки України N 60, 02.03.2007 р. – URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1022.42510>
18. Ягельська К.Ю. Управління чинниками економічної безпеки: енергетичний підхід. Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки: колективна монографія у 2-х т. Дніпропетровськ: «ФОП Дробязко С.І.», 2014. Т.1. С.330-343.
19. Баженова О. Економічна безпека України: сучасний етап. Банківська справа. 2008. №1. С. 52-61.
20. Пастернак-Таранущенко Г. Економічна безпека держави. К.: ІДУСКМУ. 1994. 202 с.
21. Терехов Є.М. Економічна безпека України в контексті впливу на неї факторів глобалізаційних ризиків. Інформаційні технології та економічна безпека. 2012. С. 302-308.
22. Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions on Critical Raw Materials Resilience: Charting a Path towards greater Security and Sustainability. Brussels, 3.9.2020 COM(2020) 474 final – URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020DC0474>
23. Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions on the 2017 list of Critical Raw Materials for the EU. Brussels, 13.9.2017 COM(2017) 490 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52017DC0490>

24. Johnson D. and Turner C. European business. Routledge, 2015. 482 p.
25. Рокоча В.В., Горбачук О.І. Політико-дипломатична складова економічної безпеки держави. Вчені записки Університету «КРОК». 2020. №1 (57). С. 155-163.
26. Богуславський О. Специфічні особливості здійснення підприємницької діяльності в Україні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2011. №124-125. С. 78-81.
27. Skinner R. Strategies for greater energy security and resource security. Oxford Institute for Energy Studies, 2006. 1-12.
28. Zagozina, M. The Resource Curse Paradox: natural resources and economic development in the former Soviet countries. 2014. 1-70.
29. Wilson J.D. Northeast Asian resource security strategies and international resource politics in Asia. Asian Studies Review. 2014. 38(1). 15-35.
30. Рокоча В.В. Економічні інтереси та цінності як системоутворюючий елемент національної економічної безпеки. Вчені записки університету КРОК. Серія: Економіка. 2014. №36. С. 28-36.
31. Wilson J.D. Resource security: A new motivation for free trade agreements in the Asia-Pacific region. The Pacific Review. 2012. 25(4). 429-453.
32. Ravenhill J. Resource insecurity and international institutions in the Asia-Pacific region. The Pacific Review, 2013. 26(1). 39-64.
33. Robinson R.D. International business policy. The International Executive, 1964. 6(2). 1-5.
34. Robinson R.D. Background concepts and philosophy of international business from World War II to the present. Journal of International Business Studies. 1981. 12(1). 13-21.
35. Мартиненко В.В. Загрози економічній безпеці України в контексті викликів глобалізації. Економічний часопис-XXI. 2011. С.40-43.
36. Gylfason T., Zoega G. Natural resources and economic growth: The role of investment. World Economy, 2006. Vol. 29(8). P.1091-1115.
37. Hair J.F., Anderson R.E., Tatham R.L. & Black W.C. Multivariate data analysis New York. NY: Macmillan, 1995. 757 p.
38. Neter J., Wasserman W. & Kutner M.H. Applied linear regression models, IL:Irwing, 2004.701p

39. Членство України в СОТ: огляд зобов'язань та коментарі до них. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. 2008. с. 145.

40. Index Mundi. Commodity Metals Price Index – URL: <https://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=metals-price-index&months=300>

41. Index Mundi. Ukraine Wheat Production by Year – URL: <https://www.indexmundi.com/agriculture/?country=ua&commodity=wheat&graph=production>

42. Експорт товарів суб'єктами господарювання за кількістю найманіх працівників у розрізі регіонів у 2015-2018 роках. Державна служба статистики України www.ukrstat.gov.ua

43. Експорт товарів суб'єктами господарювання за кількістю найманіх працівників та видом економічної діяльності у 2015-2018 роках. Державна Служба Статистики України www.ukrstat.gov.ua

44. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку на 2017-2021 роки. Міжнародний Торговельний Центр.

45. World Trade Organisation: I-TIP Goods Database on non-tariff measures and WTO Data Portal. – URL: www.wto.org

46. Оласюк Г.П. Аналіз потенціалу та тенденцій розвитку експортного бізнесу України. Геоекономічні пріоритети розвитку експортно-орієнтованого бізнесу України: матеріали наукової конференції студентів та викладачів м. Київ, 12 грудня 2020 р./Університет «КРОК», 2020. с. 27-30.

Частина 2

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розділ 3

Участь у глобальних виробничо-збудових ланцюгах у технологіях реалізації експортного потенціалу

3.1. Глобальні виробничо-збудові мережі в структурі експортно-орієнтованого бізнесу

Однією з провідних складових участі країни у глобальній економіці є її зачленення до глобального виробництва. Інтеграція у глобальне виробництво розкриває внутрішній економічний потенціал країни і автоматично змінює її експортний потенціал, оскільки напряму пов'язана з експортом товарів та/або послуг. Саме участь у глобальному виробництві створює можливості швидкого розвитку міжнародної торгівлі. На рис. 3.1 представлено бачення Світового банку місця експорту в глобальному виробництві.



Рис. 3.1. Експорт у глобальному виробництві

Джерело: [1, 3]

Участь у глобальних мережах закріплює сталість експортних поставок і дозволяє компаніям, які представляють ті чи інші країни, стати учасниками глобального виробництва і отримувати зиск від цієї участі. Через це вони і прагнуть увійти у глобальні виробничо-збутоові мережі.

В економічній літературі для характеристики глобального виробництва використовуються різні поняття, як наприклад, «глобальні ланцюжки вартості», «глобальні ланцюжки доданої вартості», «глобальні виробничо-збутоові ланцюжки», «глобальні виробничо-збутоові мережі». Саме поняття вартісного ланцюга (value chain) увів у науковий обіг М. Портер, аналізуючи конкурентні стратегії компаній, ще в середині 1980-х років. Через десятиліття, з розвитком процесів глобалізації та глобальною фрагментацією процесу створення продукту, розвитком мере-жевих виробничо-економічних відносин, стало активно використовуватися нове поняття – глобальний вартісний ланцюг (global value chain). Його у 1994 р. вперше використали Джереффі Дж. та М. Корценевіч М. (Gereffi G., Korzeniewicz M.) у роботі «Товарні ланцюги і глобальний капіталізм» [2]. Відтоді поняття «вартісний ланцюг» стало трактуватися як повний набір операцій по створенню і споживанню продукту – від розробки ідеї до пістпредажного обслуговування, а поняття «глобалізація виробництва» як, з одного боку, процес виходу таких ланцюгів за межі національної економіки, з іншого – як процес їх трансформації у глобальні. [3, 56]. Офіційно у документі ООН, підготовленому Європейською економічною комісією у 2016 р., «Керівництво по виміру глобального виробництва» (2016) було вжито термін «глобальні ланцюжки створення вартості» [4], але згодом (у 2019 р.) Статистичною комісією Економічної і Соціальної ради ООН у доповіді групи експертів зі статистики міжнародної торгівлі та економічної глобалізації використано термін «глобальні виробничо-збутоові ланцюги» [5], який у 2020 р. закріпив в одній зі своїх основних доповідей про сві-

товий розвиток 2020 «Торгівля як інструмент розвитку в епоху глобальних виробничо-збутових ланцюгів» Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк [1]. Цей термін ми і використовуємо у даній роботі.

За різними оцінками, активне формування глобальних виробничо-збутових ланцюгів (ГВЗЛ) розпочалося разом з посиленням розвитком міжнародного виробництва у 70-х – 80-х роках ХХ ст., коли світова економіка увійшла у відносно зрілу фазу глобалізації, хоча Світовий банк вимірює їх життєдіяльність декількома віками. Починаючи із 70-х років, йшов інтенсивний процес обміну товарами, послугами, капіталом та знаннями, що викликало зростання взаємозалежності національних економік у глобальному масштабі. Західні компанії стали активно розширювати окремі частини своїх бізнес-функцій (насамперед виробництво) за межі своїх національних кордонів. Процес «переливу» здійснювався у двох формах: за рахунок внутрішнього офшорінга (перенесення виробничих потужностей в інше місце) та за рахунок зовнішнього офшоринга (передача окремих бізнес-функцій іноземним постачальникам). Використовані стратегії вимагали, аби виробництво і виробничі процеси були розподілені на більш дрібні сегменти і координувалися провідною компанією [3]. Міжнародна фрагментація виробництва призвела до формування глобальних ланцюгів створення вартості.

Головними акторами створення ланцюгів були ТНК та БНК, які контролювали та координували діяльність усіх залучених до мережі компаній. Європейська комісія з цього приводу зазначала, що глобальні ланцюжки створення вартості стали все частіше використовуватися як організаційна форма міжнародного виробництва, що управляється багатонаціональними компаніями у прагненні до підвищення ефективності [6].

Створення ГВЗЛ означало, що глобальні гравці світового ринку перейшли до виробництва, яке будувалося навколо

глобального ланцюга руху товарів та послуг, за якого проміжна продукція надходить до кінцевого споживача, перетинаючи кордони декількох країн. Глобальність ланцюгів досягалась за рахунок трьох відносно нових пов'язаних між собою складових діяльності суб'єктів світового ринку. (1) Компанії та країни стали віддавати перевагу спеціалізації на певних задачах та функціях, а не на повному циклі виробництва товару. Інтенсифікувався процес формування вертикального поділу праці, заснований на порівняльних перевагах країн по окремих стадіях виробництва. Завдяки цьому (2) розпочалося утворення нових виробничо-збутових мереж, які об'єднали міжнародних покупців та постачальників, що (3) на основі фрагментації виробничої діяльності, яка викликала зміни у попиті на працю, призвело до появи нових драйверів економічної діяльності. Рівень фрагментації виробництва у країнах-учасницях ланцюга, визначається, з одного боку, технічними характеристиками продукції та витрат, які виникають, коли продукція пересувається з однієї точки в іншу: послуги, наприклад, менше «розбиті», ніж виробничі товари, особливо коли вони мають на увазі персональний контакт між постачальником і споживачем, з іншого – співвідношенням між витратами виробництва і транспортування: розміщуючи стадії виробництва продукції в країнах, де вартість виробництва нижча, фірми зменшують граничну вартість продукції, але при цьому несуть постійні та змінні витрати через необхідність сплачувати послуги, пов'язані з організацією виробництва в декількох місцях [7, 109]. Відтак, вибір території для розміщення тих чи інших ланок ланцюга спирається тепер на масштаби глобального ринку, а не на витрати ведення бізнесу в даній країні.

Девальвація національного забарвлення кінцевого продукту, як результат «вироблено у світі», стала знаковою рисою глобального виробництва, а створення вартості – результатом певної ланцюгової реакції. Глобальний ланцюг, заснований на

міжнародній фрагментації виробничого процесу, об'єднав при створенні вартості усі види доданої вартості, які виникають на кожній зі стадій руху товару або послуги («задум, проєктування, виробництво, маркетинг, реалізацію та обслуговування»), на шляху до кінцевого споживача [4, 4]. Створена вартість у цьому випадку формується як сума вартостей, доданих на кожній ланці ланцюга. В узагальненому вигляді ланцюг можна представити як послідовну єдність глобальних виробничого та збутового ланцюжків. Кожен з них має свої структурні ланки, які розміщені в різних країнах світу (рис. 3.2), які мають специфіку у їх формуванні і розповсюджені.

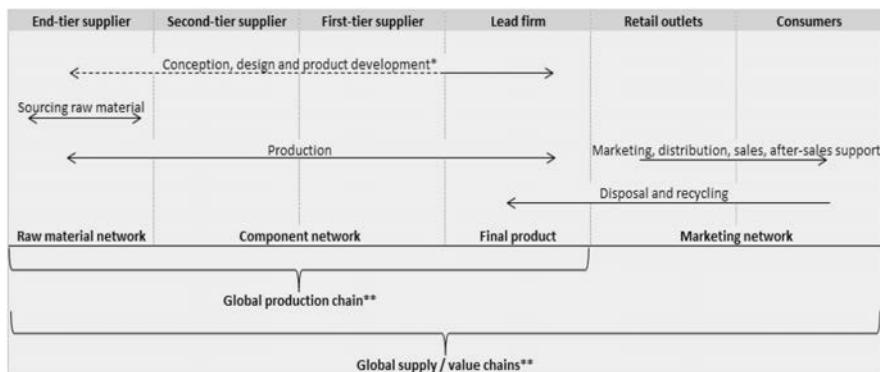


Рис. 3.2. Загальна схема глобального виробничо-збутового ланцюга
Джерело: [4, 4].

Отже, міжнародні компанії розміщують ланки ланцюгів так, що вони націлені на реалізацію їх цільової функції – максимізація прибутку – шляхом зниження загального рівня витрат і створення продуктів з найбільшою доданою вартістю. Створена ними вертикальна структура виробничо-збутових потоків є не просто багаторівневою, вона побудована таким чином, що об'єднує у взаємозалежні відносини виробників, постачальників-споживачів і кінцевих споживачів: товар, вироблений в даній країні і експортований на ринок кінцевого

споживання, включає витрати виробників інших країн (постачальники першого рівня), а продукція цих виробників містить у свою чергу витрати компаній третіх країн (постачальники другого рівня), витрати яких можуть включати витрати компаній країн ще одного рівня. Число рівнів залежить як від складності виробу, так і від спеціалізації постачальників-споживачів.

Кожна країна, яка бере участь у глобальному ланцюгу, може претендувати на певне конкретне місце в ньому відповідно до своєї спеціалізації. Кожний ланцюг складається з, так званих, висхідних та низхідних сегментів. Висхідні зв'язки характерні для країн, що спеціалізуються на експорті сировинних товарів і компонентів для складної продукції з високою доданою вартістю, яка в подальшому в готовому вигляді імпортуються в ці ж країни. Низхідні – для країн, які є провідними виробниками і експортерами кінцевої продукції й імпортують сировинні товари та комплектуючі для виробництва [8]. В економічній літературі для характеристики присутності країні в тому чи іншому сегменті глобального ланцюга використовуються вимірні показники. Участь у висхідному сегменті вимірюється відношенням доданої вартості, створеної всередині країни (*domestic value added*, DVA), в експорті інших країн до сукупного експорту даної країни (участь на стороні виробництва), а участь у низхідному – як питома вага доданої вартості, створеної за кордоном (*foreign value added*, FVA) (частка імпортних товарів і послуг у вартості експорту країни) в експорті даної країни (участь на стороні споживання) [9, 40]. Результати аналізу динаміки FVA, які були отримані для 2017 р., свідчать про те, що найбільш інтегрованими у ГВЗЛ є малі розвинені країни: Бельгія, Нідерланди, Гонконг, Ірландія, Сінгапур, а також Китай. У цілому у розвинутих країн цей показник найвищий – 32%, у країн, що розвиваються, – 28%, у країн з переходною економікою – 13% [9, 40]. Інший, більш конкретний, на наш погляд, показник розраховує ОЕСР. Це Індекс дистанції до кінцевого попиту (*distance to final*

demand). Він обчислюється для шести галузей промисловості і показує місце країни у ГВЗЛ: чим нижчий індекс, тим більше країна перебуває до кінця ланцюга. Місце наприкінці ланцюга означає, що країна наближена до стадії створення і продажу кінцевої продукції, що адекватно наближенню до рівня максимальної доданої вартості. В Європі одна з найкоротших дистанцій до кінцевого попиту у Скандинавських країн – Швеції, Фінляндії та Данії.

Отже, країни по-різному знаходять своє місце у глобальних ланцюгах. Але що ними рухає? Які чинники визначають їх присутність і місце у ГВЗЛ? Чому великі компанії, які організують глобальні ланцюги, обирають для участі в них ті чи інші країни? Література по глобальних ланцюгах фактично одностайно називає чотири основні причини: забезпеченість ресурсами, масштаби ринку, географічне розташування, розгалуженість і розвиненість інститутів.

Забезпеченість ресурсами можна вважати основоположним чинником, оскільки кожна країна стикається з проблемою обмеженості ресурсів. Залучення до ланцюга багату на ресурси компанію завжди додає їйому імпульси розвитку. Такі ресурси можуть носити як матеріальний, так і нематеріальний характер. Володіння компанією сировиною і матеріалами, висококваліфікованими кадрами чи дешевою робочою силою, інформаційними чи фінансовими ресурсами мають для ланцюга визначальне значення. Так, наприклад, компанії все більше інвестують за кордоном з метою отримати доступ до стратегічних інвестиційних активів, які втілені у кваліфікованих робітниках, університетах, дослідницьких центрах та джерелах інформації. Якість кожного з ресурсів визначає ланку, в якій може взяти участь компанія тієї чи іншої країни. Компанія, що володіє сировиною і поставляє її для подальшої переробки, може розраховувати на участь у висхідній ланці ланцюга; компанія-власниця висококваліфікованих кадрів та високих технологій інтегрується у низхідну ланку.

Участь у будь-якій ланці пов'язана з максимізацією прибутку, адже утворюється можливість знижувати витрати, обираючи для виробництва ту країну, де ціна на необхідні ресурси нижча.

Щодо масштабів ринку, то вони представляють інтерес як з точки зору розширення можливостей збуту продукції, виробленої у ГВЗЛ, так і з точки зору отримання додаткових продуктів та послуг, яких потребує ланцюг. Для компаній-організаторів ланцюгів важливе значення має доступ до ринків країн, що розвиваються. Привабливість цих ринків є результатом, по-перше, економічного зростання країн, що розвиваються, по-друге, збільшення в них населення. Крім того, посилення присутності компаній з розвинених країн в економіках країн, що розвиваються, не завжди означає закриття «домашнього» виробництва, часто компанії з розвинутих країн просто розширяються за рахунок створення своїх філій в країнах, що розвиваються.

Географічне розташування країни і компанії важливе в першу чергу через здатність останньої надавати транспортні послуги. Наближеність до моря і портів та до країн, компанії яких є учасницями ГВЗЛ, суттєво здешевлює перевезення і дозволяє зменшувати транспортні витрати у всьому ланцюгу, що є фактором зростання його доходу та прибутку компаній-учасниць. На зростання доходу та прибутку компаній-учасниць ланцюга впливає також близькість до конкурентів. Вона дозволяє учасникам ланцюга отримувати інформацію про інших гравців ринку і на основі конкурентного бенчмаркінгу використовувати кращі технології виробничого-збудового процесу.

Роль інституціональної складової не менш важома, ніж роль ресурсів, бо вона є фактором, що може або стимулювати розвиток ГВЗЛ та його суб'єктів, або гальмувати. Сприятливе інституціональне середовище є однією з первісних умов успішного функціонування ланцюга.

До цих чинників можна також додати: рівень економічного розвитку країни та структуру її економіки, які детермінують

ланку участі у ГВЗЛ і остаточно визначають шлях інтеграції у глобальний ланцюг; рівень митних тарифів та регіональні торговельні угоди, які можуть розширювати коло і посередників-споживачів і кінцевих споживачів.

Сама стратегія входження у ГВЗЛ спрямована на максимізацію доданої вартості. Цей фундаментальний економічний фактор обумовлює сталість і стабільність взаємозв'язків між компаніями-учасницями ланцюга і надає механізму функціонування всього ланцюга прагматичного характеру, що повністю відповідає законам ринку. Разом з тим, механізм функціонування ланцюга значною мірою залежить від економічної політики, що проводиться в країнах-учасницях ГВЗЛ (рис. 3.3). Така політика націлена на дві основоположні мети: з одного боку, сприяння участі у ГВЗЛ через включення національних компаній у поділ виробництва між країнами та зміцнення зв'язків з компаніями інших країн, з іншого – на поглиблення і розширення виграншу від стимульованої державою участі національних компаній у ГВЗЛ.

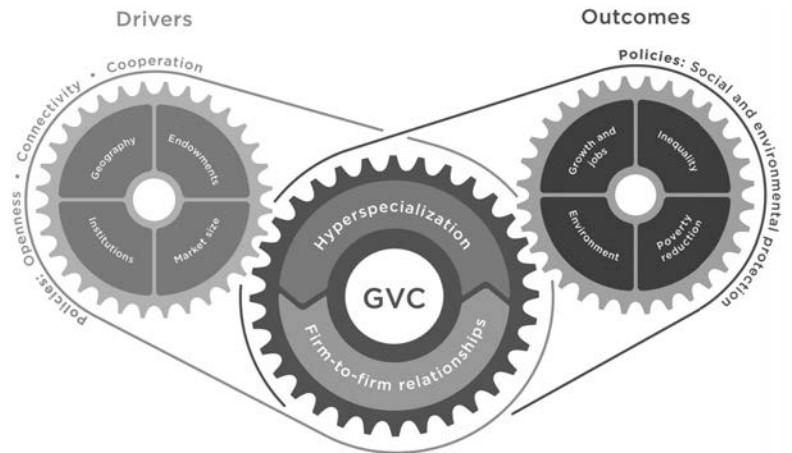


Рис. 3.3. Механізм функціонування глобальних виробничо-збутових ланцюгів

Джерело: [1, 3]

Одним з найважливіших принципів утворення ГВЗЛ є принцип прив'язки до провідних компаній галузі. Сучасна світова практика демонструє різні приклади компаній-організаторів ланцюгів: промислові компанії, які залучені в початкові науково-ємні стадії виробничого процесу (GM, Sony, Apple), компанії дистрибутори (Wal-Mart), які будуються від кінцевого споживача, компанії із всесвітньо відомими брендами (Nike). Ланцюг не вимагає, аби його організатором і координатором були традиційні вертикально-інтегровані компанії або компанії, що займаються виробництвом кінцевої продукції. Глобальні інтегратори можуть займати місце на будь-якому рівні ланцюга. Головне, щоб вони контролювали доступ до найбільш важливих ресурсів (як продуктовий дизайн, нові технології, бренди або споживацький попит), які генерують максимальний прибуток в галузі [10, 50].

Відповідно до місця, галузі та функцій організатора ланцюга можна говорити про дві основоположні класифікації ГВЗЛ, що використовуються в економічній літературі. У промисловості група McKinsey виділяє шість ключових архетипів глобальних ланцюгів з прив'язкою до певних галузей: глобальні інновації (автомобілі, комп'ютери, електроніка), регіональна обробка (метали, пластмаси і гума, скло, цемент, напої і продовольство), трудоінтенсивні (текстиль, іграшки, одяг, меблі) та ресурсоінтенсивні (сільське господарство, видобуток корисних копалин) товари, трудоінтенсивні (торгівля, транспортні послуги, охорона здоров'я) та наукомісткі (професійні послуги, фінансове посередництво, інформаційні послуги) послуги [Цит. за: 9, 38]. Виходячи з товарної структури експорту України, можна припустити, що її виробничо-збудова мережа інтегрується у такі архетипи глобальних ланцюгів, як: регіональна обробка (метали, цемент), трудоінтенсивні (одяг) та ресурсоінтенсивні (сільське господарство) товари, а також трудоінтенсивні (торгівля, транспортні послуги) послуги.

Інша класифікація, запропонована в останні роки, місце компанії організатора пов'язує з організаційною структурою глобального ланцюга. В останній виділяють чотири основні типи ланцюгів: (1) та (2) – ланцюги на основі зв'язку «продавці – покупці», (3) ланцюги на основі вертикальної інтеграції та (4) адитивні ланцюги [10, 51-53].

Щодо першого типу, то його характеристика може бути зведена до фрагментації виробничого процесу, за якої налічується тисячі постачальників від малих до гіантських ТНК. Системні інтегратори беруть на себе відповідальність за відбір субпостачальників 2 та 3 рівнів і координацію ключових сегментів вартісного ланцюга на глобальному рівні. Відносини в ланцюгу формуються на основі короткострокових контрактів, які мінімізують витрати. Типовим прикладом є організація глобально-го автомобільного ланцюга з американськими корпораціями «великої трійки» – General Motors, Ford Motor Company, Fiat Chrysler Automobiles.

В основі другого типу глобального ланцюга «продавці – покупці» складає брендування ліцензійних торгових марок і формується він з чотирьох основних ланок: імпорт готової продукції, її брендування, ліцензування торгових марок, передача виробництва на міжнародний субпідряд. Провідними фірмами можуть виступати роздрібні продавці, дизайнерські компанії або фірмові виробники. Україна бере безпосередню участь у таких ланцюгах, спеціалізуючись на попитті одягу, який під західними брендами реалізується на світових ринках. Разом з тим, слід мати на увазі, що такі ланцюги виробництві одягу, меблів та взуття можливі лише за умови великих обсягів стандартних товарів, дрібно ж серійне виробництво дорогих ніппевих товарів, як правило, оформлюється через адитивні вартісні ланцюги (ближче до ринків збуту).

Глобальні ланцюги на основі вертикальної інтеграції є наслідком подрібнення вартісних ланцюгів через все більшу спе-

ціалізацію фірм на ключових компетенціях та аутсорсинг не-ключових виробництв. Фрагментація процесу виробництва на масу субпроцесів супроводжується паралельною організацією останніх в один і той же час і тому не виникає внутрішньої потреби в їх ко-локації. Як правило, такі ланки формуються в обробній промисловості, де кінцевий продукт збирається з використанням великого числа компонентів, наприклад, у виробництві авіадвигунів їх налічується до 150 тис.

Адитивні глобальні ланцюги мають місце в ресурсних секторах і організаційно представляють собою процес послідовного додавання вартості до кожної стадії ланцюга. Первісні витрати в таких ланцюгах складають суттєву частину вартості кінцевого продукту, але вони можуть змінюватися залежно від особливих характеристик ресурсів. Окрім того, на виробництво також може припадати значна величина вартості кінцевого продукту. Цілком можлива участь України в подібному ланцюгу, оскільки країна є достатньо великим постачальником на світовий ринок саме ресурсних товарів. Умовно у розвитку ГВЗЛ можна виділити два етапи – етап домінування традиційних ГВЗЛ та етап сучасних ГВЗЛ проте доречно говорити і про існування передісторії створення глобальних ланцюгів. Стислий і змістовний опис цього процесу подають італійські вчені А. Пегораро Д., Пропріс Л. Д. та Чидлоу А. (Pegoraro, D., De Propris, L., Chidlow) [11]. Вони вказують на те, що, вже починаючи з 1960-х років, організація виробництва перейшла від вертикально інтегрованої фордистської моделі до моделі поетапної спеціалізації і вертикально дезінтегрованої гнучкої спеціалізації. Координувати такі мережі стали великі фірми як основні покупці, оскільки саме мережі покупців і продавців замінили фабричну модель. Це проявилося в тому, що дрібні і спеціалізовані фірми стали частиною гнучких і постійно регульованих мереж покупців і постачальників, які географічно були значно більше один до одного. На підставі цього створилися умови для розвитку агло-

мераційної і зовнішньої економіки. Особливість локальних виробничих систем – достатньо швидка реакція на мінливий і складний попит, що прагнув диференційованої, інноваційної і швидко змінюваної продукції, – вимагала реорганізації всієї виробничо-збутової мережі. Нові технології Третьої промислової революції як електроніка, мехатроніка, телекомунікаційні та комп’ютерні мережі уможливили цю реорганізацію.

Реорганізація співпала з початком сучасного етапу глобалізації 80-х років, що стало її драйвером, бо великі покупці, прагнучи до економічної ефективності і перемоги у міжнародній конкуренції, почали переміщувати трудомісткі виробництва у країни Азії, як країни з більш низькою вартістю робочої сили. Таким чином, виробництво було підготовлено до глобально-го розвитку. За різними джерелами, глобальне виробництво у формі глобальних виробничо-збутових ланцюгів починає активно формуватися з 1990-х років.

Ознакою першого етапу були ТНК та БНК як глобальні виробники продукції, які будували свою засновницьку діяльність на прямих іноземних інвестиціях і здійснювали управлінську функцію над усім ланцюгом, завдяки чому виробничі мережі розповсюджувалися за межі національних кордонів і координувалися з єдиного центру. Як зазначають П. Дікен (Dicken P.) [12], Р. Фінстра (Feenstra R.), [13], Дж. Джереффи (Gereffi G.) [14] та П. Кругман у спільній праці з А. Ванаблес (Krugman P., Venables A.J.) [15], саме реалізація рішення ТНК та БНК про розміщення виробництва по відношенню до різних ланок ланцюжка поставок створило глобальні і складні ланцюги створення вартості (Цит. за: 11]. Відштовхуючись від цього твердження, Петораро Д., Проприс Л.Д. та Чидлу А. підкреслюють, що дійсно кожний етап виробничого процесу був пов’язаний з різним ступенем створення вартості, на яку розподілялись різні затрати. Відтак, функції з низькою і високою доданою вартістю були розподілені і вперше виробничий процес був подрібнений (географічно

розосереджений), що сприяло міжнародний фрагментації виробництва: щоб отримати виграні від дешевої сировини і від більш низької вартості робочої сили, компанії-організатори ланцюгів розміщали функції з низькою доданою вартістю у країнах, що розвиваються, і країнах з економікою, що формувалася; натомість функції з високою доданою вартістю (висококласний дизайн, НДДКР, розробка продукції) залишались в основному в країнах з високими витратами і високими цінами [11, 154].

Одними з перших об'єктів руху в межах виробничо-збутових ланцюгів були сировина, вихідні ресурси у вигляді послуг, комплектуючі та деталі й напівфабрикати. Тривалий час вони залишались домінантним засобом інтеграції у глобальне виробництво, оскільки на підставі їх міжнародного руху досягалось нарощування ефективності виробництва і прибутку. Завдяки міжнародному руху проміжної продукції традиційні і перші сучасні ГВЗЛ формувались в машинобудуванні, електронній промисловості та на транспорті і охоплювали регіони, які спеціалізувалися на названих видах діяльності – Східну Азію, Західну Європу та Північну Америку.

Міжнародний рух проміжної продукції дозволив значному числу компаній увійти до складу ланки виробничого ланцюга за кордоном або до кінцевого споживання. За даними ЮНКТАД, проміжна продукція стала займати майже половину обсягу світової торгівлі товарами. Ця тенденція залишається стабільною протягом останніх 20 років [16, 93]. Зростання значення міжнародного руху проміжної продукції знайшло своє втілення в тому, що її питома вага в експорті країни стала розглядатися як свідчення потенціалу включення тієї у транскордонні виробничі відносини: країнам з високим показником частки проміжної продукції в експорті країни притаманні більші можливості нарощування своєї присутності у глобальних ланцюгах, ніж країнам з низьким показником. Європейський центральний банк

став використовувати цей показник як приблизну міру участі країни у глобальних виробничих ланцюгах, а в економічній літературі він трактується як «індекс виробничої участі» [16, 98]. За існуючими оцінками, середнє значення частки проміжної продукції у світовому експорті коливається в межах 50%; у провідних економічно розвинених країнах, які спеціалізуються на проміжній продукції високих ланок ГВЗЛ, вона сягає 60%; у країнах з проміжною продукцією низьких ланок (добувна промисловість та первісна переробка сировини), як Австралія, Канада, Норвегія – вона доходить до 90% [16, 98-99]. У цілому ж для сучасної розвинутої економіки оптимальний рівень виробничої кооперації в рамках ГВЗЛ становить 20-25%, у країнах з ресурсною економікою – 30-40%.

Україна, як і значна частина країн, що розвиваються, належить до країн висхідної ланки ГВЗЛ. У структурі її експорту переважають сировинні товари та напівфабрикати, які підлягають подальшій переробці. На перший погляд, це є свідченням застарілої структури експортного потенціалу країни, яка подібною участю у ГВЗЛ консервується. З іншого боку – змінити існуючу структуру поділу міжнародного виробництва країна не може: вона поставляє продукцію, на яку існує світовий попит і завдяки існуючому попиту і відповідним поставкам вона інтегрується у ГВЗЛ, що і дозволяє отримувати достатньо високі експортні доходи. Однак цей шлях інтеграції ґрунтується на традиційній торгівлі і в більшості випадків не передбачає делегування якихось видів діяльності і функцій від головної компанії, засновника ланцюга. Поставка проміжної продукції та напівфабрикатів через зовнішню торгівлю ще не означає, що зв'язки між компаніями є довготривалими і сталими, а країна отримує доступ до капіталу і ресурсів у ланцюгах, що впливає на продуктивність компанії-учасниця ланцюга. За оцінками, наведеними Світовим банком, звичайна торгівля збільшує дохід на душу населення лише на 0,2 %, а підвищення показника

участі у ГВЗЛ – більше, ніж на 1% [1, 7]. Останнє спостерігається, коли країни переходят від низької ланки ланцюга до вищої, наприклад, від експорту сировини до експорту готових виробів, вироблених з використанням імпортних компонентів, як то було у Бангладеш, В'єтнамі та Камбоджі [1, 8]. У будь-якому разі децентралізація процесу виробництва означає для країн, що знаходяться на ранніх етапах участі у ГВЗЛ, спеціалізацію на виготовленні більш простих компонентів і виконанні більш простих операцій, забезпечуючи при цьому певну відновлюваність і сталість міжнародних виробничих зв'язків і зростання доходу. До таких форм зв'язку має прагнути Україна, аби зміцнити свою позицію у ГВЗЛ.

З початком 1990 рр. ГВЗЛ вступили у новий етап розвитку, коли міжнародні корпорації стали відходити від стратегії прямого іноземного інвестування, застосовуючи нові важелі контролю і координації діяльності в межах ланцюга. Причини цього явища носили як техніко-технологічний (технічний прогрес у сфері комунікацій), так і економічний характер (зниження торговельних бар'єрів). Спираючись на нові фактори економічного та технічного розвитку, ТНК та БНК стали скорочувати участь у матеріальних напрямках діяльності й активах, перебираючи на себе стратегічно важливі нематеріальні активи, як розвиток бізнесу, маркетинг, брендинг, дизайн, керівництво науковими і прикладними дослідженнями і т. і.

Фрагментація діяльності вимагала передачі цілого ряду функцій, як наприклад, проведення виробничих, збутових, торговельних операцій спеціалізованими компаніями, розташованими в різних країнах світу, що забезпечувало їм нарощування доданої вартості. Роль прямого іноземного інвестування стала знижуватися, натомість на домінування стали претендувати непрямі форми контролю за виробничими процесами у формі аутсорсингу та залучення незалежних постачальників. Процес переходу великих корпорацій від вертикальних організаційних

форм до горизонтальних, на що вказував ще М. Кастельс [17], отримав нові імпульси для розвитку. Горизонтальні зв'язки, що стали утворюватися в рамках ланцюга, виступали, як правило, в одній з двох організаційних форм: або вони наслідували організаційні структури головної компанії, або ланцюг утворювався з неафілійованих компаній. Ці форми є домінантними і тепер. Їх визначальна риса в тому, що головна компанія виступає організатором і контролером усього ланцюга. При здійсненні контролю, вона, як правило, бере участь у процесі створення вартості шляхом внесення в мережу не капіталу у формі матеріальних активів, а своїх знань ринку, інтелектуальних прав, навичок з управління витратами. Як наслідок, ТНК та БНК за відносно короткий історичний термін перетворилися з переважно глобальних виробників на розпорядників, координаторів та управлюючих світовими ринками і створили нову конфігурацію світового економічного простору і міжнародного поділу праці, де кожна країна має певне місце в рамках концепції ГВЗЛ [16, 94].

На другому етапі розвитку ГВЗЛ можна виділити дві фази – офшорінгово-аутсорсингову та решорінгову. Кожна з них пов’язана з переходом до більш високих ланок ГВЗЛ. Перехід до вищих ланок вимагає нової якості професійної кваліфікації, активної стимулюючої діяльності регуляторних органів та гнучких відносин зв’язку компаній. Фрагментація виробництва, за якої делегуються на аутсорсинг визначені функції, стала першою організаційною формою розвитку сучасних ГВЗЛ і подальший розвиток ланцюгів став відбуватися безпосередньо на цій основі.

Як форма організації міжнародного виробництва аутсорсинг являє собою передачу певних бізнес-процесів або непрофільних функцій на обслуговування однією компанією іншій. Оскільки ця передача здійснюється на основі договору і розрахована на термін не менше одного року, то створена мережа є достатньо сталаю і взаємодоповнюючою для обох сторін.

Об'єктами аутсорсинга можуть бути високотехнологічна та трудомістка продукція, а також різні види послуг, як то: ведення бухгалтерського обліку, обслуговування та ремонт обладнання, автотранспортні послуги, ІТ-послуги, навчання молодих співробітників тощо. Як бізнес-стратегія аутсорсинг уперше був визнаний у 1989 р., хоча вже до цього часу активно використовувався в автомобільній промисловості. У 90-х роках він став невід'ємною частиною бізнес-процесів у міжнародному виробництві; у 2000 р. дохід світового аутсорсингу вже сягну 45,6 млрд. дол. і від того часу щорічно зростав на 14-15 %. Світова фінансова криза 2008-2009 рр. стимулювала його швидкий розвиток у сфері залучення людських ресурсів (HR), високотехнологічної індустрії (ІТ), операційного функціоналу «більших компаній» та широкого спектра фінансових послуг. У 2018 р. Deloitte Global Outsourcing Survey виділила серед найбільш затребуваних аутсорсингових сегментів ІТ, податкову службу, HR та фінансові послуги, а, за даними ресурсу Statista, глобальний дохід ринку аутсорсингу склав 85,6 млрд. дол. [18].

Офшорінг розвивається фактично паралельно з аутсорсингом, часто комбінуючись з ним. До офшорінгу компанії, як правило, переходять, коли прагнуть зменшити витрати через зміну локації (перенесення бізнес-процесів з однієї країни в іншу) як операційних (наприклад, виробництво окремих виробів), так і допоміжних процесів (наприклад, бухгалтерський облік). При прийнятті рішення про перенесення окремих бізнес-процесів в інші країни у компанія-організатор ланцюга виходить з трьох основних чинників: (1) зниження витрат і підвищення прибутковості підприємницької діяльності (наприклад, за рахунок сплати менших сум податків, відносно меншої вартості іноземної робочої сили та інших ресурсів); (2) отримання доступу до кваліфікованого персоналу за кордоном, зокрема до робітників технічних спеціальностей; (3) прискорення виходу компанії на іноземні національні та регіональні ринки.

Приймаючи стратегію офшорінга, компанія-організатор покладає на нього три основні функції: від початку це функція підвищення капіталізації та мінімізації витрат за рахунок залучення дешевої робочої сили, далі – функція передачі стороннім організаціям окремих бізнес-процесів, як, наприклад, бухгалтерія або управління людськими ресурсами, і нарешті – функція створення додаткової вартості. Реалізація функцій не обов'язково протікає в описаній послідовності. В одних компаніях вони можуть протікати одночасно, в інших – одна за іншою. Послідовність визначається стратегією компанії, прийнятою по відношенню до використання офшорінга, але у будь-якому випадку реалізація стратегії має сприяти компанії залишатися інноваційною і зростаючою.

«Керівництво по виміру глобального виробництва» з цього приводу зазначає, що аутсорсинг відрізняється від офшорінга тим, що перший являє собою використання незалежних підрядників в країні або за кордоном для надання послуг або виконання виробничих операцій, які раніше надавалися самою компанією, а офшорінг, який спочатку розумівся як діяльність по наданню послуг або виробництву в рамках ланцюжка поставок, яка виконувалася зарубіжними філіями, сьогодні розуміється як функції, що виконуються за кордоном як іноземними філіями, так і незалежними підрядниками [4, 5]. При цьому підприємства постійно оцінюють, які функції їм краще виконувати самим, а які краще передати підрядникам на умовах аутсорсингу або офшорінгу. Вибір в основному визначається характером та зрілістю товару: при нових товарах з високою часткою інтелектуальної власності навряд чи можливе використання офшорінгу, його використання більше властиве при виробництві стандартної продукції [4, 6]. Більш уточнене розуміння відмінностей між цими формами діяльності можна знайти у OECD: аутсорсинг стосується придбання проміжних товарів і послуг у зовнішніх спеціалізованих постачальників

(тобто рішення «виробляти чи купувати»), у той час як офшорінг відноситься до закупок фірмами проміжних товарів і послуг у іноземних постачальників (тобто рішення про місце розташування). При цьому офшорінг включає в себе як міжнародний аутсорсинг (коли діяльність передається на підряд незалежним постачальникам за кордоном), так і міжнародний інсорсинг (передача певних задач всередині фірми іноземному філіалу). OECD також вважає, що саме трансформація за допомогою офшорінга та аутсорсинга раніше національно орієнтованих виробничих секторів привела до появи ГВЗЛ [19, с. 11].

Для офшорінгово-аутсорсингової фази розвитку ГВЗЛ існують розрахунки ступеню участі країн G20 у глобальних ланцюгах [7, 109-110]. Його було визначено як суму імпорту, що використовується в подальшому для виробництва експорту. Основний висновок, який було зроблено на основі відповідного аналізу, такий: участь у ГВЗЛ збільшилась майже у всіх економіках групи 20, особливо в Китаї, Індії, Японії, Кореї. На рівні окремих країн внутрішнє виробництво в рамках ГВЗЛ суттєво різнилося: в країнах, що розвиваються, торгівля проміжними товарами в середньому може складати до 30% ВВП, в розвинутих країнах – до 18% ВВП. Серед країн, що розвиваються, найбільша активність була притаманна країнам Східної та Південно-Східної Азії, а також Центральної Америки; в країнах Африки, Західної Азії та Південної Америки частка іноземних компонентів в експорті значно нижча; менше за все участь у ГВЗЛ беруть в Південній Азії.

Глобальна криза 2007-2009 рр. внесла свої корективи у подальший розвиток ГВЗЛ. Становлення індустрії нового покоління і зміна структури витрат спонукали провідні компанії розвинутих країн до впровадження нової стратегії – стратегії повернення своїх інвестицій з країн, що розвиваються. З 2010 р. у розвинені країни почали повертатися колись низькодохід-

ні офшорінгові ланки глобальних ланцюгів. Розпочалася нова фаза у розвитку ГВЗЛ.

Що стало з достатньо довгими традиційними глобальними ланцюгами і як вони змінювалися під час реалізації офшорінгово- аутсорсингових та решорінгової стратегій ТНК і ТНБ? Як ці зміни вплинули на світову торгівлю, тобто на реалізацію експортних потенціалів країн-учасниць ланцюгів? Пошуку відповідей на ці питання присвячено наступний пункт розділу.

3.2. Офшорінгові та решорінгові технології в управлінні глобальними виробничо-збутовими ланцюгами

Традиційна модель глобальних виробничо-збутових ланцюгів, що склалася у 80-роках ХХ ст. з її високим ступенем взаємозалежності ключових компаній і постачальників, які розташовані по всьому світу, виявилася на початок 90-х років неспроможною. Глобалізація світової економіки в умовах стрімкого розвитку науково-технічного прогресу викликала чергову реорганізацію глобального виробництва і призвела до трансформації структури світової економіки. Реорганізація торкнулася практично всіх видів виробничо-збутової діяльності і вилилась в географічний перерозподіл ланок ГВЗЛ. Трудомісткі види діяльності з низькою доданою вартістю і, як правило, висхідними ланками глобальних ланцюгів априорі стали домінантними в країнах, що розвиваються. Низхідні ланки ланцюгів з капітало- та наукомісткими видами діяльності, як: дизайн продукції, дослідження і розробки, брендинг та маркетинг – закріпились в материнських підрозділах ТНК, забезпечуючи їм високу додану вартість. Офшорінг став домінантною формою організації глобальних ланцюгів, дозволивши великим компаніям переважно без прямого інвестування здійснювати контрольно-регуляторні функції по всьому ланцюгу. Глобальне виробництво стало ще більш фрагментованим, а виробничо-збутовий ланцюг прагнув до подовження.

Аналіз процесів офшорінгу в економічній літературі найчастіше починають з теорії Е. Хекшера та Б. Оліна. На відміну від класичної теорії міжнародної торгівлі, яка ґрунтуються на трудовій теорії вартості, Е. Хекшер та Б. Олін вперше запропонували двофакторну модель міжнародної торгівлі, що дозволило говорити не просто про міжнародний поділ праці, а про міжнародний поділ факторів виробництва, оскільки різні країни по-різному наділені факторами виробництва, що складає підстави для формування у них міжнародних конкурентних переваг і розвитку торгівлі на цій основі. Відносна різниця в цінах, яка формується внаслідок відносно різної забезпеченості факторами виробництва, виступає провідним чинником переливу капіталу між країнами і утворенню виробничо-збутових ланцюгів в міжнародному масштабі. Офшорінг у цьому розумінні можна представити як купівлю на світовому ринку послуг різних факторів виробництва за ціною, яка є нижчою за «домашні» витрати. Таким чином, офшорінг ґрунтуються на порівняльних перевагах країн. І якщо взяти до уваги, що такі переваги не є постійними, вони змінюються у часі і просторі відповідно до ступеню економічного і науково-технічного розвитку країн, то суб'екти економічної діяльності, що задіяні у ГВЗЛ, також не є постійно діючими акторами. Звідси випливає, що глобальні ланцюги за складом своїх агентів є доволі гнучкими, бо інакше вони не будуть відповідати цільовій функції компанії-організатора.

На практиці розрізняють два типи офшорінга: офшорінг через прямі іноземні інвестиції, який будується за рахунок власного або спільнотого виробництва, розміщеного за кордоном, та субконтрактинг або аутсорсинг – укладання угод з іноземними компаніями про виробництво проміжних продуктів, яких потребує замовник. Цілий ряд авторів, що займаються питаннями офшорінга, вважають, що офшорінг включає в себе зовнішній аутсорсинг, за якого неафілійована компанія перебуває за кор-

доном. Для ілюстрації цього зв'язку використовується діаграма, яка включає в себе як елементи офшорінг, аутсорсинг та шляхи організації офшорінга (рис. 3.4).

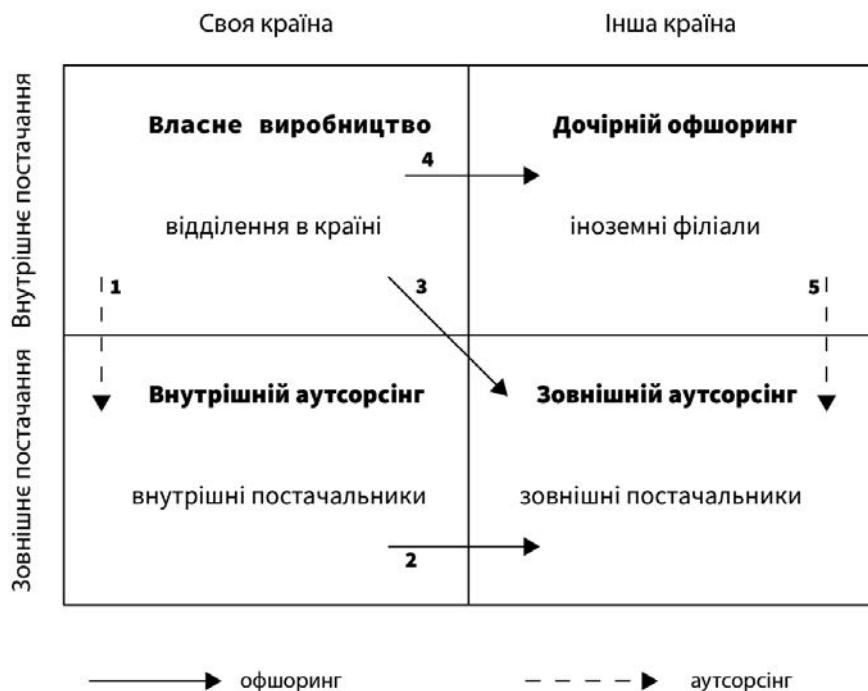


Рис. 3.4. Шляхи організації офшорінгової діяльності
Джерело: [20, 68].

Отже, якщо компанія купує товари та послуги у своїй країні (стрілка 1), вона може переключитися з «домашнього» на іноземного постачальника (стрілка 2); вона може також вирішити використовувати аутсорсинг і офшорінг одночасно (стрілка 3); але може використовувати продукцію, що була виготовлена в інших країнах власними дочірніми компаніями (стрілка 4) і в цьому випадку можливе рішення про залучення зовнішніх постачальників (стрілка 5). Таким чином, офшорінг тісно пов'язаний з аутсорсингом, бо якщо той передбачає попул

виконавця факторних послуг з відносно нижчими цінами на території країни перебування замовника, то офшорінг розповсюджує сферу свого впливу на різні країни, прагнучи мінімізувати витрати на фактори виробництва за рахунок різниці в їх відносних цінах і використовуючи виконавця як свій закордонний підрозділ. У глобальних ланцюгах офшорінг і аутсорсинг часто виступають у змішаній формі. Це має місце у разі, коли замовник і виконавець перебувають на території різних країн, проте виконавець є незалежною компанією, що не є структурним підрозділом замовника. Доцільність об'єднання офшорінга і аутсорсинга продиктована перевагами, які привносять у ГВЗЛ останній. По-перше, завдяки доступу до факторних послуг (професійне обладнання, нові технології, кваліфіковані кадри) він впливає на зменшення витрат компанії-замовника; по-друге, він сприяє безперебійності роботи бізнесу, оскільки бізнес-процес передається не окремій людині, а компанії, яка несе відповідальність за дотримання договірних зобов'язань і виконує завдання достатньо швидко без втручання замовника; по-третє, передача окремих функцій постачальникам мінімізує ризики в бізнес-процесі компанії замовника. Не випадково, перша фаза сучасного етапу розвитку ГВЗЛ може бути ідентифікована як офшорно-аутсорсингова.

Разом з тим, використання офшорінга та аутсорсинга не обмежується лише переліченими чинниками. Не менш актуальними мотивами при прийнятті рішення щодо цього типу діяльності є освоєння нових ринків збуту, залучення високо-класних талановитих спеціалістів з інших країн, вихід за межі національного законодавства, яке може не тільки гальмувати, а й навіть унеможливлювати окремі види діяльності, і, що дуже важливо, залучати в ланцюги (часто створюючи спеціальні ланки) фахівців з НДДКР. Перетворення цих мотивів на реальні задачі розвитку ланцюга активно здійснюється за умови знеосбління продукту і його перетворення на світовий продукт, для

якого байдуже, де він розробляється, виробляється і реалізується. Головне – продукт має відповідати прийнятым в компанії-організаторі ланцюга стандартам і корпоративним параметрам якості. В економічній літературі навіть з'явився новий науковий термін «безнаціональні» організації як виробники такого продукту [21].

Г. Гросман та Е. Росси-Хансберг (G. Grossman, E. Rossi-Hansberg) виходячи з того, що стратегія офшорінга обирається задля зниження вартості факторів виробництва, вважають, що виробничі процеси можуть мати різні просторові і часові виміри, тобто відбуватися в різних місцях і в різний час. Завдяки цьому гранична вартість виробництва в різних країнах може вирівнюється і вартість робіт, що виконуються офшорно, зменшується [22]. Внаслідок цього виникають економічні ефекти, пов'язані (1) із зростанням продуктивності, оскільки зменшення вартості офшорних робіт знижує виробничі витрати компанії, (2) із змінами в оплаті праці: при зниженні вартості офшорних робіт знижується і відносна заробітна плата тих робітників всередині країни, які конкурують з робітниками офшорних компаній, (3) із скороченням зайнятості всередині країни, бо через переведення окремих операцій в офшори робітники, що раніше їх виконували у своїй країні, стають безробітними і змушені шукати нові місця для зайнятості. Власне кажучи, Г. Гросман та Е. Росси-Хансберг були першими, хто звернув увагу на проблеми, що загострюють ситуацію на ринку праці в країнах-організаторах ланцюгів. Цей висновок має важоме значення в оцінці ефективності використання офшорінгової діяльності в контексті розвитку економіки, що включає його у ГВЗЛ.

Подальший розгляд офшорінгової діяльності як складової глобального виробництва виводить на ряд параметрів, які описують її функції і місце в системі ГВЗЛ. Не зупиняючись на класичній перевазі офшорінга – зниження витрат виробництва

– визначимося з менш розповсюдженими на практиці, а відтак і менш дослідженими в науці функціями.

По-перше, офішорні компанії можуть виконувати і часто виконують в глобальних ланцюгах функції пропозиції унікальних можливостей, що пов’язані з рідкісними ресурсами. Такими ресурсами насамперед можуть виступати людські здібності, які неможливо скопіювати і повторити в силу індивідуальних особливостей. Такими ресурсами можуть бути і доволі типові кваліфікаційно-професійні характеристики, проте їх можна розцінювати як унікальні в силу достатньої сконцентрованості у спеціалізованому підрозділі, заробітна плата в якому суттєво нижча за оплату аналогічних функцій в західних компаніях.

По-друге, спеціалізовані офішорні компанії можуть пропонувати послуги і проміжні продукти вищої якості та виконувати більш складні операції, ніж західні фірми. Вузька спеціалізація дозволяє їм охоплювати певні виробничі і збутові ніші, що зробити великої корпорації часто не тільки витратно, а й ризиковано. Завдяки збутовим нішам офішорнівих компаній західні фірми можуть беззабісно оволодівати новими ринками збуту, при чому це стосується не тільки активів продажу продукції, а й закупок необхідних для виробництва товарів матеріалів. Як приклад, можна навести філіппінську компанію eTelecare, яка є офішорною для ряду американських корпорацій «блакитних фішок», виконуючи функції кол-центру. У неї на обробку одного дзвінка витрачається на 25% часу менше, а якість її послуг суттєво вища. Послуги eTelecare обійшлися провідному американському виробнику електроніки на 40% дешевше, ніж його власного кол-центру, розташованого у США, на 16% – ніж його індійського підрозділу і на 30% – ніж конкурючих американських аутсорсингових фірм і при цьому 99% клієнтів охарактеризували якість обслуговування як високу або дуже високу [23].

Взагалі вихід на нові ринки за допомогою офішорнівих компаній можна розглядати як самостійну функцію в межах

ГВЗЛ. Завдяки використанню офшорінгових посередників відомі західні компанії, що завжди спеціалізувалися на виробництві комп'ютерів, достатньо агресивно увійшли у ринок побутової техніки. Так, незважаючи на жорстку конкуренцію з боку головних виробників цифрових фотоапаратів японських компаній Canon Inc. и Nikon Corporation, одна з найбільших американських компаній у сфері інформаційних технологій Hewlett-Packard Company змогла завоювати 6% цього ринку. Виграти конкуренцію Hewlett-Packard дозволила активна співпраця з тайванськими офшорінговими компаніями-виробниками цифрового обладнання насамперед з Tekom Technologies, яка лідирує у виробництві камер, що вбудовуються у комп'ютери. Інша американська компанія з виробництва комп'ютерів – Gateway Inc. – за короткий період захопила лідеруючі позиції на американському ринку плазмових телевізорів, а ще одна з найкрупніших американських комп'ютерних компаній (Dell Technologies) прагне стати вагомим гравцем на ринку телевізорів та смартфонів.

Наведені приклади не є поодинокими. Вони свідчать про зростання ролі офшорінгової діяльності у випадках, коли йдеться про трудомісткі операції та зростаочу роль електронних компонентів, виготовлення яких доцільніше делегувати спеціалізованим постачальникам, залишивши при цьому за собою виробництво великовагових товарів з низькою питомою вартістю на одиницю ваги, дальнє перевезення яких робить їх виробництво нерентабельним, а також послуги, які потребують безпосереднього контакту зі споживачами

По-третє, офшорінгове виробництво може створювати додаткову вартість через виконання суміжних операцій, які сприяють збільшенню доданої вартості [23]. Цей плях активно використовують компанії комп'ютерної промисловості. Починаючи з передачі в офшорінгові компанії відносно нескладних операцій (збирання), вони поетапно переходять до передачі роз-

робки продукції, закупок та управління запасами. Внаслідок делегування функцій в комп'ютерній промисловості виникла нова категорія офшорінгових компаній – компанії, які беруть на себе не лише виробництво, а й розробку продукції для провідних комп'ютерних фірм. Ця форма офшорізації все більше розширяє свою присутність у ГВЗЛ.

Приклад ГВЗЛ, заснованих на використанні електронних технологій, є типовим фактично для всіх глобальних ланцюгів, пов'язаних з економікою знань. Аналіз американських учених П. Антраса (Antras P.), Л. Харікано (Garicano L.) та Е. Росси-Хансберга (Rossi-Hansberg E.) [24], був побудований саме на матеріалах цієї економіки. Їхній висновок зроблений на середину 2000-2010 рр., власне кажучи на час, коли офшорінг переживав свій злет. Для цього часу як принципові характерні риси ГВЗЛ вони назвали, по-перше, утворення інтернаціональних робочих команд, в яких менеджери з Півночі керують робітниками з Півдня через систему офшорінгу. Через механізм офшорінга процес виробництва і управління ним розподіляється територіально так, що створюються нові додаткові робочі місця для процесу виробництва на Півдні, а на Півночі створення нових робочих місць відбувається у високоінтелектуальних сферах. Через такий перерозподіл складається нова конфігурація зв'язків структурних ланок глобального виробництва: виробництво товарів на Півночі скорочується і він стає їх імпортером, експортуючи при цьому високоінтелектуальні послуги; натомість Південь перетворюється на виробника і експортера виробничих товарів.

Друга принципова характеристика глобального виробництва епохи офшорінга – зміни в оплаті праці, зайнятих в офшорінгових компаніях. П. Антрас, Л. Харікано та Е. Росси-Хансберг звернули увагу на те, що працівники Півдня, зайняті у міжнародних колективах, в середньому отримують більше, ніж робітники Півночі на аналогічних робочих позиціях.

Ще одна важлива характеристика, виведена П. Антрасом, Л. Харікано та Е. Росси-Хансбергом, стосується запроваджуваних ними понять «якості» та «розмірів» офшорінга. Так, «якість» офшорінга, яку вони вимірюють як відношення середнього рівня кваліфікації робітників міжнародних компаній до середнього рівня кваліфікації робітників Півдня, слабо корелюється із зростанням вартості послуг зв'язку. «Розмір» офшорінга, що вимірюється як пропорція жителів Півдня, що працюють на менеджерів Півночі, слабо зменшується із зростанням витрат зв'язку і зменшенням різниці в кваліфікації, вона прагне до нуля за умови, що розподіл рівнів кваліфікації у двох країнах співпадають.

Таким чином, можна говорити, що для національних економік, з яких походять компанії організатори глобальних ланцюгів, заснованих на офшорінгу, економічний ефект є від'ємним, але для самих компаній організаторів він означає наявність додаткових джерел максимізації прибутку і зміщення ринкових позицій.

Залишається ще одне питання, яке потребує своє відповіді зокрема з точки зору подальшого розвитку глобальних мереж. Це питання їх галузевої спрямованості. Традиційні види виробництва товарів та надання послуг як і раніше залишаються на порядку денного, хоча темпи їх включення у ГВЗЛ значно уповільнiliся, через що самі ланцюги стали дещо коротшими. Провідним напрямком стала офшорінгово-аутсорсингова діяльність у сфері наукових досліджень та різного роду інформаційних послуг. Такі ланки стають органічною складовою глобальних ланцюгів при наданні фінансових послуг, пов'язаних з управлінням фінансовими активами. Делегування на аутсорсинг подібних операцій дозволяє більш оперативно управлюти виробничими потоками (а) за умов ринкових змін під час зростаючого попиту, коли у компанії не вистачає власних кадрів для проведення певних робіт; (б) у форс-мажорних ситуаціях, які

викликають додаткове навантаження на персонал; (в) при нестачі власних спеціалістів для вирішення певних конкретних завдань. Врешті-решт офшорінгово-аутсорсингова складова глобального ланцюга дає можливість компанії концентруватися на ключових функціях, які можуть здійснюватися лише нею самою.

Делегування функцій по ІТ-послугах нині є найбільш розповсюдженою ланкою глобальних ланцюгів. Експерти відмічають, що зараз транскордонні потоки інформації зростають у 50 разів швидше, ніж 10 років тому, хоча інші показники глобалізації такої тенденції не виявляють. Розширення області застосування нових інформаційних технологій практично в усіх галузях діяльності охопило отримання, обробку, зберігання і передачу інформації та пов'язаний з цим великий спектр консалтингових послуг. Компанії використовують ІТ-офшорінгово-аутсорсингову діяльність, з одного боку, задля економії на витратах, з іншого – для зміцнення своїх міжнародних конкурентних позицій за рахунок залучення висококласних спеціалістів. У сукупності ці два чинника дозволяють їм використовувати цей вид діяльності як експортну стратегію, що забезпечує ефект оволодіння важливими ринковими нішами і прив'язку до себе великих ринкових гравців. Але водночас і самі офшорінгові фірми, як підкреслює Дж. Хейгел (John Hagel), починають складати конкуренцію своїм теперішнім замовникам [23].

Роль ІТ-сектора і надалі буде постійно зростати, бо сучасна техніко-технологічна база виробничо-збудових мереж має його за провідний елемент, що не тільки суттєво знижує витрати виробництва і збуту, а й прискорює сам виробничо-збудовий процес, надаючи йому динамічності і гнучкості, адже ІТ-ринок сам генерує офшорінгово-аутсорсингову діяльність. В Індії, наприклад, ІТ-сектор щороку зростає на 30% і обробляє понад 80% проектів в цій сфері по всьому світу. Україна також належить до країн, на ІТ-послуги якої у світі існує достатньо високий по-

пит. З огляду на це, український ІТ-сектор посідає третє місце серед орієнтованих на експорт індустрій, поступаючись лише аграріям та металургам. Він генерує дохід понад 3 млрд дол. США, пропонуючи сервіси з різним обсягом доданої вартості й охоплюючи увесь життєвий цикл розробки програмного забезпечення. За даними Pricewaterhouse Coopers, ключові елементи українського ІТ-сектора складаються з:

- ІТ-підтримка та аутсорсинг – різноманітні послуги для підтримки, розміщення, оновлення, інтеграції та налаштування ІТ-продуктів, розроблених третіми сторонами;
- Custom Application Development – послуги під час повного або частини циклу розробки програмного забезпечення, що дозволяють забезпечити додаткову вартість шляхом розробки продукту, хоча право на інтелектуальну власність повністю належить клієнтам;
- ІТ-консалтинг та оцифрування – частина CAD- або окремих сервісів, що складаються з послуг консалтингу;
- Аутсорсинг R&D бізнес-процесів – послуги з великою доданою вартістю, що представляють суміш ІТ-консалтингу та CAD, але з невизначеними межами та постійними повтореннями циклу розробки програмного забезпечення [цит. за: 25].

Конкретизація бізнес-процесів, що передаються ІТ-сектором на аутсорсинг, має приблизно такий вигляд: ІТ-послуги – 40,5%; логістика – 35,1%; ресурсне забезпечення виробничих процесів – 27%; маркетингові послуги – 21,6%; рекрутмент – 18,9%; бухгалтерський облік – 13,5%; розрахунок заробітних плат – 13%; обробка та систематизація інформації – 8,1%; аутсорсинг медичних працівників – 8,1%; кадрове діловодство – 5,4%; різні адміністративні функції – 2,7% [26, цит. за: 27].

Ще одна особливість українського ІТ-сектора – орієнтація на зовнішні ринки. На них працює понад 80% всіх ІТ-компаній України, а їхніми клієнтами є європейські компанії (67,7%) та компанії Північної Америки й Австралії (56,7%) [26, 147]. При-

вабливість роботи з українськими ІТ-сектором іноземні партнери вбачають передусім у тому, що підрядники пропонують висококваліфікованих ІТ-спеціалістів по низькій ціні. Крім того, українські аутсорсери мають імідж роботи з чесними спеціалістами. Єдине, що відштовхує від укладання більшого числа контрактів – висока корупція в країні та потенційні ризики соціальних збуджень.

Таким чином, участь України у глобальних виробничо-збудових ланцюгах не обмежується традиційними формами, пов’язаними з висхідною ланкою. Через офшорінгово-аутсорсингову діяльність вона інтегрується у глобальне виробництво, стаючи елементом сучасних глобальних ланцюгів, хоча і залишається на позиції постачальника, а не замовника. У цілому, ступінь розвитку ІТ-індустрії в Україні такий, що при підтримці держави і цілеспрямованій експортній політиці країна могла б стати і низхідною ланкою глобальних ланцюгів.

Кінець 1990-х – початок 2000-х років були часом, коли глобалізація у всіх її проявах, у тому числі і через глобальне виробництво, досягла свого піку. Форсована індустріалізація країн, що розвиваються, багато в чому була тоді досягнута саме за рахунок офшорінга виробництва ТНК розвинених країн зокрема трудомістких галузей обробної промисловості, де оплата праці невисока. Нині експерти OECD відмічають, що в останні роки спостерігається повільне згортання практики офшорінга майже у всіх галузях промисловості, хоча по різних мотивах і з різною інтенсивністю [19, 34]. Однак незаперечним залишається провідний мотив – розвиток нових технологій, пов’язаних з переходом до «індустрії 4.0», хоча не можна недооцінювати і роль у цьому процесі світової фінансової кризи 2007-2009 рр.

Принципова відмінність «Індустрії 4.0» від «Індустрії 3.0» пов’язана насамперед з розвитком процесів наскрізної цифровізації всіх етапів створення вартості: дослідні або науково-дослідні роботи по створенню продукту, його виробництво та

збут, логістика внутрішня та зовнішня, а також обслуговування. Виходячи з цього, не слід очікувати швидкої відмови від офшорінгово-аутсорсингової складової глобального виробництва. Сучасна світогосподарська структура є такою, що спеціалізація кожного її рівня (інформаційна економіка, індустріальна економіка, аграрна економіка) передбачає і вимагає співробітництва з іншими рівнями. Взаємодоповнюваність міжнародних спеціалізацій усіх рівнів є умовою розвитку країн кожного з них. Міжнародна взаємозалежність економік є об'єктивною основою для подальшого існування цієї складової ГВЗЛ. Відтак, інвестиційний попит у розвинутих країнах, які до останнього часу орієнтуються на мережі постачальників, організованих країнами, що розвиваються, які доповнюють їх трудомісткі збиральні виробництва, стане і надалі вимагати офшорізації. На додачу до цього, індустріалізація країн, що розвиваються, створила для ТНК достатньо ємні ринки, з одного боку, збуту, з іншого – відносно недорогої робочої сили, яка не відрізняється високим рівнем кваліфікації. За цих умов офшорінг буде і надалі тримати свої позиції у трудомістких видах обробної промисловості, текстильному виробництві, секторі масового поширення одягу тощо. Зрозуміло, що спеціалізація розвинених країн на новітніх цифрових технологіях з 3D друком, адитивними технологіями та робототехнікою вносить свої корективи у глобальні ланцюги.

Адитивне виробництво є однією з провідних складових «Індустрії 4.0». До цього машини слугували лише доповненням до робочої сили, відтепер вони значною мірою заміняють живу працю (див. рис. 3.5).

При адитивному виробництві (AB) відбувається поєднання матеріалів, за звичай шар за шаром, для створення об'єктів на основі даних 3D моделі, тобто за рахунок додавання необхідного матеріалу, а не видалення зайвого, що притаманно субтрактивним методам виробництва (CB). Субтрактивні методи іден-

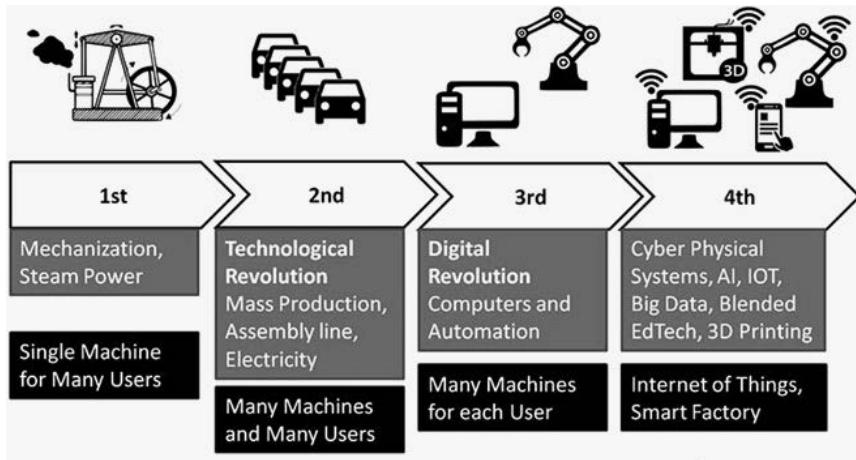


Рис. 3.5. Еволюція виробничого процесу внаслідок розвитку промислових революцій

Джерело: Cademix Institute of Technology

тифікуються як найбільш традиційні, що використовуються при обробці з числовим програмним управлінням, і сам термін був уведений саме для розмежування традиційних способів виробництва і нових – аддитивних, в яких обов’язково присутня тривимірна інформаційна технологічна складова.

Ще одна принципова різниця цих методів виробництва – обсяги виробництва: традиційні виробничі методи є ефективними в разі виробництва великих партій полімерних виробів, а аддитивні – при дрібносерійному виробництві, оскільки дозволяють досягати більш високих темпів виробництва та гнучкості дизайну, поряд з підвищеною економічністю в перерахунку на одиницю виробленого товару.

Якщо це порівняння продовжити, то слід обов’язково вказати на те, що при використанні традиційних методів виробництва велику роль відіграє поділ праці та економія на масштабі, які проявляються (а) у концентрації виробництва, за якої країна концентрації виробництва не є країною збуту продукції цього виробництва, (б) транспортних витратах та (в) миті. При

адитивному ж виробництві економія на масштабі відіграє другорядну роль, якщо вона взагалі має значення, оскільки: (а) відбувається виготовлення за індивідуальним замовленням без додаткових витрат; (б) як правило, це є однорангове виробництво поблизу до споживача; (в) глобальні ланцюги стають значно коротшими; (г) знижуються обсяги торгівлі у сфері проміжного споживання; (д) глобалізація поступається регіоналізації. Крім того, при АВ виробничий процес може бути автоматизований до надзвичайно високого рівня, бо АВ меніє трудомістке, натомість більш капіталомістке, через що вимагає навичок і професійної підготовки.

АВ метод був винайдений ще у 1983 р., через п'ять років сталося його перше комерційне використання, а вже з 2005 р. розпочалося швидке розповсюдження через проект RepRap з відкритим вихідним кодом. В останні роки отримали розповсюдження 3D-друк торговельні майданчики, найбільш популярними серед яких стали Shapeways, Thingiverse та Threeding.

Можливі області використання (АВ) залежать від конкретної галузі і включають в себе (1) швидке виготовлення прототипів; (2) швидка оснастка (виробництво машинного або виробничого обладнання); (3) швидке / пряме виробництво (виробництво кінцевих продуктів); (4) доповнююче використання, коли адитивні та субтрактивні методи виробництва доповнюють один одного; (5) використання заміщення, за якого АВ заміщує СВ. Щодо конкретних галузей виробництва, то технології 3D-друк використовуються для прототипування та розподіленого виробництва у промисловому дизайні, автомобільний, аерокосмічній, воєнно-промисловій, інженерній та багато інших сферах.

Незважаючи на те, що АВ набуває все більшого поширення, чіткої теорії решорінга до цього часу не існує. Час поширення цього виду міжнародної економічної діяльності є не настільки великим, аби було накопичено значний досвід, узагальнення

якого дозволило б вибудувати певний дискурс. Сьогодні ре-ішорінгову діяльність можна представити як обернену сторону теорії офшорінга, оскільки вона відноситься до явища з чітко вираженою часовою характеристикою: їй має передувати та чи інша форма офшорінга або аутсорсинга [28]. Через це для її пояснення використовують переважно три теоретичні підходи: теорію OLI Даннінга, у відповідності до якої процеси переінвестування виробництва стають необхідними або через зміну переваг володіння, місцеположення та інтерналізації, або через їх від початку невірну оцінку [29]; ідеї Барнея, що засновані на ресурсному підході: компанії не в стані розвивати критичні ресурси за кордоном або підтримувати їх, відтак вони змушені вдаватися до репорінга, [30] та трансакційний теоретико-методологічний підхід, відповідно до якого переінвестування виробництва є результатом зростання трансакційних та координаційних витрат.

Де Бакер К., Менон К., Деснойєрс-Джеймс І. та Муссигт Л. (De Backer K., Menon C., Desnoyers-James I., Moussiegt L.), цитуючи Портера М. та Рівкіна І. (Porter M.E., Rivkin J.W.) [31], The Boston Consulting Group [32] та Mckinsey [33], вказують на цілий ряд фактичних проявів названих підходів. Зокрема, вони пишуть, що в цілому ряді випадків офшорінг став невигідним через (а) витрати, які не були враховані при прийнятті рішення про офшорізацію, як наприклад, управлінські, логістичні та операційні проблеми часто призводили до значних «прихованих» витрат; (б) грошові витрати на моніторинг, комунікацію і координацію між віддаленими філіалами та головним офісом, які могли бути значно вищими, ніж вважалося раніше; (в) неврахування наслідків копіювання поведінки своїх конкурентів, коли компанії традиційно орієнтувалися на «позазаводські витрати» замість повних витрат і, наприклад, не завжди брали до уваги вартість доставки продукції кінцевому споживачу; (г) складність та довжину ГВЗЛ, коли значна частина капіталу була

зв'язана у захисних запасах т товарно-матеріальних цінностях, які застягли в повільних транспортних потоках [19, с.16].

Новий вид міжнародної діяльності через зміни в акцентах ланок глобальних ланцюгів призвів до зменшення обсягів міжнародної торгівлі всередині останніх і сприяв їх скороченню. Якщо традиційний глобальний виробничо-збутовий ланцюг можна представити як криву «посмішки», обов'язковими елементами якої є довиробнича стадія (проектування продукту, дизайн тощо), виробництво та післявиробнича стадія (доставка до кінцевого споживача), і в якому найбільша додана вартість створюється на першій і останній стадіях, а не в процесі виробництва, яке є офшорним (див. рис. 3.6), то модифікація виробничо-збутових зв'язків, що сталася під впливом АВ викликала зміни і в ГВЗЛ (рис. 7).

При АВ провідною складовою глобального ланцюга стає сам процес виробництва – 3D друк. На рис. 3.7 дана порівняльна характеристика ГВЗЛ з (а) традиційним виробництвом – крива чорного кольору, (б) комплементарним виробництвом (тради-

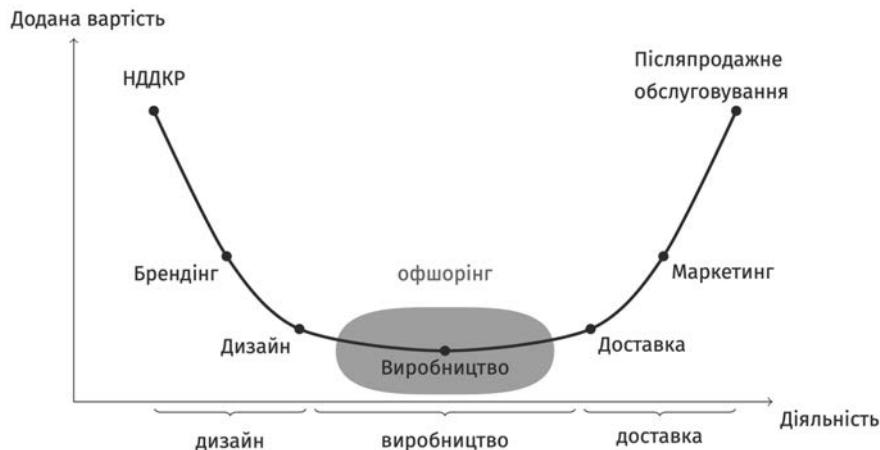


Рис. 3.6. Крива «посмішки»: традиційний глобальний виробничо-збутовий ланцюг

Джерело: [40]

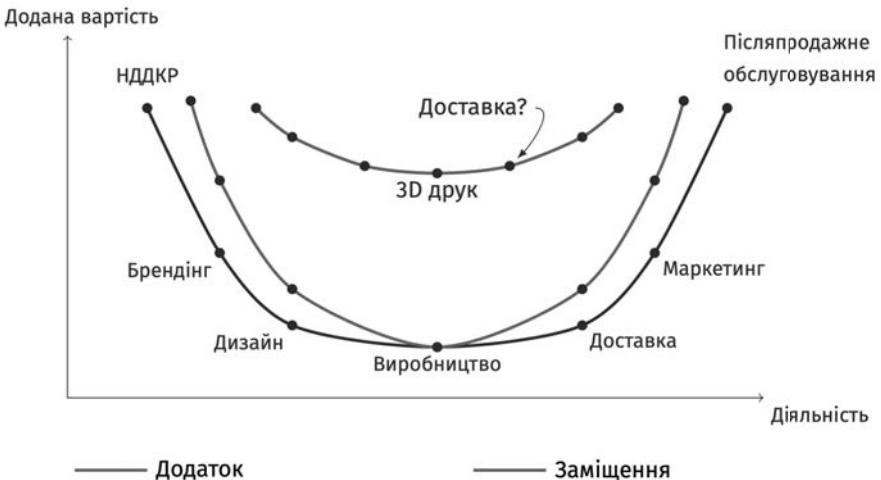


Рис. 3.7. Крива «посмішки»: порівняльна характеристика ГВЗЛ, заснованих на різних типах виробництва

Джерело: [40]

ційне, що доповнене елементами АВ задля швидкого створення прототипів) – зеленого, (в) адитивного виробництва (3D друк) – червоного. При традиційному та комплементарному виробництві зростання доданої вартості відбувається у до – та після-виробничій стадіях. Таким чином, адитивне виробництво – чи не єдине, з точки зору сучасного глобального виробництва, де провідною стадією створення доданої вартості стає саме процес виробництва. І тоді виникає питання – чи потрібний такий довгий виробничо-збутовий ланцюг, якщо його основа – виробництво – розміщена в країні-організаторі та координаторі ланцюга? Ось саме через це реалокацію стадії найбільшого притрощення доданої вартості відбуваються зміни у ГВЗЛ.

У відповідності з Хелпманом Е., Мелітцем М. та Япле С. (Helpman E., Melitz M., Yeaple S.) [34], рішення про перехід до решорінга може бути певним чином змодельоване. Модель вибору варіанта виробництва можна представити так: вітчизняна компанія планує вийти на внутрішній або зовнішній ринок зі

своїми трудомісткими товарами. В її розпорядженні три варіанти виробництва: перший – повне внутрішнє виробництво з використанням традиційних (субтрактивних) методів; другий – аутсорсинг частин ланцюга створення вартості за кордоном (офшорінг) у формі простих контрактів без пайової участі або прямих іноземних інвестицій; третій – адитивне виробництво в домашніх умовах. Рішення про виробництво компанія приймає на основі порівняння загальних витрат як суми постійних та змінних витрат.

Відносно постійних витрат існує припущення, що

$$FC_I < FC_A < FC_{3D} \quad (1)$$

Це означає, що постійні витрати на внутрішнє виробництво з використанням традиційних методів (FC_I) є відносно низькими. Постійні витрати іноземного виробництва (FC_A) є вищими, наприклад, через заснування нового закордонного виробництва або через відсутність обізнаності з іноземними законами та діловою практикою за кордоном. Первісні постійні витрати АВ в домашніх умовах є найвищими. Пояснюється це відсутністю технологічних знань та високими капітальними витратами.

Розрахунок змінних витрат ведеться виходячи з того, що виробництво даних товарів є трудомістким (первісне рішення компанії виготовляти трудомісткі товари). Відтак змінні витрати слід розуміти переважно як витрати на оплату праці:

$$VC_I > VC_A > VC_{3D} > 0, \quad (2)$$

де VC відображають змінні витрати відповідно традиційного, іноземного та адитивного виробництва.

Цей ланцюжок залежностей описує різницю в рівнях змінних витрат за різних умов виробництва, що є в розпорядженні компанії. Отже, рівень заробітної плати всередині країни значно вищий за рівень заробітної плати за кордоном (рис. 3.8). У випадку іноземного виробництва необхідно додати транспортні витрати. При адитивному виробництві витрати на оплату

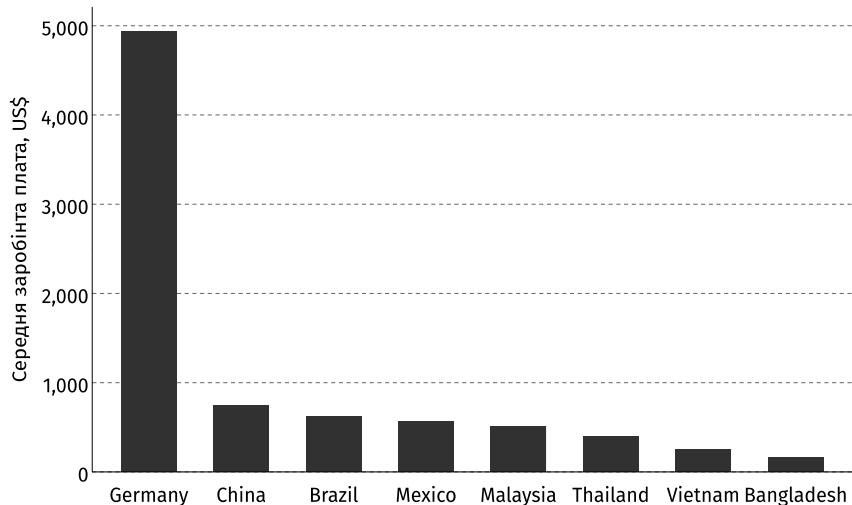


Рис. 3.8. Компаративна статистика заробітних плат країн з різним рівнем економічного розвитку, що різняться відносною капітало- і трудонасиченістю

Джерело: *International Labour Organization. Statistical Database*

праці відіграють другорядну роль, однак, зрозуміло, що повністю вони не зникають.

Подальший аналіз вибору рішення про тип виробництва передбачає агрегований аналіз постійних і змінних витрат, який в узагальненому вигляді представлено на рис. 3.9: постійні витрати – вертикальний перетин множин, змінні витрати – нахил прямої лінії.

В умовах адитивного виробництва різниця в заробітній платі між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються, скорочується. Порівняння рис. 3.8 та рис. 3.10 дає зрозуміти, як діє тенденція до нівелювання заробітних плат у країнах, що розвиваються. Якщо рис. 8 демонструє компаративну статистику – абсолютні показники заробітної плати у Німеччині та країнах, що розвиваються, у 2016 р., то на рис. 10 представлена динаміка заробітної плати у країнах, що розвиваються, відносно Німеччини. Отже, значний розрив в рівнях заробітної плати у країн-

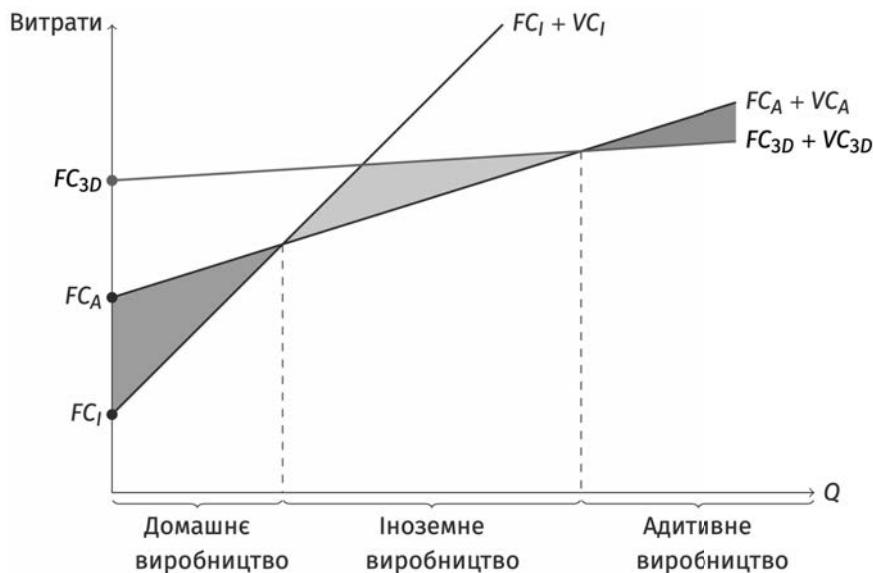


Рис. 3.9. Порівняльна характеристика постійних та змінних витрат за різних типів виробництва

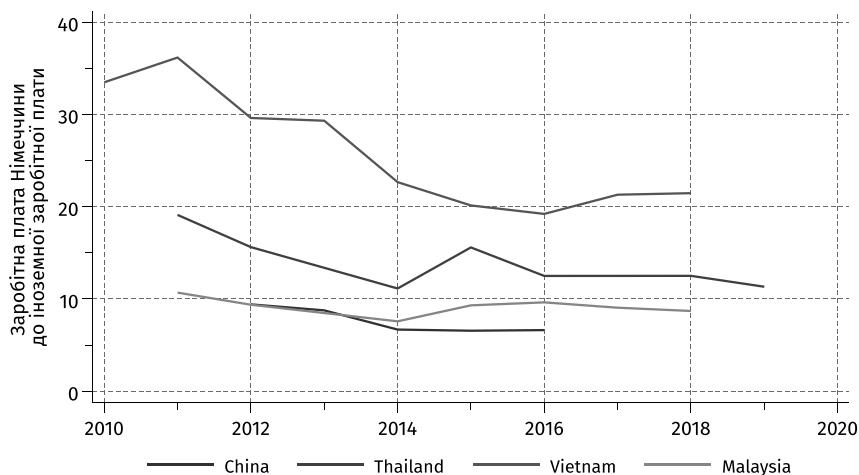


Рис. 3.10. Динаміка заробітної плати у країнах, що розвиваються, відносно Німеччини

Джерело: International Labour Organization. Statistical Database

організаторі ГВЗЛ (у нашому випадку Німеччині) та країнах-постачальниках (країни, що розвиваються, які найбільш активно були інтегровані у традиційні ГВЗЛ) скорочується і починає діяти тенденція до їх відносного вирівнювання.

Порівняння рівнів реальної заробітної плати в Німеччині та країнах, що розвиваються, які найбільше представлені в німецьких ланцюгах створення вартості, також свідчить про скорочення розриву, оскільки заробітна плата в країнах, що розвиваються, зростає значно вищими темпами, ніж в Німеччині (рис. 3.11).

Аналогічні тенденції властиві і динаміці вартості капіталу. Через високу мобільність капіталу різниця в його вартості в різних країнах стає незначною. На рис. 12 представлено зміни у вартості капіталу у найбільш активних учасників глобальних виробничо-збутових ланцюгів з країн, що розвиваються, відносно процентних ставок у США.

Врешті динаміка показників, наведених на рис. 3.8, 3.10, 3.11

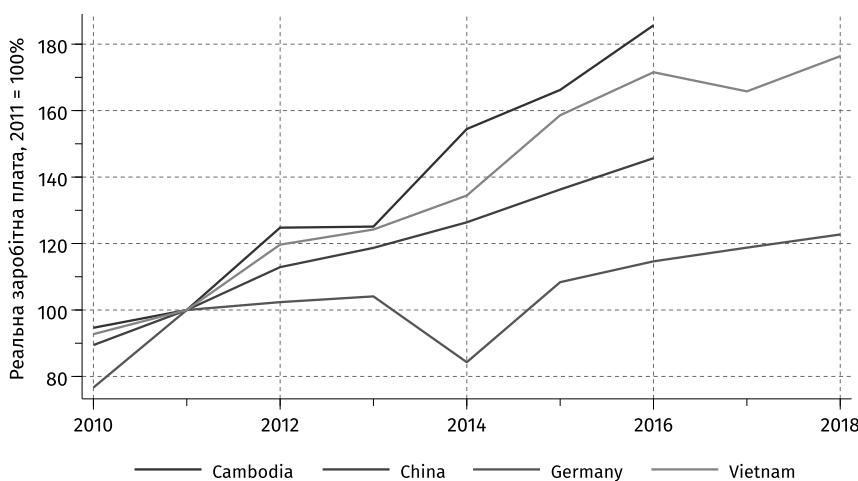


Рис. 3.11. Зміни у рівнях реальної заробітної плати Німеччини та країн, що розвиваються

Джерело: World Bank. *World Development Indicators*

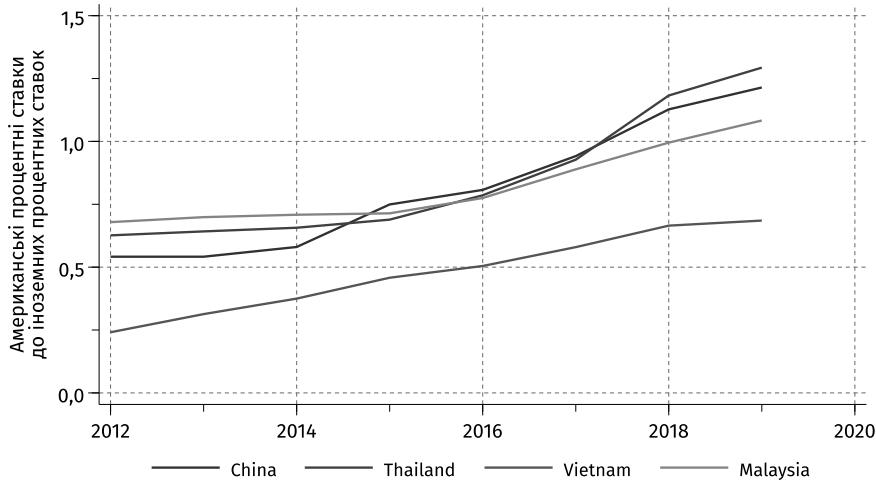


Рис. 3.12. Компаративна динаміка процентних ставок у США та обраних країнах, що розвиваються

Джерело: World Bank. *World Development Indicators*

та 3.12, свідчить про одне: офшорінгова діяльність сприяла вирівнюванню рівнів окремих макроекономічних показників в розвинутих країнах і обраних країнах, що розвиваються. Це стало результатом активної участі останніх у ГВЗЛ. Таким чином, офшорінг фактично став заперечувати свою доцільність для компаній-організаторів з економічно розвинених країн і тим самим сприяв проведенню решорінгових операцій. На рис. 3.13 представлено динаміку розвитку процесів офшорінгу та решорінгу в Німеччині у 1995–2015 рр. Дані відображають ситуацію в цілому по промисловості та в метало- і електроіндустрії. За підрахунками С. Кінкеля (S. Kinkel), число підприємств, задіяних в офшорінгових операціях, скорочується, натомість зростає число підприємств, що перейшли до решорінгу, і це стосується як усієї німецької індустрії, так і її провідних галузей.

Економічні наслідки розвитку АВ мають нетривалу історію. Однак незважаючи на це, вже тепер можна говорити про достатньо реальні прояви використання міжнародним капіталом

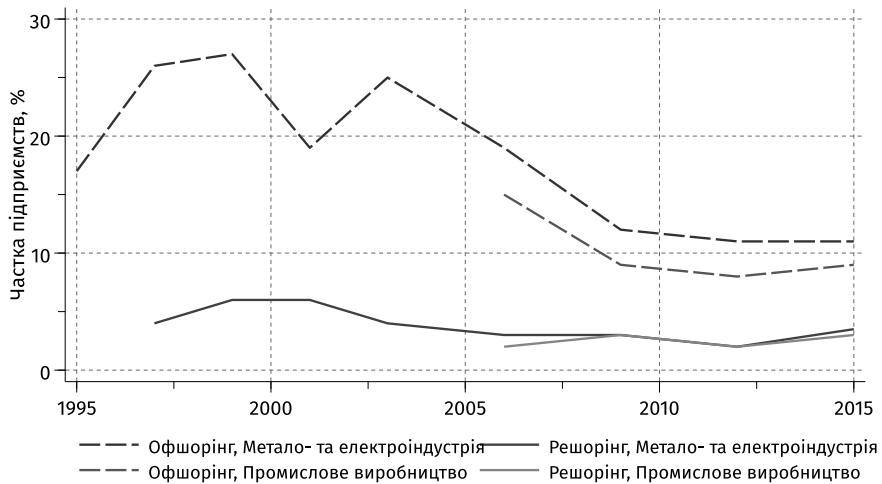


Рис. 3.13. Динаміка розвитку процесів офшорінгу та решорінгу в Німеччині (1995–2015 рр.)

Джерело: [41, 14]

методів виробництва 3D-друку. Вони досить чітко проявляються по всіх ланках глобальних виробничо-збутових ланцюгів:

(а) зайнятість та заробітна плата – скорочення зайнятості і падіння заробітної плати за кордоном і майже ніякого зростання зайнятості всередині країни, натомість зростання ролі людського капіталу та падіння ролі низькокваліфікованої праці;

(б) конкурентна ситуація – зниження конкуренції у трудомістких галузях за кордоном, яке супроводжується загостренням конкуренції всередині країни;

(в) зовнішньоекономічна складова – погіршення зовнішнього і покращення внутрішнього торговельного і капітально-го балансів;

(г) рух технологій – припинення передачі міжнародними компаніями технологій за кордон на тлі більш швидкого технологічного розвитку всередині країни;

(д) освіта та навчання – погіршення освіти та навчання за кордоном;

(е) здоров'я та довкілля – прояви гіпотези про забруднення довкілля та відсутність доступу до кращих і більш чистих технологій за кордоном;

(ж) культура – зменшення впливу західної культури та ділових звичаїв на незахідний менталітет.

Репорінг здійснює вплив, в якому кожна країна має свої особливості. Ван Л., Орзес Г., Сартор М. та Нассимбені Г. (Wan L., Orzes G., Sartor M., Nassimbeni G.) спираючись на роботи DiMaggio та Powell (1983), Estrin et al. (2016), Hoskisson et al. (2000), Wrightetal (2005), Araъjoetal (1999), DasandTeng (2000), Mathews (2003), Barkema et al. (1996), Boateng et al. (2017), Tihanyi et al. (2005), Hussein and Kachwamba (2009), Sarala and Vaara (2010), Shenkar (2001), Zhao et al. (2004), Noorderhaven and Harzing (2003), Distelhorst et al. (2015), Araъjo et al. (1999), DasandTeng (2000), Mathews (2003), Porter (1990), Lavie (2006), Lewis et al. (2010), Rugman and Li (2007), вказують на те, що ці особливості визначаються інституційними, культурними/когнітивними та галузевими/ресурсними факторами [35]. Використавши підходи названих авторів, вони проаналізували 529 проектів репорінга, які охоплювали п'ять країн, зокрема США, Німеччину, Велику Британію, Францію та Італію. Ці 529 проектів репорінга належали 437 компаніям, оскільки 60 компаній реалізовували від двох до п'яти проектів. При проведенні аналізу способи виходу на офшорінг та репорінг розглядалися по двох параметрах: інкорсинг (акціонерний капітал) та аутсорсинг (неакціонерний капітал), а бази даних включали всі чотири можливі прояви репорінга, які свого часу були визначені Дж. Греем (G. V. Gray) та ін. [36]: (а) внутрішній репорінг, при якому компанії повертають виробничу діяльність з офшорних підприємств, що перебувають у їх повній власності, на підприємства, що знаходяться в повній власності в країні походження; (б) репорінг для аутсорсинга, коли компанії переміщують виробництво; (в) репорінг для інкорсинга, коли компанії повер-

тають виробництво, передане офшорним постачальникам, на підприємства, що повністю їм належать в країні; (г) репорінг для аутсорсинга, коли компанії переводять виробництво, що здійснювалося офшорними постачальниками, знову до своїх постачальників.

Проведене Ваном Лі, Орзесом Гвідо, Сарторою Марком та Нассимбенією Гвідо компаративне дослідження виявило достатньо значимі країнові розбіжності. Їх можна об'єднати у декілька груп.

По-перше, розподіл репорінгових проектів між країнами. Аналіз даних показав, що проекти майже порівну розподілені між Європейським Союзом (45,2%) та США (54,8%). Якщо говорити про країни, а не про регіони, то США перебувають на першому місці (290 проектів), на другому – Італія з 92-ма проектами, далі Велика Британія – 60 проектів, Німеччина – 49 і Франція – 38 проектів репорінга.

По-друге, галузева приналежність репорінгових програм. Більшість проектів відносяться до чотирьох галузей промисловості: машинобудування (16,6%), виробництво одягу (16,4%), електроніка (15,5%) та автомобілебудування (11,3%), при цьому в порівнянні з іншими секторами німецькі проекти більш ймовірні в механічному секторі, італійські – в секторах одягу та електроніки, у США – найменш ймовірні в секторі одягу.

По-третє, розмір компаній, що задіяні в репорінгових проектах. Тут привертає увагу факт, що цей показник відрізняє німецькі проекти від решти країн: німецькі проекти найчастіше належать великим компаніям. Американські проекти в порівнянні з усіма іншими великим компаніям належать рідше. Щодо проектів репорінга у Великій Британії, Італії та Франції, то розмір компанії для них не є значимим.

По-четверте, мотивація перенесення виробничої діяльності на нове місце. Американські компанії перепрофілюються в основному через проблеми, що пов'язані з часом виконан-

ня замовлень, якістю і заробітною платою, британські – через гнучкість виробництва, доступ до ринку, та зростання витрат в країнах з раніше низькими витратами, проте цей висновок не підтверджується діяльністю британських і французьких компаній. Окрім того, у США (в порівнянні з іншими країнами) проекти решорінга найчастіше мотивуються державними стимулами. На відміну від цього, італійські проекти частіше мотивуються ефектом «made-in» і рідше – затримкою поставок, що поряд із загальними затратами є фактично типовим також для британських проектів решорінга. Німецькі ж проекти частіше, ніж усі інші, мотивуються вимогами якості та затримкою поставок. Мотивації французьких проектів решорінга не були визнані значимими при порівнянні з іншими. Аналіз даних також показав, що 21,2% проектів решорінга мотивовані логістичними затратами, 18,3% – ефектом «made-in», 18,0% – проблемами якості, 16,3% – клієнтами.

По-п'яте, тривалість перебування за кордоном: порівняно з компаніями США компанії ЄС демонструють більш коротку тривалість перебування за кордоном, що може бути пояснено різними організаційними архетипами, прийнятими компаніями США та ЄС для управління своїми дочірніми компаніями.

І ще одне, на що варто звернути увагу. Аналізоване дослідження показало, що процес решорінга усвідомлюється урядами країн і полегшується національною політикою. На погляд, наприклад, Stentoft et al. (2016) та Tate (2014), на роботи яких посилаються автори, стимулююча роль уряду США, як країни походження, являє собою найбільш наочний приклад. Країною запущено дві програми AMPSC (2012) – Національна програма передового виробництва – та «TCJA» – «Закон про скорочення податків і робочі місця». Обидві програми містять значні стимули для повернення виробництва у США. Розрахунки, зроблені на той час і наведені в роботі, засвідчили, що до 2020 р. решорінг може допомогти створити у США від 2,5 млн. до 5 млн. робочих

місць [37]. Однак практика не підтвердила ці цифри і показала, що репорінг в першу чергу викликає додаткові інвестиції в країні походження та в сусідніх країнах. Ці інвестиції стосуються розвитку адитивного виробництва і таке перепрофілювання виробництва створює обмежене число додаткових робочих місць, які вимагають високої кваліфікації та професіоналізму.

Інші приклади стосуються європейських країн – Німеччини та Великої Британії. В Німеччині уряд розробив програму «Індустрія 4.0» і запропонував фінансові стимули для зміцнення виробничих секторів, що опосередковано сприяє репорінту. Що ж стосується Великої Британії, то урядова агенція UK Trade & Investment та Консультаційна служба з питань виробництва (MAS) запустили проект під назвою “Reshore UK”, мета якого – допомога компаніям повернути виробництво на батьківщину.

Таким чином, результати дослідження проведеного Ваном Лі, Орзесом Гвідо, Сартором Марко та Нассимбенія Гвідо на прикладі п'яти провідних економічно розвинених країн показали, що репорінгові проекти реалізуються в них відповідно до національних особливостей і при наявності певних спільних рис вони достатньо значимо відрізняються.

У цьому ж контексті виконане і дослідження норвезьких учених Хенрика Бринте Лунда та Маркуса Стіна (Hernk Brynthe Lund та Markus Steen). Воно присвячене аналізу альтернативи «виробляти вдома чи за кордоном» [28]. В основу свого аналізу Лунд Х.Б. та Стінб М. поклали офшорінгово-репорінгову діяльність норвезьких фірм, зокрема Auto, виробника алюмінієвих компонентів для автомобілів, та Marine, лідера норвезького морського нафтогазового ринку. Незначне число досліджуваних компаній автори пояснили тим, що репорінг є новою тенденцією і кількість можливих випадків в норвезькому контексті обмежене [28, с. 16], відтак і їхній основний висновок щодо репорінга є де facto загальним; по-перше, існує багато рушійних сил для репорінга виробництва

у Норвегію, по-друге, решорінг виробництва в Норвегію можливий завдяки поєднанню різних факторів, як запровадження нових виробничих технологій, наявність ключового людського фактору, наявність інших специфічних для регіону компетенцій, а не окремих факторів [28, с. 17]. Разом з тим, незважаючи на недостатність емпіричної бази, Лунд Х.Б. та Стінб М. дали чітке визначення значення решорінга у розвитку ГВЗЛ. Вони, з одного боку, відмітили вплив процесів решорінга на конфігурацію глобальних виробничих мереж, а з іншого – вказали на те, що відбувається поєднання внутрішньофірмових процесів (особливо запровадження передових виробничих технологій) з позафірмовими, що дозволило досліджуваним виробникам відновити порівняльні переваги у глобальних виробничих галузях у своїх рідних місцях [28, с. 17].

Варте увати ще одне галузеве дослідження решорінгової діяльності європейських компаній. Його особливість у тому, що воно виконане на прикладі нетипових для решорінга видів діяльності – трудомістких процесів у взуттєвій промисловості. Меріно Ф., Ді Стефано К. та Фратоккі Л. (Merino F., Di Stefano C., Fratocchi L.) проаналізували дані 41 стратегій бекшорінга та близького шорінга, використавши матеріали іспанських та італійських компаній [38], і прийшли до висновку, що компанії реалізують одну або декілька так званих стратегій «переміщення другого ступеня», під якою розуміється решорінг. Цитуючи Fratocchi et al. [39], вони наводять три найбільш вживані компаніями альтернативи переміщення виробничої діяльності:

1. перенесення виробничої діяльності в країну походження (back-reshoring або back-shoring),
2. перенесення виробничої діяльності в країну, розташовану в домашньому регіоні фірми (альтернатива «близький до фрешорінгу» або «близький до шорінгу»),
3. переїзд у регіон, віддалений від рідного («далній офішорінг»).

Як пояснюють автори, їх дослідження було зосереджене на взуттєвій промисловості через те, що в останні десятиліття дня неї були типові стратегії офшорінга, наприклад, у 2010 роках більш ніж 90% американських компаній по виробництву одягу та взуття перенесли свою виробничу діяльність за кордон. Проте фактично в той же час 10 з 15 великих іспанських компаній, розташованих в промисловому районі Аліканте, прийняли рішення про бекшорінг, незалежно від своїх продуктових ліній та ринкових цілей. Аналогічні факти були відмічені в Італії та Португалії. Ця особливість була пов'язана насамперед з тим, що європейські фірми належали переважно до малих і середніх підприємств і мали значно менші можливості інвестування за кордоном як через фінансові причини, так і через складність управління закордонними підрозділами. По-друге, європейська взуттєва промисловість не належить до високотехнологічних галузей, в ній відсутні специфічні технології, і відтік ноу-хау до конкурентів є маломовірним. По-третє, європейська взуттєва галузь характеризується незначним ризиком того, що інші виробники можуть копіювати або імітувати моделі і обслуговувати ринок.

Остаточний висновок, зроблений Меріно Ф., Ді Стефано К. та Фратоккі Л., стосується форми повернення європейських взуттєвих фірм: виходячи з того, що поведінка фірм свідчить про непостійність зміни місця виконання виробничих задач, фірми доволі часто переглядають свою геополітичну стратегію і серед релокацій решорінга обирають рішення або про повернення у свою країну (*back-shoring*), або в сусідні країни (*near-shoring*).

Таким чином, наведені тут результати аналізу емпіричних даних по економічно розвинених країнах та теоретичні викладки щодо розвитку решорінгової діяльності виводять на певні резюмуючи висновки:

по-перше, решорінг являє собою обернену дію фірм по відношенню до попереднього процесу офшорінга, і він може

протікати у формі перенесення діяльності в країну походження (і це є бекшорінг) або в сусідню країну (тоді це ближній шорінг);

по-друге, проведення фірмами решорінгових операцій зовсім не означає, що відбувається повне повернення або закриття всіх видів діяльності, раніше виведених за межі країни походження, частина виробництва може залишатися у країні постачальника задля задоволення потреб місцевого та/або регіонального ринку;

по-третє, зміни у структурі витрат, факторах попиту, а також у технологіях формують підстави для того, що виробництво ставатиме менш глобальним і більш регіональним. Як вважає OECD, ланцюжки поставок нині стають настільки складними і розгалуженими, що збій в одній частині ланцюга може швидко призвести до пагубних наслідків по всьому ланцюгу. Відтак на порядок денний висувається питання реформування існуючих глобальних виробничо-збутових ланцюгів. Для трудомістких товарів низькі витрати і довгі ГВЗЛ ще певний час будуть створювати конкурентні переваги, але для товарів, в яких реалізується сучасна індустрія (насамперед Індустрія 4.0), виробництво все більше буде концентруватися на регіональному рівні. Подальший розвиток аддитивного виробництва сприятиме посиленню дилеми «регіоналізація versus глобалізація» при формуванні ГВЗЛ;

по-четверте, оскільки подальший розвиток міжнародного виробництва будуть визначати три ключові технологічні напрями НТП (автоматизація з використанням робототехніки, розширення цифровізації ланцюгів поставок і аддитивного виробництва), які суттєво впливатимуть на тривалість, географічну структуру і управління ГВЗЛ, то кожна технологія (залежно від її використання в конкретній галузі) буде по-своєму згладжувати, розтягувати або згинати «криву посмішки» глобального виробництва [40, с. 143, 144, 146].

по-п'яте, скорочення ГВЗЛ може призвести до змін у напрямках і масштабах світової торгівлі, що вимагатиме від бізнес-структур перегляду своєї експортної поведінки;

по-шосте, техніко-технологічні зміни у ГВЗЛ складуть підстави для розробки нових технологій ведення експортного бізнесу і стануть потребувати спеціальної державної підтримки, що може призвести і до перегляду міжнародної торговельної політики і дій її провідних суб'єктів. Відтак, кожна країна світу повинна мати власний сценарій подальшої участі у глобальному виробництві і глобальній торгівлі, який дозволить їй реалізувати свій експортний потенціал і отримати додатковий виграш від інтеграції у глобальне та регіональне економічне середовище;

по-сьоме, репорінгові та офшорінгові операції набувають значення вагомого інструмента управління розвитком і модифікацією глоб

Використані джерела

1. World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains – URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32437>
2. Gereffi G., Korzeniewicz M., eds. Commodity Chains and Global Capitalism. Westport, Greenwood Press. 1994. P. 95-122.
3. Див.: Смородинская Н.В., Малыгин В.Е., Катуков Д.Д. Сетевое устройство глобальных стоимостных цепочек и специфика участия национальных экономик // Общественные науки и современность. – 2017. № 3. С. 56 – 66. URL: www.inecom.org/docs/2018/Smorodinskaya_Malygin_Katukov_ONS_2017_3.pdf
4. Guide to Measuring Global Production. United Nations Economic Commission for Europe, 2016. – URL: https://unece.org/DAM/stats/publications/2015/Guide_to_Measuring_Global_Production__2015_.pdf
5. Joint report of the Committee of Experts on Business and Trade Statistics and the Inter-Agency Task Force on International Trade Statistics. Economic and Social Council UN. Statistical Commission. 2019 г. – URL:

<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N19/423/75/PDF/N1942375.pdf>

6. European Commission. 2017. Global value chains". – URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/economic-globalisation/globalisation-in-business-statistics/global-value-chains>

7. Зуев В.Н., Островская Е.Я., Дунаева М.С. Развитие национальных экономик в рамках ГЦСС: причины и формы встраивания стран в глобальные цепочки создания стоимости – Вестник Университета. – 2014. №4. С. 107-116. – URL: //<https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-natsionalnyh-ekonomik-v-ramkah-gtss-prichiny-i-formy-vst>

8. OECD. Interconnected Economics: Benefiting from Global Value Chains. Synthesis Report. – OECD. – 2013. – 54 p.

9. Смирнов Е.Н., Лукьянов С.А. Оценка трансформирующего воздействия глобальных цепочек создания стоимости на международную торговлю // Управленец. – 2019. – Т. 10. – № 3. С. 36–45. // DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-4

10. Кондратьев В.Б. Глобальные цепочки стоимости в отраслях экономики: общее и особенное // Мировая экономика и международные отношения. – 2019. – Т. 63. № 1. С. 49–58. // DOI: 10.20542/0131-2227-2019-63-1-49-58

11. Pegoraro D., De Propris L., Chidlow A. De-globalisation, value chains and reshoring, in: De Propris L., Bailey D. (Eds.) Industry 4.0 and Regional Transformations. 2020. P. 152-175.

12. Dicken P. Global Shift: Transforming the World Economy. – 7th edn. – 2015. Guilford Press.

13. Feenstra R.C. Integration of trade and disintegration of production in the global economy//Journal of Economic Perspectives. – 1998. № 12 (4). P. 31– 50.

14. Gereffi G. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain//Journal of International Economics. – 1999. № 48 (1). P. 37– 70.

15. Krugman P., Venables A.J. Globalization and the inequality of nations// Quarterly Journal of Economics. – 1995. № 110(4). P. 857– 880.

16. Варнавский В. ЕС и Россия в глобальных цепочках создания стоимости // Современная Европа. – 2019. – № 1. – С. 92–103. DOI: 10.15211/soveurope1201992103.

17. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
18. Індустрія делегування: Огляд глобального аутсорсу / Бізнес. 4.19.2019. – URL: www.business.ua/uk/industria-delehuvanniaohliad-hlobalnoho-autsorsu
19. De Backer K. et al. Reshoring: Myth or Reality? – OECD Science, Technology and Industry Policy Papers. 2016-01-26. No. 27. OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/5jm56frbm38s-en>
20. Крайнов Д.Е., Матвеенко В.Д. «Оффшоринг» – новый этап глобального разделения труда. – Международная экономика: седьмой выпуск альманаха «Экономическая школа». – С. 57-65.- URL: [//https://seinst.ru/files/SE7P57_65.pdf](http://seinst.ru/files/SE7P57_65.pdf)
21. Ohmae K. The Borderless World: Power and Strategy in the Inter-linked Economy. 1990. London, Collins. Ferner A. Country of origin effects and human resource management in multinational companies. – Human Resource Management Journal. 1997. J. 7 (1). P. 19-37 – URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1748-8583.1997.tb00271.x>
22. Grossman G.M., Rossi-Hansberg E. Trading tasks: A simple theory of offshoring // NBER Working Paper 12721. 2006.
23. Hagel J. Оффшоринг переходит в наступление // Опубліковано в «The McKinsey Quarterly». – 2004. № 2. Передруковано «Вестник McKinsey». – 2004. № 3 (8). С. 64-75.
24. Antras P., Garicano L., Rossi-Hansberg E. Offshoring in a knowledge economy // Quarterly Journal of Economics. – 2006. V.121 (1). P. 31-77.
25. Журавльов О.В., Симачов О.А . Статистичне дослідження ринку IT-послуг в Україні // Статистика України. – 2018. № 4. С . 25–33 // Doi: 10.31767/su.4(83)2018.04.03
26. Алтинпара А.О., Корогодова О.О. Аутсорсинг як інструмент розвитку компаній IT-сектору України в умовах індустрії 4.0 // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» – 2019. № 16. С. 140-152. DOI: 10.20535/2307-5651.16.1019.181839
27. The 2018 Global Outsourcing 100 // Електронний ресурс // Електронне джерело//2017. URL: <https://dou.ua/lenta/news/outsourcing-top-100-2018>

28. Lund H.B., Steen M. Make at home or abroad? Manufacturing reshoring through a GPN lens: A Norwegian case study. – *Geoforum*. – 2020. -113. P. 154-164.
29. Dunning J.H. Multinationals, Technology and Competitiveness. Union Human. 1988; Dunning J. *Multinational Enterprise and Global Economy*. Wokingham, England and Reading, Mass.: Addison Wesley. 1993.
30. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. - *Journal of Management*. - 1991. - 17 (1). P. 99–120
31. Porter, M.E. and J.W Rivkin (2012). Choosing the United States. – *Harvard Business Review*. 2012. – March
32. The Boston Consulting Group. The Shifting Economics of Global Manufacturing. How Cost Competitiveness Is Changing Worldwide. – 2014
33. McKinsey&Company. Seizing the Emerging Global Labor Market. – *The McKinsey Quarterly*. – 2005. No. 3.
34. Helpman E., Melitz M., Yeaple S. Exports versus FDI with Heterogeneous Firms. – *American Economic Review*. – 2004. Vol. 94. P. 300–316.
35. Wan L., Orzes G., Sartor M., Nassimbeni G. Reshoring: Does home country matter? – *Journal of Purchasing and Supply Management*. – 2019. Vol. 25, Issue 4, 100551. – <https://doi.org/10.1116/j.pursur.2019.100551>
36. Gray J.V., Skowronski K., Esenduran G., Johnny Rungtusanatham M. The reshoring phenomenon: what supply chain academics ought to know and should do. *Journal of Supply Chain Management*. – 2013. 49 (2). P. 27–33 //<https://doi.org/10.1111/jscm.12012>
37. Boston Consulting Group. Behind the American export surge. 2013. - URL: http://www.themadeinamericamovement.com/wpcontent/uploads/2015/02/Behind_the_American_Export_Surge_Aug_2013_tcm80-141739.
38. Merino F., Di Stefano C., Fratocchi L. Back-shoring vs near-shoring: a comparative exploratory study in the footwear industry. – *Operations Management Research*. – 2021. 01. // <https://doi.org/10.1007/s12063-020-00173-w>
39. Fratocchi L., Ancarani A., Barbieri P., Di Mauro C., Nassimbeni G., Sartor M., Vignoli M., Zanoni A. Manufacturing back-reshoring as a nonlinear internationalization process. In: van Tulder R., Verbeke A., Drogendijk R. (Eds.) *The Future of Global Organizing. Progress in*

International Business Research. – 2015. Vol. 10. Bingley: Emerald Group. P. 365-403.

40. UNCTAD. World Investment Report 2020. International Production beyond the Pandemic. 30th anniversary edition. United Nations. Geneva, 2020. // https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf.

41. Kinkel S. Zusammenhang von Industrie 4.0 und Rückverlagerungen ausländischer Produktionsaktivitäten nach Deutschland. Forschungsinstitut für gesellschaftliche Weiterentwicklung (e.V.). – 2019.

Розділ 4

Цифрова стратегія ІТ-послуг в технологіях використання експортного потенціалу країни

4.1. Світова сфера інформаційно-комунікаційних технологій

ІКТ-індустрія є ключовою сферою світової цифрової економіки, одним із важливих засобів створення повноцінної екосистеми ІТ-послуг з високою доданою вартістю. Нині вона стала фундаментом економічної та соціальної безпеки країн та їх обороноздатності, сприяючи розвитку технологій, освіти, фінансових послуг. Бостонська консалтингова група (The Boston Consulting Group) прогнозує, що обсяг світової цифрової економіки до 2035 року може досягнути \$16 трлн. Левова частка цієї вартості виробляється в найбільших економіках світу: 35% – у США, 13% – у Китаї, 8% – в Японії та близько 25% – у європейській цифровій сфері [1]. Глобальна цифрова економіка швидко зростає і постійно розвивається. Вона зростала в 2,5 раза швидше, ніж глобальний ВВП за останні 15 років, і майже вдвічі із 2000 року. В першому випуску «Доповіді про цифрову економіку», (ООН, 2019), яку було опубліковано Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), розглядаються наслідки становлення цифрової економіки для країн, що розвиваються з позицій створення доданої вартості та отримання вигоди.

У Доповіді зазначено, що найбільшим компонентом світової сфери ІКТ є ІТ-послуги, на які припадає 40% усієї створюваної в цій сфері доданої вартості [1].

У світовій індустрії сфери ІТ-послуг провідну роль відіграє ІТ-індустрія США, на яку припадає майже така сама частка доданої вартості, створюваної в цій індустрії, як і на дев'ять наступних за ними найбільших економічних держав у сукупності. Зокрема, перші три місця у сфері ІКТ припадає на США (36,8%), за ними – Китай (11,3%) і Велика Британія (5,8%). За обсягом ІТ-ринків Україна змагається з Румунією й Польщею, відчутно поступаючись Індії й КНР. Серед країн, що розвиваються найбільша частка припадає на Індію. Індустрія ІТ-послуг є єдиним підсектором, який характеризується постійним зростанням у всіх регіонах світової економіки і який виступає одним із головних джерел зайнятості у світовій сфері ІКТ. Упродовж останніх десяти років світовий експорт ІТ-послуг збільшився набагато швидше, ніж весь експорт послуг загалом, що свідчить про все більшу цифровізацію світової економіки. Наприклад, 2018 року світовий обсяг експорту послуг, що надаються з використанням цифрових технологій, досяг \$2,9 трлн, що становило на той час 50% світового експорту послуг. У найменш розвинених країнах на такі послуги доводилося – 16% сукупного експорту ІТ-послуг, а впродовж 2005-2018-х загальний обсяг їх експорту зріс більш ніж утрічі. Експерти IT Ukraine Association підрахували, що один працівник в ІТ-індустрії створює 3-4 робочі місця в суміжних галузях. За умови зростання, наприклад, в ІТ-індустрії України до 400 тис. професіоналів, 2024 року буде створено майже 2 млн робочих місць. Це має суттєве значення в розвитку нашої країни [2].

Експерти Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) виділяють чотири категорії операцій з технологіями: трансфер технологій (угоди з патентами, ліцензіями, ноу-хау); передача – на різних умовах – дизайну, торгової марки /

товарного знаку, зразка тощо; надання технологічних послуг (інженірингових, технічних, включаючи технічну допомогу, ІТ-послуг у частині забезпечення технологічних процесів, у сфері техніко-технологічних досліджень); передача результатів промислових НДДКР за кордоном для впровадження у виробництво [3].

Світові витрати на інформаційні технології (ІТ) 2021 року досягнуть \$3,922 трлн і збільшаться на 6,2% у річному вимірі. Такий прогноз дають експерти дослідницької компанії Gartner. 2020 року вони знизилися на 3,2% – до \$3,695 трлн (табл. 4.1). За прогнозними оцінками Gartner – усі сегменти світового ІКТ-ринку повернуться до зростання упродовж 2021-го. Очікується, що, наприклад, сектор корпоративного програмного забезпечення продемонструє найшвидший підйом (8,8%) через більш широке поширення практики переходу співробітників на дистанційний режим роботи. У сегменті пристройів упродовж 2021 року (8%) очікувалося друге за величиною зростання [3; 4].

За даними міжнародної компанії IDC, 2019 року світовий

Таблиця 4.1

Прогноз світових витрат на інформаційні технології, \$ млн

	2020 Spending	2020 Growth (%)	2021 Spending	2021 Growth (%)	2022 Spending	2022 Growth (%)
Data Center Systems	214,985	0.0	228,360	6.2	236,043	3.4
Enterprise Software	465,023	-2.4	505,724	8.8	557,406	10.2
Devices	653,172	-8.2	705,423	8.0	714,762	1.3
IT Services	1,011,795	-2.7	1,072,581	6.0	1,140,057	6.3
Communications Services	1,349,891	-1.7	1,410,745	4.5	1,456,637	3.3
Overall IT	3,694,867	-3.2	3,922,833	6.2	4,104,906	4.6

Source: Gartner (January 2021)

Джерело: [3]

ринок ІТ-сервісів та бізнес-послуг (тобто консалтинг, інтеграція, розробка програмного забезпечення, управління додатками, ІТ-аутсорсинг, навчання, інфраструктурні та допоміжні послуги) зрос на 5% [5]. У країнах Північної Америки цей ринок скоротився на 5,2% – до \$485,6 млрд, а в Латинській Америці, навпаки, зрос на 7,2%. Решта регіонів також показали зростання: EMEA (абревіатура, що позначає макрорегіон, що включає в себе Європу, Близький Схід і Африку) – на 4,4%, Азіатсько-Тихookeанський регіон – на 5,5%, Китай – на 7,6%. У першій половині 2020 року аналітики Mordor Intelligence передбачали, що впродовж 2020–2025 рр. середньорічний темп зростання світового ринку ІТ-послуг становитиме близько 8,9%. За даними аналітиків Statista та IDC, 2019 року світовий обсяг ринку ІТ-послуг становив \$1,05 трлн, а 2020-го він упав до \$992 млрд, до 2021–2022 років зросте до \$1,033 трлн (рис. 4.1). У цей показник

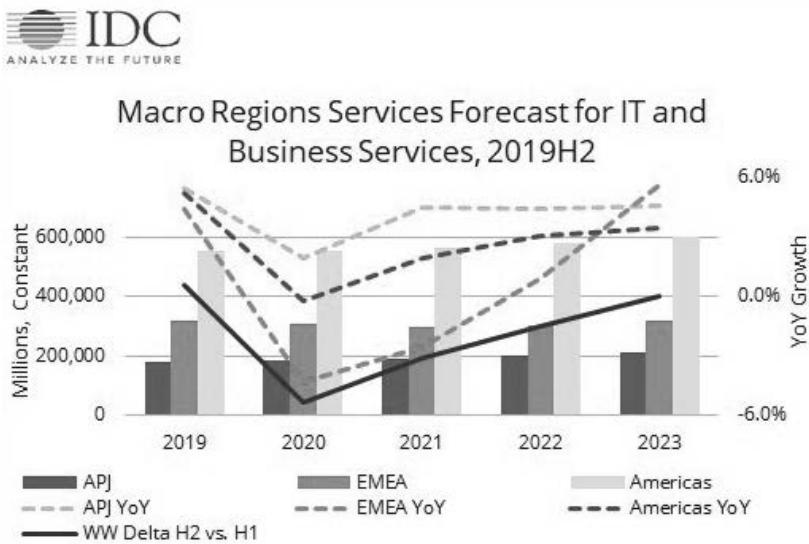


Рис. 4.1. Прогноз зростання послуг світових макрорегіонів для ІТ та ділових послуг до 2023 року

Джерело: [6]

також входять хмарні послуги, які щорічно приносять мільярди доларів доходу [2; 4; 5].

Починаючи з травня 2019-го, у світовій ІКТ-сфері відбулося протистояння традиційного ІТ-аутсорсингу і нестримного зростання хмарних моделей «все-як-послуга» (*anything-as-a-service*, XaaS). Масштабність, контроль і практично необмежена гнучкість XaaS приваблюють усе більше клієнтів, підтриваючи основи звичайного аутсорсингу. Угоди в галузі як традиційного ІТ-аутсорсингу, так і XaaS з 2016-го відчутно зросли, хоча й на різну величину – на 11% і 71% відповідно до 2019 року. Але фахівці впевнені, що обидва підходи можуть мирно співіснувати.

Лідером світового ринку ІТ-аутсорсингу 2019 року традиційно була Індія (наявність дешевих програмістів). Порівняймо: за даними найбільшого швейцарського фінансового конгломерату – Credit Suisse, вартість індійських контрактів у галузі ІТ-аутсорсингу знизилася з 50% до 10% 2019 року. Водночас весь український експорт становить \$46 млрд, а експорт тільки ІТ-індустрії Індії – \$108 млрд. ІТ-спеціалістів в Україні 210 тис. (станом на 2021), а в Індії – майже в 40 разів більше, при цьому індійський розробник ПЗ заробляє утричі менше за українського. Нині Індія конкурює з такими країнами, як Бангладеш, Пакистан, які стали, завдяки доступному інтернету в містах і великій кількості кваліфікованих фахівців, посідають відповідно друге та третє місце за кількістю фрилансерів в світі, а Україна у цьому списку – 8 місце (рис. 4.2) [7; 8].

У світовій економіці систематично з'являються якісно нові види електронної економічної діяльності, існування яких неможливо без ІКТ: різноманітні цифрові послуги, діяльність у сфері контенту, у тому числі і абсолютно нові явища: платформенна економіка (*Platform Economy*), гіг-економіка (*Gig Economy*), шерінгова економіка (*sharing economy*) або економіка спільного споживання (базується на інтенсивному і широкому застосуванні ІКТ в економічній діяльності). Світовий

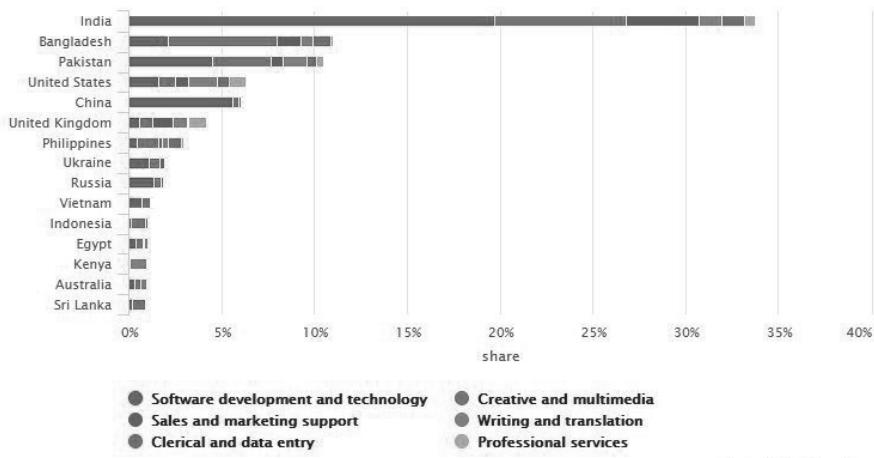


Рис. 4.2. Міжнародна фрагментація глобального ринку
IT-аутсорсингу (2019)

Джерело: [7]

Source: Online Labour Index

обсяг економіки спільного споживання до 2025 року досягне \$335 млрд проти \$15 млрд 2015-го (за оцінками міжнародної мережі компаній PwC). На підставі цієї моделі виникло безліч бізнесів та IT-послуг, наприклад, пошук машин з водієм (Uber і Lyft), короткочасна оренда автомобілів (каршерінг), спільне використання автотранспорту (карпулінг), спільне фінансування проектів (краудфандинг), короткочасна оренда квартир для ділових поїздок і подорожей (Airbnb), співоренда офісів (коворкінг), продаж непотрібних речей, наймання фрилансерів на проекти тощо. А для спрощення і прискорення транзакцій використовуються спеціалізовані інтернет-платформи (наприклад, сервіси каршерінгу, інтернет-біржі фрилансерів) або сервіси онлайн-оголошень (класифайди), які допомагають встановлювати прямі, без посередників, зв'язки між споживачами і постачальниками товарів та IT-послуг [9].

У цифровій економіці важливими, зокрема, для іноземних інвесторів та сфери подальшого розвитку IT-послуг, є системи індикаторів вимірювання та оцінки розвитку цифрової еконо-

міки – глобальні індекси (рейтинги), які складаються провідними міжнародними інституціями. Рівень розвитку цифрової економіки і рейтинг країн вимірюють на основі різних композитних індексів, інтегруючих окремі субіндекси, які відповідають за цифрову трансформацію окремих секторів економіки і життя суспільства. Найбільш відомі рейтинги, засновані на наступних індексах – Індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index – IDI); Індекс цифрової економіки і суспільства (Digital Economy and Society Index – DESI); Індекс світової цифрової конкурентоздатності (IMD World Digital Competitiveness Index – WDCI); Індекс цифровий еволюції (Digital Evolution Index – DEI); Індекс цифровізації економіки (Boston Consulting Group (e-Intensity); Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index – NRI); Індекс розвитку електронного уряду (The UN Global E-Government Development Index – EGDI); Індекс електронної участі ООН (E-Participation Index – EPART); Індекс глобального підключення (Global Connectivity Index – GCI, Huawei); Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index – GII). Результати цих рейтингів за окремими Європейського континенту зведені в табл. 4.2. Відмінності рейтингів полягають у підборі вихідних показників (характеристик рівня використання в окремих країнах досягнень цифрової економіки) і їх угрупування в субіндекси. Так, індекс цифрової еволюції (Digital Evolution Index, DEI) відображає прогрес у розвитку цифрової економіки, а також рівень інтеграції інтернету в суспільне життя.

Водночас за глобальним індексом (табл. 4.2) конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, 2020) за напрямком освоєння ІКТ Україна посідає 77 місце, що є найнижчим показником серед країн порівняння. Низький рівень освоєння та використання технологій є результатом слаборозвиненої відповідної інфраструктури, адже за Global Innovation Index (2020) за напрямом інфраструктура ІКТ Україна знаходиться на ще нижчих позиціях. Ідеться не лише про доступ до технологій

Таблиця 4.2

Рейтинги України та окремих країн Європейського континенту за індексами розвитку інформаційного суспільства та електронного урядування

Окремі країни Європи	IDI 2017	DESI 2018	WDCI 2019	DEI 2017	NRI 2019	EGDI 2016	EPART 2018	GCI 2019	GII 2018	Середнє місце
Велика Британія	5	7	10	8	8	1	5	5	4	5,4
Швеція	11	2	3	2	1	6	27	3	3	6,7
Фінляндія	22	3	5	3	7	5	10	7	7	7,0
Данія	4	1	4	4	6	9	1	4	8	7,8
Німеччина	12	14	18	17	9	15	27	14	9	15,7
Естонія	17	9	35	21	22	13	55	21	24	23,1
Литва	41	13	29	-	29	23	17	28	40	27,0
Польща	49	24	33	35	37	36	14	36	39	34,8
Чехія	43	17	33	27	36	50	76	25	27	37,6
Латвія	35	19	35	28	32	45	84	-	34	39,0
Росія	45	-	45	39	41	35	23	41	46	39,3
Угорщина	48	23	43	32	38	46	91	31	33	44,3
Болгарія	50	26	43	41	69	52	43	43	37	44,9
Румунія	58	28	46	-	47	75	60	37	49	52,8
Білорусь	32	-	-	-	-	49	33	42	86	57,0
Україна	79	-	77 (2020)	-	67	69 (2020)	75 (2020)	45 (2020)	47 (2019)	

Джерело: [10; 11; 12]

та навичок щодо їх використання, а й про цифровізацію державних та муніципальних сервісів ІТ-послуг і можливості для участі в активному суспільному житті країни. Також слід вказати, що найгіршою є ситуація з підключенням до широкосмузового інтернету, за розвитком цього напрямку Україна посідає 109 місце, що зменшує загальний рівень освоєння сфери ІКТ та експорт ІТ-послуг [13, с. 40-41].

Американська дослідницька компанія Clutch опублікувала актуальний рейтинг ТОП-1000 кращих сервісних b2b-компаній у галузі ІТ (2020). Цей рейтинг публікується щороку. 2020 року до нього потрапили менш 1% всіх компаній, представлених у каталозі Clutch, 68 з них – українські. Позиція компаній в рейтингу залежить від: кількості сервісів, наданих компанією; типу клієнтів, яких вона обслуговує; репутації бренду на світовому ринку; підтвердженіх відгуків про компанії на Clutch. У такий рейтинг може потрапити будь-яка зареєстрована на сайті компанія після ретельної перевірки клієнтських відгуків та інших тематичних критеріїв [14]. Це свідчить про наявність величезного потенціалу зростання для національної ІТ-галузі.

2020 року Україна посіла 69-е місце в рейтингу країн із найрозвиненішим електронним урядуванням, що на 13 позицій вище, ніж 2018-го. Рейтинг був створений на основі дослідження ООН «E-Government Survey 2020». Дослідження узагальнює показники держав щодо розвитку електронного урядування за період з 2018 до 2020 року. Дослідження «E-Government Survey 2020» показує стійку глобальну тенденцію до підвищення рівня розвитку електронного урядування та подальшого розвитку державної сфери ІТ-послуг. Дослідження поділяє держави на 4 групи: із низьким, середнім, високим та дуже високим рівнями розвитку електронного уряду. Україна належить до групи країн із високим рівнем розвитку. Ще одним показником, який ілюструє рівень цифровізації економічної діяльності є Індекс цифрової економіки та суспільства (DESI), який розраховується Європейською комісією для країн ЄС (рис. 4.3). Цей індекс не містить інформації щодо цифровізації економіки України, але є важливим для вивчення в контексті розуміння основ побудови політики європейських держав в даному напрямі.

Експерти Європейської комісії встановили, що цифровізація економіки та суспільства країн ЄС (на 2019) становить 52,45%

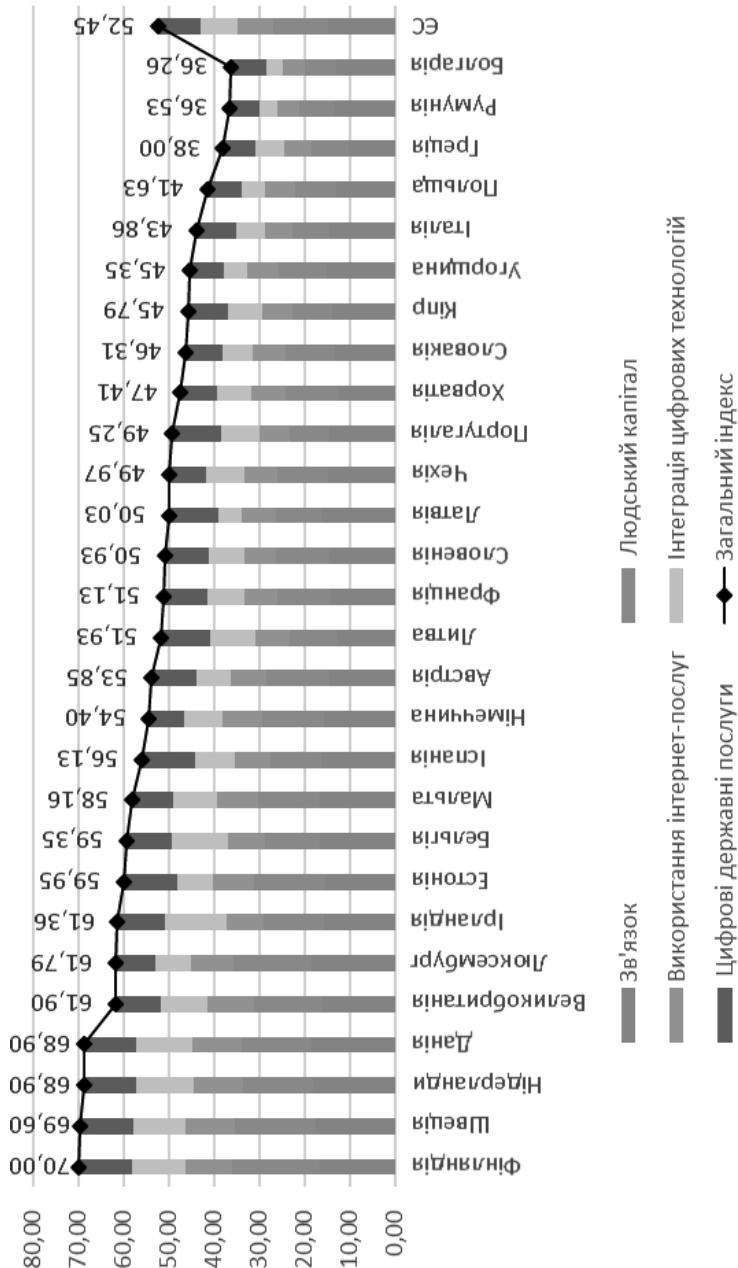


Рис. 4.3. Індекс цифрової економіки та суспільства країн ЄС 2019 р., %

Джерело: [15]

(сумарно за всіма п'ятьма вимірниками). Найбільш цифровізованими країнами виявилися Фінляндія (70,0%), Швеція (69,6%), Нідерланди (68,9%), Данія (68,9%) та Велика Британія (61,9%), а аутсайдерами – Болгарія (36,3%), Румунія (36,5%), Греція (38%), Польща (41,6%) та Італія (43,9%). При цьому слід зазначити, що підвищення рівня цифровізації економіки та суспільства перебуває в тісному зв'язку із показником людського капіталу конкретної держави [15].

Нині слабкими сторонами в міжнародних рейтингах України є: захист прав на інтелектуальну власність (61-а позиція), банківські та фінансові послуги (61), високі інвестиційні ризики (62), кількість абонентів мобільного широкосмугового зв'язку (62), кібербезпека (61), програмне піратство (60), фінансування технологічного розвитку (60-та позиція). Сильними сторонами є: інвестиції в телекомунікації, запуск бізнесу, швидкість інтернет-підключень, е-демократія, використання великих даних і якість навчання [1; 2].

4.2. Експортні можливості ринку ІТ-послуг України

Як один із перспективних ринків високих технологій та інновацій в Центральній і Східній Європі, Україна в найближчі 5 років отримує потужний стимул для активного комплексного розвитку національного ІТ-ринку та поступового становлення як одного з лідерів світового ІКТ-ринку експорту ІТ-послуг. Україна в глобальному індексі підключення 20219 року посіла 45 місце у світі за GCI та була віднесена до країни – раннього адоптера цифрової економіки. Україна зарекомендувала себе як достойний гравець світового ІКТ-ринку, а саме у сфері креативних індустрій (розробка мобільних додатків та комп’ютерних ігор). Наразі в Україні існує тренд створення креативних хабів, які об’єднують креативні та ділові спільноти. Це, насамперед, цифрові платформи та віртуальні мережі, коворкінги, бізнес-інкубатори або акселератори, fablab та міські лабораторії. Багато

з новостворених хабів фокусують свою діяльність навколо сфери ІКТ-креативні індустрії, а також є частиною цих екосистем. 2019 року Україна посіла 20 місце у світі за рейтингом аутсорсингової привабливості відповідно до методології А.Т. Kearney [16, с. 40-41; 17].

Національний ринок ІТ у країні розвивається дуже швидко. Ще 2000 року Світовий банк уперше звернув увагу на ІТ-сферу країни та включив її до статистики експорту відповідних послуг. Консалтингова компанія Gartner, що спеціалізується на світовому ринку ІКТ, назвала Україну однією з топ-30 країн для ІТ-аутсорсингу та однією з топ-30 країн, програмні продукти якої користуються великим попитом у всьому світі. Українські ІТ-компанії входять у Global Outsourcing 100 list. На початку 2021-го міжнародна профільна асоціація IAOP випустила щорічний рейтинг кращих аутсорсерів світу The 2021 Global Outsourcing 100. До нього увійшли відразу 11 українських ІТ-компаній, а також міжнародних аутсорсерів з великими офісами розробки в Україні. Ця Асоціація щорічно обирає кращі компанії за чотирма критеріями: відгуки клієнтів, отримані компанією сертифікації та нагороди, інноваційність рішень, проекти корпоративної соціальної відповідальності. Окрім того, Україна займає четверте місце в світі за кількістю сертифікованих ІТ-фахівців (після США, Індії й РФ). У країні нині працює майже 185 тис. програмістів та 4 тис. ІТ-компаній [8; 18].

ІТ-галузь є для країни тією сферою, яка здатна суттєво підвищити її конкурентні переваги на світовому ринку, оскільки, як свідчать статистичні дані, попит на продукцію та послуги даної галузі на світовому ринку поступово зростають і особливе місце в її структурі посідають ІТ-послуги. Тому ця сфера потребує особливої підтримки держави як одна з найбільш пріоритетних, що здатна перетворити національні конкурентні переваги у міжнародні в процесі реалізації експортного потенціалу сектору ІТ-послуг країни (рис. 4-8) [19].

У вересні 2020 року за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» та Асоціації IT Ukraine учасниками українського експортного ІТ-альянсу (Альянс) стали 15 українських технологічних компаній, які займаються ІТ-аутсорсингом або розробляють власні ІТ-продукти. ІТ-альянс – це національна бізнес-платформа, яка пропонує своїм учасникам масу переваг: доступ до глибинного дослідження відразу трьох ринків країн з урахуванням специфіки компаній Альянсу; аналіз торговельних можливостей в цих трьох країнах та рекомендації по виходу на локальний ринок; участь у двох торговельних місяцях, що забезпечить учасників контактами та великою кількістю бізнес-знайомств; підтримку при підписанні контрактів; нові можливості у вигляді потенційних інвестицій у бізнес та просування ІТ-компаній – учасниць Альянсу на міжнародних ринках [20].

На думку З.В. Пічкурової, розширення експортного потенціалу України за рахунок високотехнологічних товарів та ІТ-послуг у перспективі здатне розв'язати проблему «недоторгованих ринків», тобто потенціал яких не повністю використаний вітчизняними високотехнологічними підприємствами. Відповідно до методології Міжнародного торговельного центру, для України було визначено 75 таких ринків, серед яких, наприклад, ринки США (\$1,9 млрд), Німеччини (\$1,1 млрд), Великої Британії (\$1 млрд), Франції (\$760 млн), Японії (\$460 млн), Китаю (\$190 млн), Швеції (\$120 млн), Швейцарії (\$76,1 млн), Канади (\$46,6 млн), Ірландії (\$28,4 млн) [21]. Нині згідно з новим проектом IT-Export Boost (розпочав роботу 5 березня 2021) головними експортними ринками для українських ІТ-компаній визначено ринки 19 країн, серед яких: США, Канада, Велика Британія, Ізраїль, ОАЕ, Швейцарія, Німеччина, Нідерланди, Швеція, Данія, Фінляндія, Норвегія, Португалія, Іспанія, Франція, Австрія, Сінгапур, Південна Корея та Індія. У найближчій перспективі очікується відкриття 33 нових ринків збуту продукції та по-

слуг. Нині в пріоритеті – відкриття ринків країн Азії, зокрема КНР, країн ASEAN (В'єтнам, Малайзія, Філіппіни, Індонезія), країн GCC (Катар, Кувейт, ОАЕ), країн Південної Азії (Індія, Шрі-Ланка, Пакистан, Афганістан) і країн Східної Азії (Республіка Корея і Японія). Аналіз показує, наскільки значна частина українського експорту ІТ-сфери залежить від економічної динаміки в названих країнах. Тому якщо відновлення економічної активності у світі загалом та в цих країнах, зокрема, відбудеться порівняно швидко (після завершення пандемії), то національний експортний ринок цієї сфери від цього тільки виграє. Основне завдання цього проекту (IT-Export Boost) – сприяти проактивному просуванню ІТ-експорту в країнах пріоритетного напряму завдяки можливостям мережі дипломатичних представництв МЗС України за кордоном. Дипломатичні представництва України в цих країнах допоможуть українським ІТ-компаніям налагодити контакти з потенційними замовниками як з державного, так і приватного сектору. Цей проект має надати додатковий імпульс не лише експорту, але й залученню до України науково-дослідних центрів міжнародних компаній [22; 23; 24].

Нині в Україні розміщено понад 100 науково-дослідних дочірніх компаній ТНК (R&D-офіси), від Cisco до Oracle, Rakuten і Samsung, які працюють в різних галузях, в тому числі у сferах – телекомунікацій, розробки програмного забезпечення (ПЗ; англ. software), створення комп’ютерних ігор, е-комерції тощо. Для порівняння: у Польщі працює понад 1 тис. міжнародних R&D-центрів. Значна частина цих R&D-офісів увійшла на український ринок опосередковано, в результаті злиття або поглинання, шляхом ведення спільної науково-дослідницької діяльності з аутсорсинговим компонентом або через компанії, що надають послуги персоналу (виведення персоналу за штат). R&D-офіс – це офішорний центр досліджень і розробки, в якому замовник і виконавець є однією компанією. По суті, R&D-офіс

– це підрозділ великої продуктової ІТ-компанії у розвинутій країні. У ньому водночас збережено всі внутрішні функції й політика компанії. Для розробників основна перевага полягає в тому, що вони мають доступ до процесу створення ІТ-продукту «від А до Я». Для забезпечення ефективної участі країни у світовому дослідницькому та інноваційному середовищі на паритетних умовах, зокрема у ході експорту ІТ-послуг, важливим є розвиток власної наукової цифрової інфраструктури згідно пріоритетних напрямів, де може відбуватись високотехнологічне зростання, а також у галузях, де є певні конкурентні переваги. Так, місто Київ залишається найпопулярнішим в країні для відкриття науково-дослідних центрів (нині таких центрів в столиці понад 50% від загальноукраїнського показника). Іншими ключовими містами для подальшого розвитку науково-дослідницької діяльності національної ІТ-сфери є також Дніпропетровськ, Львів, Одеса, Харків та Вінниця.

Нині українські ІТ-компанії працюють переважно на американський ринок, який займає близько 80% експорту ІТ-послуг. США залишаються найбільшим партнером України у спільній науково-дослідній діяльності та займає близько 45% від всіх компаній. За США йдуть країни ЄС та Ізраїль. Так, згідно зі звітом ізраїльського управління з інновацій, близько чверті хайтек-компаній в Ізраїлі користуються послугами аутсорсингу за межами країни, з яких – до 45% обирають Україну. За різними оцінками близько 15 тис. українських фахівців зі сфери ІТ-технологій працюють з ізраїльськими компаніями. Тільки така взаємодія між Україною та Ізраїлем генерує додаткові кілька сотень мільйонів доларів торговельного обігу [25; 26]. Тому ІТ-індустрія та її сектор ІТ-послуг у країні залишатиметься основним чинником позитивних змін у найближчій перспективі, що дозволить нарощувати обсяги надання таких послуг як для внутрішніх потреб, так і для високотехнологічного експорту.

Варто зазначити, що стрімкий розвиток ІТ-сфери країни та її сегмента – сектора ІТ-послуг випереджає їх теоретичне осмислення. Так у 2-х томах збірника тез міжнародної спеціалізованої науково-практичної конференції, яка була вперше проведена серед учених-міжнародників у листопаді 2019 року Київським національним університетом імені Тараса Шевченка, актуальнна проблематика щодо розвитку експортних можливостей світового та національного ринків ІТ-послуг окремо, навіть теоретично не розглядалася [27; 28].

Наразі накопичено значні теоретичні й практичні дані з різних аспектів функціонування сфери ІКТ, зокрема сектору ІТ-послуг. Вагомий внесок у розвиток теоретичних питань його функціонування сектору зроблено у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників, серед яких: Р. Бухт та Р. Хікс [29], Р. Винничук та Т. Склярук [30], А. Вікулова та В. Савчук [31], Г. Головенчик [10], Н. Демчишак, Г. Дубик та В. Гриб [32], Н. Краснікова, О. Дзяд та К. Гречин [33], В. Красавіна [34], Ю. Маліч, Ю. Масіенко та О. Кононова [35]; О. Мальцева [36]; Н. Мешко та М. Костюченко [37], А. Новікова та Н. Скоробогатова [38], З. Пічкурова [21], О. Пишуліна [39], І. Севрук та А. Рупчева [40], Ю. Футало [41].

У цьому науковому доробку концептуально осмислено окремі питання специфіки сектору ІТ-послуг, формування масштабного світового ринку їх, функціонування ІТ-компаній на ринку таких послуг та питання корелятивності цього ринку з економічним зростанням й інноваційною активністю в світовій економіці. Однак аналіз публікацій свідчить, що на даний час невирішеними залишаються ряд питань, які стосуються особливостей функціонування та прогнозування подальшого розвитку ринку ІТ-послуг, а також про тенденції розвитку відповідного світового ринку. Також існує явна недостатність обліку національного чинника в існуючих дослідженнях світового ІТ-ринку, а також вивчення основних проблем, що стри-

мують розвиток ІТ-сфери та експортних можливостей сектору ІТ-послуг та їх впливу на розвиток національної та глобальної економіки в умовах подальшої реалізації угоди про асоціацію із ЄС.

Український ринок сфери ІКТ включає в себе практичну діяльність із: видання програмного забезпечення і комп’ютерних ігор; комп’ютерного програмування; ІТ-послуг у галузі консультування з питань інформатизації, керування комп’ютерним устаткуванням, оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах, діяльність у сферах дротового, бездротового та супутникового електrozв’язку та торгівлі. Зокрема, е-торгівля ІТ-послугами може бути складовою світової торгівлі, на яку найбільше впливає коронавірус через встановлення транспортних та туристичних обмежень, закриття багатьох закладів роздрібної торгівлі та готелів. Однак деякі послуги можуть виграти від кризи. Це стосується ринку ІТ-послуг, попит на які зростає, оскільки ІТ-компанії намагаються дати можливість персоналу працювати дистанційно, що потребує зміни формату спілкування. Крім того, при аналізі стану ринку ІТ-послуг, на нашу думку, необхідно брати до уваги ряд факторів, які ускладнюють його об’ективне оцінювання: відмінності в термінології і відсутність одної класифікації такого ринку, а також його висока непрозорість; відсутність відкритих, вихідних даних; складність виділення окремих типів ІТ-послуг в комплексних проектах; відмінності щодо застосовуваних методик і інформаційних джерел у аналітичних агентствах; відмінності в способах збору інформації та складі респондентів ринку ІТ-послуг [13, с.103-106].

Попри пандемію, ІТ-сфера демонструє позитивні результати для економіки України. Невзажаючи на кризовий 2020-й, обсяг українського ІТ-експорту вперше перевищив \$5 млрд та продемонстрував зростання у 20,44% порівняно з 2019 роком (рис. 4.4) [26; 42].

У 2020 році ІТ-експорт перевищив за обсягом транспорт (5,03 та 4,99 млрд дол. США відповідно). Надходження від ІТ-послуг є вдвічі більшими, ніж від «газової труби» (трубопровідного транспорту) – 5,03 та 2,43 млрд дол. США відповідно.

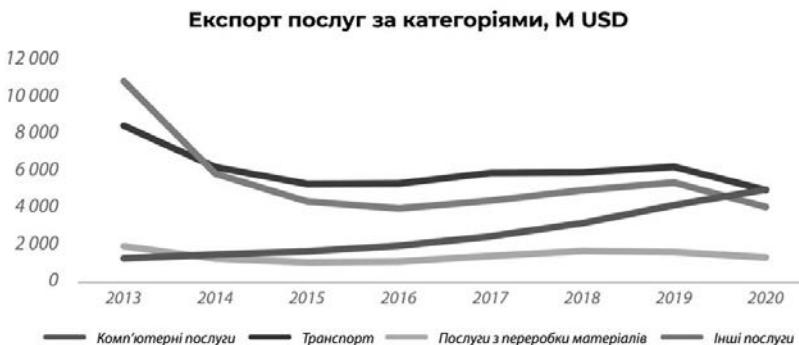


Рис. 4.4. Український експорт ІТ-послуг за категоріями, USD

Джерело: [19]

Це перше місце серед усіх національних експортерів послуг та більше, ніж Україна отримує від транзиту енергоносіїв. Завдяки швидкій зміні структури і просторової конфігурації національного ІТ-сектору, тільки за період з 2016 по 2020 рр. загальна сума експорту ІТ-послуг перетнула позначку \$16 млрд.

Для порівняння: 2013 року експорт комп'ютерних послуг був всього близько \$1,3 млрд, а за останні 7 років цей ринок збільшився практично в 5 разів. У середньому цей ринок росте на 25-30% на рік (рис. 4.5).

Згідно з аналітикою Офісу ефективного регулювання (BRDO, Better Regulation Delivery Office), це вперше, коли експорт комп'ютерних послуг перевищив експорт транспортних послуг та мінеральних продуктів, які традиційно займаливищі позиції (рис. 4.4). Це відбулося як завдяки відновленню попиту на глобальному ІКТ-ринку, так і збереженню високої якості та конкурентної ціни, навіть при переході на повністю віддалений режим роботи [26]. Таким чином, одним із небагатьох видів послуг, експорт яких зростав і до, і після початку карантину в Україні, був експорт комп'ютерних послуг, обсяги яких зросли

ІТ-ЕКСПОРТ УПЕРШЕ ПЕРЕВИЩИВ 5 МЛРД ДОЛ. США



Рис. 4.5. Експорт комп'ютерних послуг, USD

Джерело: [19]

на 12% тоді, коли загальний експорт послуг з України скоротився на 12% порівняно з аналогічним періодом 2019-го. Загалом пандемія мала й має значний вплив на послуги, надання яких вимагає фізичного перетину кордону. Торгівля послугами, які так чи так постачаються через Інтернет, зростала навіть під час карантину. Оскільки темпи поширення пандемії не скорочуються, а тільки зростають, популярність торгівлі ІТ-послугами їй надалі зростатиме (рис. 4.6).

За даними НБУ, загальний експорт України 2020 року скоротився на 4,6%. Скорочення торкнулося як експорту товарів, так і послуг. При цьому, експорт ІТ-галузі зріс у грошовому еквіваленті на \$853 млн, тобто на понад 20% за рік, а частка комп'ютерних послуг в загальному експорті досягла 8,3% (рис. 4.6, 4.7).

Серед головних факторів, які постійно сприяли зростанню української ІТ-індустрії протягом останніх років – відсутність втручання держави щодо регуляції ІТ-ринку, збереження вільного вибору контрактної моделі взаємодії компаній та ІТ-фахівців та стабільно високий професійний рівень українських ІТ-спеціалістів.

ЧАСТКА IT В ЗАГАЛЬНОМУ ЕКСПОРТИ ДОСЯГЛА 8.3%



Рис. 4.6. Частка IT-послуг у загальному експорті

Джерело: [19]

ТЕМПИ ПРИРОСТУ ЕКСПОРТУ

3 2013 року IT-експорт зростає швидше, ніж загальний експорт товарів і послуг. У 2020 році зростання IT-експорту продовжилося на фоні скорочення експорту товарів та послуг.



Рис. 4.7. Загальні темпи приросту експорту в Україні

Джерело: [19]

Завдяки створенню впродовж 2021 року Міністерством цифрової трансформації унікальної у світі віртуальної економічної зони «Дія City», загальний обсяг IT-ринку в країні може вирости до 2025-го вдвічі – з \$6 до \$12 млрд. Проект може стати одним із драйверів для подальшого розвитку національної економіки,

оскільки в рамках його ІТ-компанії отримають спеціальну модель оподаткування, окремий порядок взаємодії з державними контролюючими органами, гнучкі умови працевлаштування шляхом впровадження найпрогресивніших у світі стандартів застосування ІТ-фахівців. Цей проект забезпечить стабільний розвиток креативного бізнесу та застосування іноземних інвестицій, а це дасть змогу до 2030 року збільшити зростання ІТ-сектору у ВВП країни утрічі (з 4,5% до 10%), кількість робочих місць в ІТ-сфері досягне 450 тис., що допоможе створити в Україні аналог Кремнієвої долини, а також найпотужніший ІТ-хаб в Центральній та Східній Європі зі спеціальним податковим, фінансовим і спеціальним правовим режимом для ІТ-бізнесу та ІТ-підприємців.

Нині Україна у світі все ще не повністю позиціонується як технологічна та наукомістка економіка, що викликає невірне сприйняття країни з боку нових клієнтів та інвесторів. Тому важливою ключовою тенденцією, на наш погляд, є намагання держави впродовж 2021-го за допомогою такого проекту, як «Дія City»: унормувати національну ІТ-сферу, зокрема, запровадити привабливий податковий режим, прогресивні шкали оподаткування цієї сферу і відповідні державні гарантії; унормувати спірні питання щодо регулювання ринку у сфері обігу віртуальних активів (криптовалют); спрямувати державну політику на застосування та релокацію іноземних ІТ-фахівців; закріпити на законодавчому рівні низку положень щодо дистанційної роботи; забезпечити правове регулювання інституту контрольованих іноземних компаній, що стосується оподаткування доходів, отриманих резидентами України від іноземних компаній, так як значна кількість українських ІТ-фахівців продають свої ІТ-послуги на ринки країн США та ЄС; скасувати застарілі регуляторні бар'єри; виконати розбудову ІТ-екосистеми та продовжити роботу над створенням українських індустріальних (промислових) технологічних парків, кластерних мереж тощо [43; 44; 10; 45; 46; 47; 48].

Нові можливості та перспективи розвитку ІКТ-сфери, як провідного інноваційного та експортоорієнтованого сектора країни. Нині подальший розвиток ІКТ-сфери країни є однією з умов поглиблення співпраці України та ЄС. За оцінкою Мінекономрозвитку, на початок 2020-го частка цифрової економіки у валовому внутрішньому продукті України становить 4,36%, що на 0,86 відсоткового пункту вище, ніж у 2015 році. Нині ІКТ-сфера країни має стратегічний інноваційний потенціал стати одним із флагманів швидкого зростання ІТ-експорту та усі можливості щодо перетворення національних конкурентних переваг у міжнародні, а сама країна – отримати імідж високотехнологічного хабу зі створення якісно нових ІТ-продуктів та ІТ-послуг. Зокрема, ІКТ-сфера нині займає важливу роль в економіці країни, забезпечуючи біля 5% ВВП, 3.2% зайнятості суб'єктів господарювання та 3.8% податкових надходжень. Внутрішній національний ринок ІТ-послуг та продуктів (основні споживачі) складається із: фінансового сектору та банків на які припадає – 35%; державного сектору (16%); сектору – телекомунікацій (12%); промисловість (9%); торгівля (8%). Тому значна частина питань щодо подальших наукових досліджень сучасних перспектив експортних можливостей розвитку ІТ-галузі, нині залишається за межами досліджень науковців, потребує подальших наукових пошуків, а також актуальним є виявлення проблем, що негативно впливають на розвиток ІТ-сфери [13; 16, с. 103-106; 44; 49].

Нині Україна за рівнем проникнення Інтернету знаходиться на останньому місці в Європі, незважаючи на значне зростання ІТ-сфери впродовж 2010–2020 рр. та має одне з найнижчих рівнів покриття швидкісним Інтернетом, особливо у селях. Середня швидкість українського мобільного інтернету є однією з найнижчих у Європі (25 Мб / сек.). За цим показником Україна поступається, наприклад, Туреччині та Польщі. А порівняно з Угорщиною та Норвегією відставання становить в 1,5 та 3 рази

відповідно. А Естонія ще в 2000-х роках випередила Україну щодо розробки та впровадження процесів діджиталізації економіки. У цій країні один із перших з'явився додаток X-Road, що став основою електронної Естонії. Цей сервіс дає змогу інформаційним системам державного та приватного секторів з'єднуватися та працювати злагоджено. Наприклад, 99% державних послуг в Естонії доступні в режимі онлайн. У той час, як в Україні мережа Інтернет доступна для двох третин українців, тоді як для розвинених європейських країн цей показник наближається до 100% [50; 51, с. 53–59].

Експорт ІТ-послуг та продуктів з Україні поступово зростає, а реальний обсяг доходів був би значновищим, якби враховувалися всі прибутки компаній українського походження, зареєстрованих в інших країнах. Нині всього 4 ІТ-компанії українського походження отримали статус «единорогів» (їх капіталізація перевищила \$1,0 млрд). Утім, самі компанії зареєстровані в інших юрисдикціях, що суттєво зменшує рівень виробленої в Україні доданої вартості, податкових надходжень та негативно впливає на імідж України, як ІТ-хабу та глобального експортера ІТ-послуг. Зокрема, ЄС у грудні 2020 року розглянув можливість впровадження податку на великі компанії за місцем фактичного надання ІТ-послуг, а не за місцем реєстрації компанії. Проект аналогічного закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування податком на додану вартість електронних послуг, що постачаються нерезидентами фізичним особам, місце постачання яких розташовано на митній території України зареєстровано у ВР України (№ 2634 від 19.12.2020). Створення конкурентних умов розвитку ІТ-індустрії в Україні полягає насамперед у вирішенні поточних проблем цієї сфери у питаннях оподаткування та оформлення трудових відносин з працівниками ІТ-компаній. Наразі неконкурентне податкове навантаження витримується ІТ-індустрією переважно за рахунок використання кваліфікованих фахівців, які перебувають на

спрощеній системі оподаткування. Разом з тим, система єдиного податку забезпечила певний розвиток ІТ-аутсорсингу, але не забезпечила розвиток ІТ-напрямів, які передбачають використання штатних працівників, таких як створення програмного забезпечення з реєстрацією інтелектуальних прав власності в Україні та напрямок досліджень й розробок. Водночас забезпечення поточних темпів росту на тлі гострої світової конкуренції за таланти потребує перегляду існуючих податкових моделей оподаткування, що будуть адаптовані під потреби ІТ-індустрії. Окрім того, довготривале існування складних умов ведення бізнесу для української ІТ індустрії, розвитку інноваційного і технологічного бізнесу знижує конкурентоспроможність України у порівнянні з іншими державами. Слід зазначити, що дискусія щодо майбутнього регулювання діяльності та оподаткування компаній-постачальників ІТ-послуг нині тільки набирає обертів. Однак можливість подальшого нарощування експорту ІТ-послуг буде залежати також від зростання кількості ІТ-фахівців на ринку праці. Зокрема, недостатні темпи підготовки ІТ-фахівців українськими закладами вищої освіти були проаналізовані експертами BRDO в дослідженні – «Аналіз ІТ-освіти у вишах України» [52; 53; 54; 55].

Щодо реалізації людського ресурсу та цифрового підприємництва, то світова практика підготовки бакалаврів і магістрів у галузі ІТ регулюється спеціальними рекомендаціями серії Computing Curricula Guidelines. Своєю чергою, вони розробляються авторитетними організаціями, такими як Association for Computing Machinery (ACM), Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE), Association for Information Systems (AIS). Спеціальності в сфері ІТ вважаються дуже перспективними в сучасному світі комп'ютерних технологій. В останні роки, професія «айтішника» займає верхні рядки в списках найпривабливіших і бажаних, особливо серед молоді. Нині підготовка фахівців у світі здійснюється за такими головними напрямами:

Computer Science (Комп'ютерні науки); Computer Engineering (Комп'ютерна інженерія); Software Engineering (Програмна інженерія); Information Technology (Інформаційні технології); Information Systems (Інформаційні системи). ІТ-компанії самі інвестують в університети, допомагають створювати навчальні програми, надають студентам практику. Також у багатьох цих компаній є свої курси підготовки спеціалістів [52; 56]. «Для довгострокового зростання експорту ІТ-послуг в Україні необхідно зосередитися на питанні розвитку людського капіталу. Його слід вирішувати як через освіту, так і через залучення іноземців», – заявляє Ігор Самоходський, керівник сектору ICT BRDO [42]. Відповідно до рейтинга Global Competitiveness index, якість людського капіталу України знаходиться на достатньо високому рівні (39 місце) та порівнювана з іншими лідерами субрегіону (Польща –35 місце). На початок 2021 року людський капітал ІТ-сектору України налічує понад 210 тис. спеціалістів. При цьому за останні 4 роки кількість фахівців подвоїлася. Українська освіта щороку випускає близько 27 тис. ІТ-фахівців, що значно більше за показники Польщі (17 тис.), Румунії (8 тис.), чи Болгарії (4 тис.). Утім, навіть такі цифри не задовольняють внутрішній попит. Ніші ІТ освіти в країні заповнюює неформальна освіта та підготовчі курси. Такі курси щороку проходять понад 43 тис. українців. Український ІТ-сектор постійно не використовує весь свій потенціал виробництва ІТ-продуктів. Близько 68% українських ІТ-фахівців працюють в компаніях, які орієнтовані на аутсорсингові послуги, 17% – на дослідження та виготовлення ІТ-продукту для однієї компанії, і ще 15% створюють власний продукт. В сусідній Білорусі виробництвом готового ІТ-продукту займаються 42% фахівців, а в Польщі це показник перевищує 68%. Вартість ІТ-послуг в Канаді на порядок вища, ніж в Україні. Вартість послуг 70% українських ІТ-компаній становить \$25-49 за годину. В Канаді таких компаній лише 15%. В то ж час 49% канадських компа-

ній надають ІТ-послуги, вартість яких в розрахунку за годину становить \$100-149. Лише 5% українських компаній надають такі послуги. На ринку Канади простежується зростаючий попит на ІТ-спеціалістів. За оцінками експертів, до 2021-го в галузі з'явиться приблизно 216 тис. нових робочих місць. А за рахунок імміграції та залучення студентів з канадських університетів країна зможе задовольнити лише 30% цих потреб. Тому канадські ІТ-компанії будуть шукати можливості в залученні закордонних ІТ-компаній та ІТ-аутсорсингу, в тому числі і з України [15; 42; 52; 56]. У той же час Україна щороку втрачає 3-4% своїх висококваліфікованих ІТ-фахівців через трудову міграцію в інші країни. Разом з тим, кількість ІТ-спеціалістів, які приїжджають працювати в Україну незначна. Стрімке зростання кількості фахівців створило істотні дисбаланси у структурі ІТ-фахівців: 38% з них мають мінімальний досвід та займають молодіші позиції, і лише 14% мають компетенції у перспективних та наукових сферах ІТ та мають певний досвід у цій сфері. Нині незначна кількість українських ІТ-фахівців можуть працювати у сферах штучного інтелекту (лише 3,5%) та інтернет речей (лише 1,3%). Має місце брак ІТ-фахівців у перспективних сегментах даного ринку: великі дані (big data); штучний інтелект (IoT – включаючи машинне навчання та нейронні мережі; інтернет речей і комп’ютерний зір; безпеку кіберфізичних систем тощо. Зокрема, саме в цих сегментах і проходить зараз лінія конкурентної боротьби на глобальному ІТ-ринку та закладається лідерство в новому укладі світової економіки – Індустрії 4.0. Більшість ІТ-компаній експлуатують людський ресурс – випускників закладів вищої освіти, але мало вкладають у розвиток внутрішнього ринку і насамперед в розвиток Індустрії 4.0. у промисловості. Це призводить до вимивання найкращих інженерних кадрів, що, зрештою, робить національну інноваційну екосистему біdnішою й залишає її на сировинному рівні. Тому модернізуючи існуючий в Канаді й Великій Британії

концепт зайнятості «worker», в Україні важливо: реформувати систему освіти із фокусом на нові професії, розробити якісно нові методики та новий учебовий контент (адаптація міжнародних програм); запровадити новий концепт зайнятості – GIG-працівник. Цей новий український стандарт залучення фахівців буде повністю відповідати потребам світового ринку проектної роботи, поєднуючи класичні гарантії, які властиві штатним працівникам з гнучкістю роботи фрилансера. В межах цього проекту не існуватиме меж для інвестицій, створення якісно нових робочих місць чи розробки новітніх технологій. IT-фахівці та підприємці з усього світу матимуть можливість швидко реалізовувати найамбітніші інноваційні та бізнес-ідеї, ефективно їх впроваджувати. Але в Україні до сих пір: складна та зарегульована процедура найму іноземних фахівців (крім білоруських фахівців), не адаптовані під іноземців державні міграційні органи, недосконале е-резидентство, яке передбачає затвердження податкового резидентства України та допомогу у відкритті компаній тощо (у рамках проекту «Дія City»); застаріле трудове законодавство, яке обмежує гнучкі форми співпраці та стажування; несприятливий правовий та податковий режим, який змушує IT-компанії реєструватись в інших країнах; слабка координація між IT-сектором та освітньою галуззю, що у перспективі передбачає створення спільних із бізнесом освітніх фондів для розвитку професійних навичок в сфері IT-послуг. Втім при цьому важливо уникнути «переманювання» кращих вітчизняних фахівців у провідні наукові установи інших країн. Тобто важливо, щоб одержаний досвід був реалізований в Україні у вигляді високотехнологічної продукції та IT-послуг, яку країна уже могла б експортувати за кордон, маючи відповідні патенти й ліцензії. Особливо це актуально у вітчизняній IT-сфері, де часто замість експорту власних технологічних рішень й розробок, зокрема у вигляді програмного забезпечення, вони просто передаються іноземним замовникам, відтак захищають-

ся правом інтелектуальної власності вже за кордоном, тобто де юре не є українськими [15; 16; 32; 52; 56; 57; 58]. Тому нині важливо: збільшити державне замовлення на підготовку фахівців за галузю знань «Інформаційні технології», «Цифрова економіка», «Інформаційне право» тощо; сприяти співпраці університетів та ІТ-бізнесу на умовах державно-приватного партнерства; забезпечити конкурентний рівень підготовки ІТ-фахівців та сприяти їх працевлаштуванню в ІТ-секторі. Таким чином, постає проблема якісної розбудови підприємницької ІТ-освіти та підприємницької культури (відповідна реформа вищої освіти, створення національних програм розвитку) у сфері ІКТ.

Попри часткове виконання умов Угоди про асоціацію з ЄС, все ще існує значна кількість заходів, які необхідно здійснити для повноцінної гармонізації цифрового простору та перетворення національних конкурентних переваг у міжнародні в процесі реалізації експортного ІТ потенціалу країни.

Факторами, що сприяють посиленню експортних позицій країни є високоякісна дешева робоча сила, низькі операційні витрати, вигідне оподаткування для ІТ-компаній (ФОП). Найсильнішим сегментом національного ринку ІТ-сфери країни є великі аутсорсингові ІТ-компанії, що виконують іноземні замовлення із високою доданою вартістю (послуги бізнес-консалтингу, системної інтеграції, установки і підтримки обладнання і ПЗ, хмарні сервіси, а також складний ІТ-аутсорсинг і послуги технічної підтримки; послуги з супроводу та техпідтримки ПЗ і обладнання, розробки ПЗ на замовлення, а також тестування ПЗ, науково-технологічні розробки разом з іноземними R&D тощо, а менші ІТ-компанії працюють над проектами із нижчою маржинальністю та потребують державної підтримки для зростання. Друга перспективна група – продуктові ІТ-компанії (переважно представники простого аутсорсингу; виконують розробку готового програмного чи апаратного продукту), що працюють на міжнародному ринку ІКТ із головним

офісом за межами України, де фахівці мають – хорошу математичну підготовку, здатність створювати складні продукти та приймати нестандартні рішення, а також мають культурну близькість до основних ІТ-ринків світового значення та інтегрованість у світове співтовариство розробників програмного забезпечення (ПЗ), порівняно невисоку собівартість розробки ПЗ [6; 22; 59].

Сучасна ІТ-екосистема України безпосередньо впливає на розвиток ІТ-індустрії. Наприклад, на регіональному рівні ІТ-бізнеси об'єднуються в ІТ-кластери, де власними силами створюють потрібні умови для зростання й активно підтримують один одного. Нині уже понад 20 міст України створили свої місцеві ІТ-ком'юніті. У масштабах країни функціонує IT Ukraine Association – найбільше об'єднання ІТ-компаній в Україні, в яке входять 60+ топових гравців вітчизняного ІТ-ринку. Активну роль відіграють також ІТ-комітети в American Chamber of Commerce (ACC) й European Business Association (EBA). Завдяки цим організаціям країні вдається лобіювати інтереси всієї української ІТ-спільноти, навчати новачків і підтримувати стартапи. Треба зазначити, що в Україні, зокрема, відсутні ІТ-екосистеми для співпраці та обміну розробками і недостатньо розвинені відповідні державні програми, наприклад, підтримки стартап-екосистем, що не дає можливості іноземним стартапам інтегруватись в національну стартап-спільноту. Нині національне стартап-середовище лише розвивається та потребує суттєвої державної підтримки (*smart money*). За підсумками 2020-го, сума інвестицій в українські ІТ-компанії вперше становила рекордну суму – \$571 млн. Більшість інвестицій в українські стартапи надходила від глобальних компаній, які розглядають Україну як країну для розташування R&D-офісів. Але нині Україна інвестує в R&D лише 0,5% від ВВП, що в 3 рази менше за показники Польщі та в 5 разів поступається показникам Угорщини. Низький рівень інвестицій в інноваційні розробки

створює більш ніж 3-кратний розрив у продуктивності праці (навіть з урахуванням паритету купівельної спроможності) із сусідніми країнами ЄС. Інвестували в національні стартапи переважно іноземні венчурні фонди: в seed-раунді їх частка становила 66% порівняно з 34% українського капіталу, а в раунді A закордонні інвестори вкладали і того більше – 89%. Але нині певна частина українських IT-компаній переважно не мають, наприклад, в достатній кількості *in-house* фахівців з дослідження електронних ринків, бізнес-аналізу та побудови експортної стратегії виходу на нові ринки збуту IT-послуг та IT-продуктів. Тому важлива державна підтримка перспективи *подальшого* функціонування та розвитку інноваційних екосистем-наукових парків, центрів R&D, екоіндустріальних парків, інноваційних бізнес-інкубаторів за стандартами Європейської мережі бізнесових та інноваційних центрів, трансферу технологій та регіональних кластерних програм із залученням представників бізнесу, університетів, інших закладів вищої освіти [13; 60; 61; 62; 63]. Тому важливо: запустити онлайн екосистему для стартапів в межах проекту «Дія City»; врегулювати особливий податковий та правовий режим для резидентів; створити фізичні представництва екосистеми та стимулювати розширення фізичної IT-інфраструктури в найбільших IT-кластерах країни; організувати співпрацю проекту «Дія City» з регіональними та іноземними екосистемами задля доступу резидентів до досвіду та технологій; запровадити принаймні 8 дорожніх карт цифрової трансформації ключових індустрій та виробництв: в агросекторі, машинобудуванні, туризмі, легкій промисловості, харчовій та переробній промисловості, енергетиці, гірничодобувній промисловості, оборонній сфері; зібрати успішні цифрові трансформації українського та іноземного бізнесу, попирити, популяризувати та масштабувати ці практики; створити регуляторний SandBox для MedTech, FinTech, AgroTech (у рамках проекту «Дія City»); стимулювати повний перехід на електро-

нний документообіг між підприємцями та між підприємцями та клієнтами; законодавчо врегулювати валідність електронних контрактів; посилити інструменти цифрової ідентифікації та цифрового підпису; узаконити цифрові робочі місця [16; 50; 57].

Зовнішній ринок (просування експорту та імідж). Нині експортноорієнтовані галузі країни не впроваджують високі технології, попри наявний потенціал кооперації із ІКТ сектором (зокрема, у вітчизняному АПК). Має місце недосконалій маркетинг щодо просування на міжнародних ринках ІТ-послуг та продуктів, особливо з високою доданою вартістю та недостатні іноземні інвестиції в українські стартапи, особливо у фазах їх виникнення. Через низьку координацію освіти та бізнесу, а також зарегульованість трудових відносин, Україна втрачає потенціал зростання ІКТ-сфери. Тому важливо: просувати ці продукти через експортні офіси, торговельні представництва тощо; використовувати наявні офіційні та неофіційні державні канали для просування міжнародного іміджу України як ІТ держави; утворити державно-приватні фонди подолання цифрового розриву із орієнтацією на цифрові інфраструктури та цифрові компетентності, зокрема сприяти відкриттю в Україні філіалів кращих світових університетів та дослідницьких центрів, які приваблюватимуть студентів з усієї Європи; ініціювати спільні R&D проекти в ІТ-сфері (AgroTech, Fintech, bigdata тощо) [16, с. 308-331; 35].

Для включення України у міжнародну цифрову інфраструктуру важливо долучитися до проектів: «Цифрова магістраль трьох морів»; інтеграція та обмін даними з платформами ЄС щодо життєзабезпечення (медичної та громадської безпеки), e-Health; врегулювати етичні питання пов'язані з цифровізацією, відкритими даними, застосуванням біотехнологій та хай-тек. В Україні не врегульоване питання цифрових прав громадян. Тому важливо, гармонізувати цифрові права з найкращими практиками ЄС та додати цифрові права, зокрема, право

на доступ до фіксованого широкосмугового інтернету, який є основним і найбільш надійним способом доступу до Інтернету. Також важливо інтегрувати Україну в міжнародний простір хмарних обчислень із одночасним вирішенням питання цифрового суверенітету; надавати підтримку експорту ІТ-послуг хмарних обчислень та хмарних сховищ; з метою розробки програми застосування для побудови інфраструктури хмарних сервісів міжнародних інвесторів та високотехнологічних компаній (Microsoft, Amazon, Alphabet, Alibaba, Facebook, Apple) створити державний регулятор у сфері хмарних ІТ-послуг; покращити процедури закупівлі серверів для державних сервісів (здешевлення серверів для держбюджету) [16, с. 308-331; 57].

Існують суттєві бар'єри на пляху до розвитку електронної транскордонної торгівлі, насамперед валютно-розрахункові, поштово-логістичні та митні. Український ринок е-комерції значно поступається за обсягами іншим країнам Європи (менший у 19 разів, ніж у Польщі, та майже в 150 разів, ніж в Німеччині). Частка е-комерції в межах ринку роздрібної торгівлі становить усього 3-4%. Утім, цей ринок досить динамічно зростає. Наприклад, в 2018 році український ринок е-комерції збільшився на 30%, показавши другий результат в Європі за темпами зростання, але через відсутність вільного доступу до Інтернету у сільській місцевості e-commerce втрачає ринок розміром у понад 13 млн осіб, це ж стосується міст з населенням менше 100 тис. осіб. Нині законодавчо неврегульована діяльність сучасних суб'єктів сфери міжнародної електронної комерції та відсутні інституційні механізми для створення дієвої системи захисту персональних даних у цій сфері. Тому важливо провести комплексний експертний аналіз чинного законодавства України на предмет імплементації Директиви 2000/31/ЄС про електронну комерцію, внести необхідні зміни до закону України «Про електронну комерцію» (2015) та забезпечити просування і інтеграцію електронних торговельних платформ до національної

онлайн автоматизованої платформи сталого підприємництва з метою утворення між секторальних партнерств, спрощення доступу до ринків та упорядкування процесів і зниження операційних витрат малого та середнього бізнесу (МСБ) [12].

4.3. Фінансові ресурси ІТ-компаній і стартапів та система оподаткування ІКТ-сектору

Нині важливо розширити варіанти фінансування від Українського фонду стартапів та суттєво збільшити його бюджет; прийняти проекти законів щодо співфінансування державою стартапів разом із інвесторами; дозволити провайдерам альтернативного фінансування створити та вести бізнес в Україні; гармонізувати діяльність ІТ-компаній та венчурних фондів зі світовими стандартами; створити Фонд венчурного інвестування в межах проекту «Дія City»; законодавчо врегулювати діяльність бізнес ангелів і краудфандингу; створити правові передумови для реального функціонального електронного ринку цінних паперів та онлайн платформи на блокчейн зі смарт-контрактами.

ІТ компанії України за 2019 рік сплатили 16,7 млрд грн податків. Обсяг надходжень ПДФО на одного зайнятого в ІТ-секторі в 3-4 рази вище за середній показник по Україні (рис. 4.8).

Існуючі регуляторні та податкові бар'єри зменшують якість, швидкість та доступність інтернет-покриття в Україні. Телекомунікаційний ринок країни регулюється неефективно. На відміну від деяких країн регіону (Польща, Чехія) в Україні відсутні спеціальні податкові режими для високотехнологічних індустрій (IT та R&D) та легальні режими спрощеного оподаткування для IT сектору (IP box). Станом на початок 2020 року рівень користування фінансовими послугами в Україні нижчий за країни у регіоні Центральної та Східної Європи – майже 40% населення за останні два роки не користувались жодними фінансовими послугами. Тому важливо: створити особли-

Українські ІТ-послуги в надходженнях податків та податкових платежів до держбюджету України, млн грн

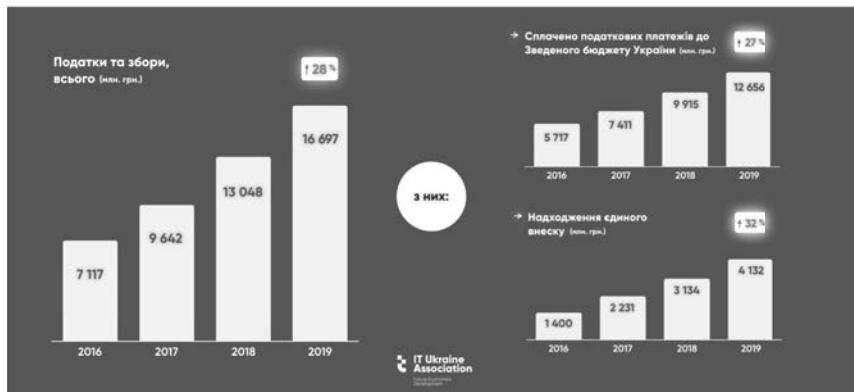


Рис. 4.8. Українські ІТ-послуги в надходженнях податків та податкових платежів до держбюджету України, млн грн.

Джерело: [64]

вий податковий режим (IP box) для ІТ-індустрії; ввести перевідний період до нового режиму оподаткування для детінізації ІТ; встановити мораторій до 2035-го на перегляд податків та на будь-яке погіршення умов оподаткування ІТ-бізнесу (вилючення – перевідний режим); встановити мораторій на перевірки Податкової та Держпраці ІТ-компаній до кінця 2021 року; у рамках проєкту «Дія City» забезпечити автоматичне відрахування податків, прозорий моніторинг транзакцій та створити окремий орган адміністрування податків виключно для резидентів «Дія City»; розробити довгострокову стратегію регулювання податкового режиму ІТ бізнесу; коригувати податковий режим ІТ з врахуванням конкурентних юрисдикцій; звільнити гранти від оподаткування. Існуюча система безготівкових розрахунків та відповідна інфраструктура України досі значно поступається країнам ЄС. Кількість POS-терміналів на душу населення в 3 рази менше, ніж у Польщі. Відсоток населення, який має безготівкові засоби оплати майже в 2 рази менший, ніж в Німеччині. Тому в рамках програми EU4Digital важливо сприя-

ти розвитку місцевого краудфандингу та P2P-фінансування через гармонізацію правової бази України з законодавством ЄС і підтримувати їх інтеграцію до європейських платформ і мереж. Важливо усунути регуляторні та інші обмеження для функціонування основних електронних платіжних систем (у т.ч. PayPal) та поступово ліквідувати цифровий розрив між містом та селом. У перспективі важливо покрити платіжною електронною інфраструктурою всі сектори економіки та скасувати готівковий розрахунок в соціальних закладах (у сферах здійснення соціальних, пенсійних виплат та виплат заробітної плати працівникам бюджетних установ) в першу чергу у закладах освіти, медицини тощо та публічному транспорті, а також забезпечити повну терміналізацію електронних фінансових операцій в обласних та районних центрах [64; 65].

Нині загальновизнаним є той факт, що пандемія COVID-19 у найближчий перспективі негативно вплине на світову економіку, але масштаби такого впливу будуть для країн світу різними. Зокрема, в Україні економічна криза негативно вплинула на сферу ІКТ, а саме відбулося скорочення кількості проектів та затримка виплат за існуючими контрактами. У результаті приблизно 63% компаній у найближчій перспективі планують зменшити заробітну плату своїм працівникам, а також зменшити кількість відкритих вакансій. В той же час варто звернути увагу на те, що у зв'язку з фізичним та моральним зносом телекомуникаційного обладнання у цьому секторі нині перевищує 60%, а побудова нової інфраструктури потребує значних капітальних витрат, які окуповуються лише у густонаселених містах. Доступ до ІКТ-технологій у сільській місцевості є низький, що унеможливлює використання ІТ-послуг та обмежує зайнятість. Внутрішній ринок ІТ-послуг у сфері ІКТ нині залишається досить малим, що пояснюється обмеженими фінансовими ресурсами місцевих компаній, відсутністю культури придбання ІТ-послуг та неповним охопленням інтернетом те-

риторії країни. В цих умовах, продовжує активно розвиватися вітчизняний ринок е-комерції, що нині займає 2 місце в Європі за темпами зростання. Проте, порівнюючи із рештою секторів економіки, сфера ІКТ виявилася більш стійкою до вимушених карантинних заходів у зв'язку із можливістю організації віддаленої роботи персоналу. Наприклад, ринок телекомунікаційних послуг постійно зростає, зокрема покриття мобільним зв'язком та інтернетом, проте все ще нерівномірно по території України через застаріле телекомунікаційне обладнання та зарегульованість ринку [66].

Через новстворені цифрові платформи, такі як, платформа технічного регулювання та експортний вебпортал, українські IT-підприємці мають доступ до найактуальнішої інформації у сфері е-торгівлі. Наприклад, платформа TechUkraine націлена на презентацію та просування українських стартапів за кордоном. Нині, за відсутності можливості брати участь у виставках та торгових місіях онлайн, зростає тенденція використання онлайн-інструментів пошуку партнерів та відповідних B2B-платформ, на кшталт сорсингової платформи Офісу та «Enterprise Europe Network», де, окрім пошуку партнерів, компанії беруть участь онлайн у торгових місіях та інших міжнародних заходах, адже наразі це є найефективнішим інструментом, як налагодити контакти та розширити мережу міжнародних партнерів в Інтернеті, а також найбільш потрібним для представників малого та середнього бізнесу нині є інструмент «Організація торгових місій та B2B-зустрічей» [67].

Індустрія 4.0. У країнах ЄС перехід до Індустрії 4.0 має особливе значення в контексті подальшого розвитку виробничого сектору: забезпечується виконання понад 80% експорту й 80% приватних досліджень та інновацій. Зважаючи на зменшення внеску промисловості в економіку країн ЄС, ще 2012 року Європейська комісія поставила мету – забезпечити зростання частки промислового виробництва у ВВП країн Союзу до 20%

(2020). Таке завдання було досить амбітним. Виконати його можна було завдяки зростанню продуктивності виробництва та підвищенню конкурентоспроможності промислового виробництва у країнах ЄС із дорогою робочою силою. Ще 2015 року Єврокомісія презентувала Стратегію єдиного цифрового ринку для Європи, яка, зокрема, має стимулювати використання нових технологій і перехід до Індустрії 4.0 (рис. 4.9).

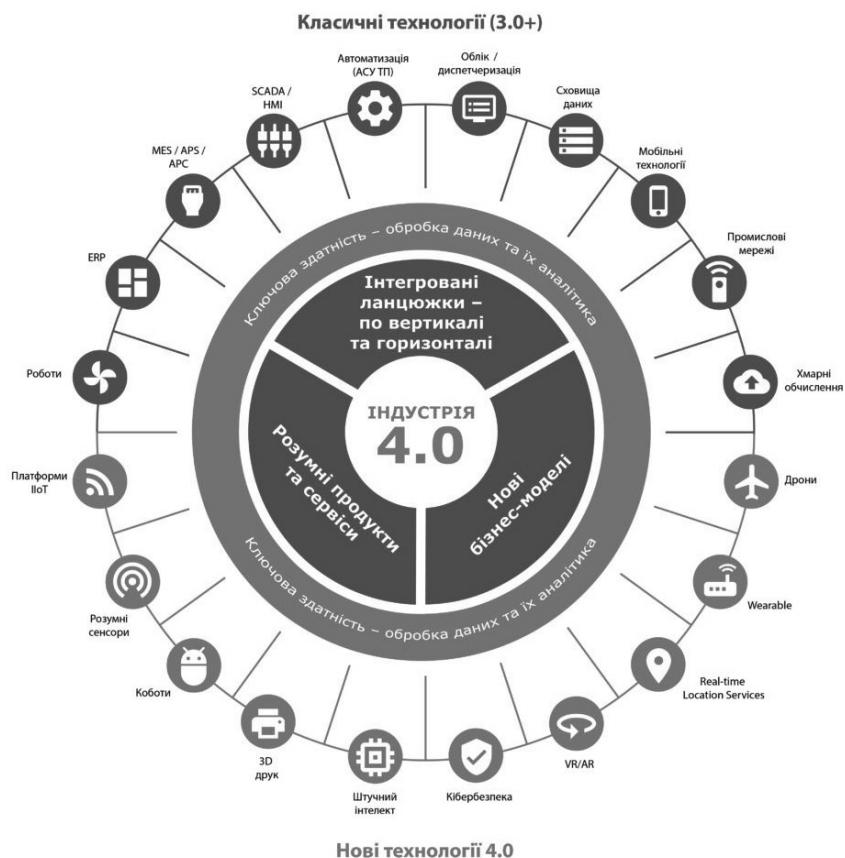


Рис. 4.9. Доповнений та адаптований фреймворк «Що таке Індустрія 4.0»
Джерело: [68]

В Україні Індустрія 4.0 не стала пріоритетом економічної політики, не інституційолізована, відсутні стратегія, стандарти розвитку та зв'язок науки і хай-тек індустрії, має місце низький рівень діджиталізації національної промисловості, зокрема не затверджено фреймворк розвитку такої індустрії, а її екосистема розвивається загалом на персонально-приватних ініціативах та не містить усіх повноцінних компонентів для її успішного функціонування (кластери, промисловий інжиніринг, центри експертизи, лабораторії, технопарки, інкубатори, акселератори), а також відсутні стимули щодо цифровізації та модернізації галузей економіки. Тому важливо: створити державну та регіональні стратегії розвитку Індустрії 4.0; сформувати регуляторний орган, який буде відповідати за розвиток та підтримку хай-тек виробництв; налагодити трансфер технологій від українських наукових установ, наукових парків, лабораторій R&D, а також від міжнародних центрів та корпорацій до кінцевих замовників; створити мережі найбільш ефективних структурних елементів екосистеми «Індустрія 4.0» – Центрів експертизи, лабораторій R&D, технопарків, інкубаторів та акселераторів стартапів 4.0; створити механізм державної компенсації частки вартості цифрової трансформації чи запровадження хай-тек рішень в компанії (у вигляді грантів чи податкових пільг); надати пріоритет в просуванні через Експортний офіс для компаній, які використовують технології Індустрії 4.0; запровадити податкові пільги для компаній, які запроваджують хай-тек, що допомагають перетворювати виробництво значно екологічнішим та експортоорієнтованим. Станом на кінець 2020-го в Україні відсутня нормативно-правова база щодо законодавчого регулювання галузей штучного інтелекту, інтернету речей, хмарних обчислень, цифрових валют, електронних комунікацій з урахуванням нового Європейського Кодексу електронних комунікацій. Тому важливо: зміцнити незалежність та регуляторну спроможність Національної комісії, що здійснює державне

регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ), яка нині не має достатніх повноважень та можливостей для здійснення на належному рівні функцій незалежного регулятора відповідно до стандартів ЄС; важливо повністю імплементувати положення Угоди про асоціацію щодо цифровізації і функціонування цифрового ринку; забезпечити імплементацію національної стратегії інтеграції до Єдиного цифрового ринку ЄС («дорожньої карти»), яка має стати двостороннім документом, що передбачає виконання взаємних зобов'язань; стимулювати швидке розгортання 4G та 5G мереж у найбільших містах та виробничих кластерах країни. А відсутність іміджу комфортного та ефективного ІТ-хабу не дає Україні виграти глобальну конкуренцію за фінанси та таланти [69; 70].

Інтеграція України у Єдиний цифровий ринок ЄС сприятиме зростання ВВП на 2,4-12,1%. Дослідження «Інтеграція України у єдиний цифровий ринок ЄС: потенційні економічні переваги» виконано Центром аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки та ГО «Український центр європейської політики» на замовлення Міністерства цифрової трансформації. Результати дослідження містять експертні оцінки та реальні розрахунки потенційного прибутку для економіки країни від інтеграції в Єдиний цифровий ринок ЄС. Згідно з цим дослідженням, країна поступово має бути наблизена до регуляторного середовища та цифрового розвитку країн ЄС у рамках інтеграції в Єдиний цифровий ринок ЄС, що безумовно вплине на двосторонню торговлю: очікується зростання експорту товарів із України до ЄС на 11,8-17% (\$2,4-3,4 млрд), послуг (у т.ч. ІТ-послуг) – на 7,6-12,2% (\$302,5-485,5 млн). Це також вплине на продуктивність та економічне зростання України: зростання ВВП України очікується на рівні 2,4-12,1% (\$3,1-15,8 млрд), добробут громадян – на 3,6-7,8%. Очікується також зростання експорту товарів із ЄС до України на рівні 17,7-21,7% (\$4,1-5 млрд) і послуг (у т.ч. ІТ) на 5,7-9,1% (\$191-305 млн). Згідно з до-

слідженням, збільшення рівня цифровізації на 1% приведе до зростання ВВП України на 0,42%. Нині різні сценарії інтеграції країни в Єдиний цифровий ринок ЄС демонструють, що розмір потенційних вигод залежатиме від масштабу регуляторних та цифрових трансформацій в Україні. Основними економічними перевагами для країни від інтеграції в Єдиний цифровий ринок ЄС є: зниження трансакційних і торговельних витрат у торгівлі товарами та послугами між ЄС та Україною; зростання ефективності роботи національного бізнесу та продуктивності економіки; зростання добробуту громадян України та ЄС; кращий доступ та зниження цін на цифрові інноваційні товари та послуги, захист прав споживачів; розвиток інноваційних продуктів та послуг та цифрової інфраструктури. Крім того, наближення законодавства та стандартів України до законодавства та стандартів ЄС зменшить регуляторні розбіжності між Україною та ЄС у цифровій сфері та прискорить цифровий розвиток України [65; 71].

Нині майже всі регіони України активно залучені до процесу визначення смартспеціалізації. У зв'язку з цим виникає логічне питання, чи інтеграція в глобальні ланцюги доданої вартості (ГЛДВ) є чимось абсолютно окремим, чи вона пов'язана якимось чином із зазначеними вище інструментами розвитку? На думку фахівців Аналітичного центру Industry4Ukraine, усі зазначені підходи глибоко взаємопов'язані між собою. За даними Orgalime, одного з провідних європейських бізнес-об'єднань, у березні-квітні 2020 року від 50% до 80% високотехнологічних компаній ЄС відчули проблеми у сфері ланцюгів постачань. Основою успішної інтеграції промисловості в ГЛДВ є саме інноваційні екосистеми, на яких можуть базуватися розвинені секторальні та регіональні кластери, які своєю чергою функціонують на принципах поглибленої інтеграції та смартспеціалізації. Фахівці розвинених країн, зокрема європейських, а також міжнародних організацій підкреслюють критичну взаємоза-

лежність цих понять. Останні звіти ЄС щодо темпів зростання кластерів чітко вказують, що розвинені кластери мають значно кращі показники продуктивності, ніж звичайні експортери, отже – її інтеграції в ГЛДВ. Поступове наближення регуляторного середовища та цифрового розвитку країни до рівня Євросоюзу в рамках інтеграції в Єдиний цифровий ринок ЄС вплине на продуктивність та економічне зростання країни, наголошується в повідомленні на сайті Міністерства цифрової трансформації. Наприклад, за дорученням Федерального уряду Німеччини Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH створює кращі умови для українських компаній, які бажають продавати свою продукцію та різноманітні IT-послуги на європейському ринку (рис. 4.10). В рамках проекту «Застосування та реалізація Угоди про асоціацію ЄС – Україна у сфері торгівлі» GIZ і далі сприяє розвитку експортного потенціалу IT-компаній через підтримку кластерних ініціатив, передусім в секторі машинобудування та креативних індустрій [72; 73; 74; 75].

У звітах ЮНІДО також наголошується, що кластери важливі саме для створення спеціалізованої інфраструктури та надання різноманітних послуг (у т. ч. IT-послуг), які можуть використовуватися кластерними компаніями, зменшуючи їхні індивідуальні інвестиції. Відповідно, українським кластерам з промисловості та хайтеку потрібно поглиблювати спеціалізацію у своїх нішах та цільових сегментах, розвивати конкурентні переваги на засадах інноваційності, якості і з широким використанням цифрових технологій [75].

27 травня 2020 року Єврокомісія представила безпрецедентні пропозиції щодо Плану відновлення ЄС внаслідок коронавірусної кризи із загальним обсягом фінансування €1,85 трлн на період 2021-2027 років. До основних заходів перезапуску економічного блоку віднесено підтримку ключових секторів та технологій, платоспроможності життєздатних компаній та ін-

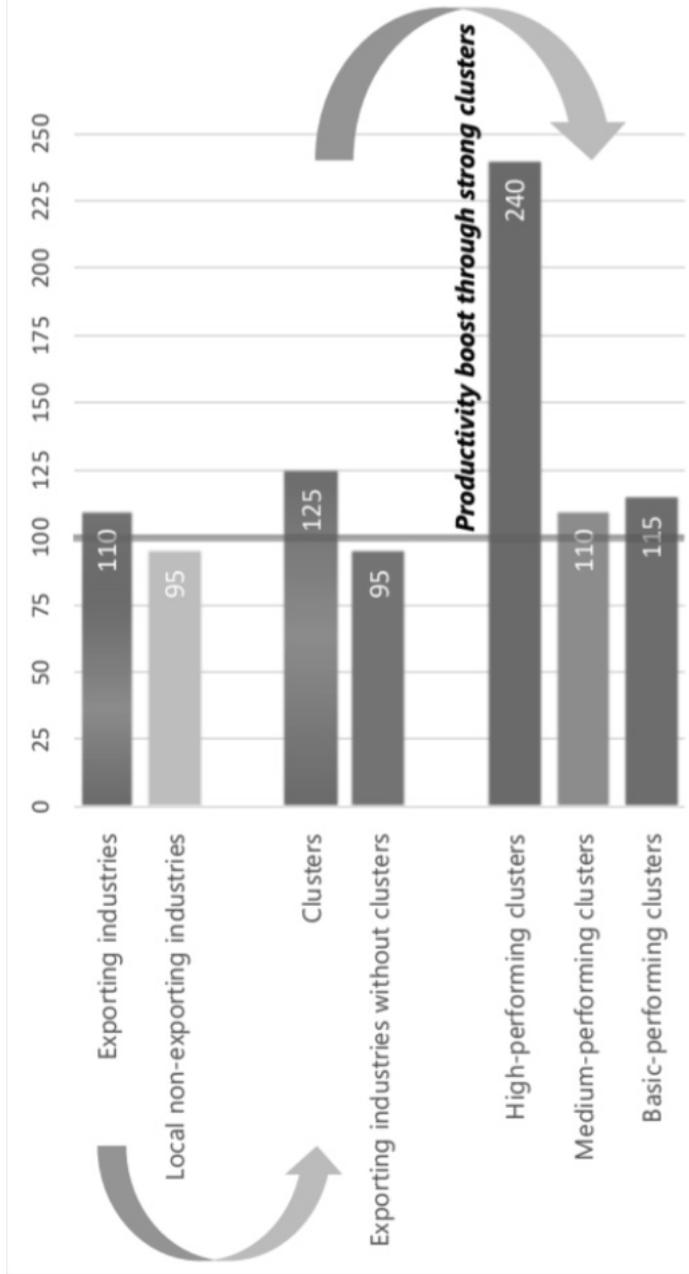


Рис. 4.10. Показники продуктивності розвинених секторальних та регіональних кластерів

Джерело: [67]

вестиції в ключові ланцюги доданої вартості. Нині Єврокомісія аналізує 14 індустріальних екосистем, що становлять близько 90% від доданої вартості бізнесу в ЄС, на підтримку і розвиток яких спрямовуватимуться кошти в межах згаданого Плану. Як відомо, наприкінці 2020-го за підсумками Стратегічного форуму з важливих проектів, що становлять загальноєвропейський інтерес, Єврокомісія зосередилася на розвитку 6 стратегічних ланцюгів доданої вартості: «підключених», екологічно чистих та автономних транспортних засобів, «розумного» здоров'я, промисловості з низьким рівнем викидів CO₂, водневих технологій та систем, індустріальних інтернет-речей, кібербезпеки. Тому інтеграція вітчизняних IT-підприємств до ланцюгів доданої вартості є принципово важливою для розвитку промисловості України, IT-сфери та її подальшої цифровізації. Участь у таких ланцюгах дає синергетичний ефект, дозволяє учасникам об'єднувати потужності для досягнення поставлених цілей і завдань і загалом покращує конкурентоспроможність країни. Нині існують сприятливі фактори та суттєві переваги для входження широкого кола українських промислових підприємств у ланцюги створення вартості: близькість до європейських ринків збуту, порти на Чорному морі; розвинена транспортна, енергетична інфраструктура; досить висока загальна якість трудових ресурсів, їхня здатність до швидкого навчання; суттєвий потенціал цифровізації та інтенсифікації промисловості (активний розвиток ІКТ). Як свідчить статистика, що понад 70% українського IT-експорту становлять послуги з розробки програмного забезпечення – аутсорсинг. По суті, наші розробники вже давно інтегровані в розвиненіші екосистеми та ланцюги інших країн. Великі українські IT-компанії, такі як Luxoft, Softserve, Eleks, Global Logic, Infopulse, створюють програмні продукти під великі глобальні бренди й часто є ланками їхніх технологічних екосистем та ланцюгів. Наприклад, українські розробники Luxoft розробляють технології керування авто,

включно з безпілотними, для великих німецьких автовиробників. Інша сфера спеціалізації компанії – енергоринок. Компанія розробляє програмне забезпечення, яке виходить під брендом Alstom у вигляді готових програмних платформ. Успішна інтеграція країни у європейські та глобальні ланцюги доданої вартості означає перехід від сировинних ланок, де наразі перевбуває більшість вітчизняних секторів, у більш ціннісні й пов'язані з вищим ступенем переробки. Упровадження технологій передового цифрового виробництва сприяє створенню «розумної» промисловості (Індустрія 4.0). Однак упровадження новітніх цифрових технологій у промисловості вимагає створення цілісної інноваційної екосистеми [76; 77].

Використані джерела

1. Хаустов В. Цифрова економіка: як тобі служиться? 18.10.2019. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/cifrova-ekonomika-yak-tobi-sluzhitsya-326706_.html.
2. IT Services Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021–2026). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/it-services-market>.
3. OECD. Glossary of statistical terms: technology balance of payments. URL: <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2693>.
4. Stamford, Conn. Gartner Forecasts Worldwide IT Spending to Grow 6.2% in 2021. 25.01.2021. URL: https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-01-25-gartner-forecasts-worldwide-it-spending-to-grow-6-point-2-percent-in-2021?utm_source=ixbtcom.
5. Мировой рынок: ИТ-услуги. Аналитический обзор TAdviser. 13.05.2020. URL: [195](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88%D0%BD%D0%BE%D0%BA)#+D0.A0.D0.B0.D1.81.D1.85.D0.BE.D0.B4.D1.8B_.D0.BD.D0.B0_.D1.86.D0.B8.D1.84.D1.80.D0.BE.D0.B2.D1.83.D1.8E_.D1.82.D1.80.D0.B0.D0.BD.D1.81.D1.84.D0.BE.D1.80.D0.BC.D0.B0.D1.86.D0.B8.D1.8E.</div><div data-bbox=)

6. Мировой рынок: ИТ-услуги. Аналитический обзор TAdviser. 29.07.2020. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)#2019:_D0.A0.D1.8B.D0.BD.D0.BE.D0.BA_.D0.98.D0.A2-_D0.B8_.D0.B1.D0.B8.D0.B7.D0.BD.D0.B5.D1.81-.D1.83.D1.81.D0.BB.D1.83.D0.B3_.D1.83.D0.B2.D0.B5.D0.BB.D0.B8.D1.87.D0.B8.D0.BB.D1.81.D1.8F_D0.BD.D0.B0_5.25_.E2.80.94_IDC](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)#2019:_D0.A0.D1.8B.D0.BD.D0.BE.D0.BA_.D0.98.D0.A2-_D0.B8_.D0.B1.D0.B8.D0.B7.D0.BD.D0.B5.D1.81-.D1.83.D1.81.D0.BB.D1.83.D0.B3_.D1.83.D0.B2.D0.B5.D0.BB.D0.B8.D1.87.D0.B8.D0.BB.D1.81.D1.8F_D0.BD.D0.B0_5.25_.E2.80.94_IDC).

7. Мировой рынок: ИТ-аутсорсинг. Аналитический обзор TAdviser. 21.12.2019. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D0%B0%D1%83%D1%82%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BB%D0%BD%D0%BC%D0%B3_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2-%D0%B0%D1%83%D1%82%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BB%D0%BD%D0%BC%D0%B3_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%88B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)).

8. Коніна М. Де місце України у світі високих технологій. 21.01.2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/techiiia/2020/01/21/655931/>

9. Авдеева А. Почему шеринг-экономика вырастет до \$335 млрд за ближайшие пять лет. 13.02.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/02/13/822568-pochemu-shering-ekonomika>.

10. Головенчик А.А. Рейтинговый анализ уровня цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС и ЕС // Цифровая трансформация. 2018. № 2 (3). 14 с. URL: <https://dt.giac.by/jour/article/view/75/61>.

11. Руденко М.В. Аналіз позицій України в глобальних індексах цифрової економіки // Економіка та держава. 2021. № 2. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/4.pdf.

12. Семеног А.Ю. Концептуальні засади розвитку цифрових платформ в умовах формування цифрової економіки // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». Острог : Вид-во НаУОА. 2019. № 14(42). С. 21–26. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/7943/1/6.pdf>.

13. Аудит української економіки. Кабінет Міністрів України. Вересень 2020. 123 с. URL: <https://nes2030.org.ua/>

14. Clutch Honors the Top 1000 Service Providers for 2020 in Exclusive Clutch 1000 List. 04.12.2020. URL: <https://clutch.co/press-releases/honors-top-1000-service-providers-2020-exclusive-1000-list>.

15. Пороус О. Системний аналіз показників цифровізації підприємств України // Економічний аналіз. 2020. Т. 30. № 1. Ч. 2. С. 118–124.
16. Вектори економічного розвитку. 2030. Кабінет Міністрів України. Листопад 2020. 384 с. URL: <https://nes2030.org.ua/>.
17. Видимі та невидимі бар’єри у галузі ІТ: Гендерний аналіз викликів у експортній діяльності для українських мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП). 2020. 47 с. URL: https://cutisproject.org/wp-content/uploads/2020/04/IT_GBA_report_UA_ALL.pdf.
18. Кулеш С.В. ТОП-100 аутсорсерів світу потрапило 11 ІТ-компаній з України (це вдвічі менше, ніж рік тому). 18.02.2021. URL: <https://itc.ua/news/v-top-100-autsorserov-svitu-potrapilo-11-it-kompanij-z-ukra%D1%97ni-cze-vdvichi-menshe-nizh-rik-tomu/>
19. Устимович Ю. Рекорд у \$5 млрд: ІТ-послуги 2020 р. принесли вдвічі більше, ніж «газова труба». 17.02.2021. URL: <https://thepage.ua/news/skilki-zarobiv-it-sektor-u-2020-roci>.
20. IT Ukraine запускає перший український експортний ІТ-альянс. 04.09.2020 // IT Ukraine. URL: <https://itukraine.org.ua/it-ukraine-zapuska%D1%94-pershij-ukra%D1%97nskij-eksportnij-it-alyans.html>.
21. Пічкурова З.В. Високотехнологічна складова українського експорту в умовах глобальної конкуренції // Стратегія розвитку України. 2017. № 2. С. 84–91.
22. Інструменти експортної підтримки для середньо- та високотехнологічних промислових секторів // Дайджест № 7. Аналітичний центр Industry4Ukraine. 14 с. URL: <https://www.industry4ukraine.net/digest-7/>
23. Україна працює над відкриттям 33 нових ринків збути продукції. 30.11.2020. URL: <https://www.unian.ua/economics/agro/ukrajina-pracyuye-nad-vidkrittyam-33-novih-rinkiv-zbutu-produkciji-novini-11238707.html>.
24. IT Export Boost: 19 експортних ринків для українського ІТ. 25.03.2021. URL: <https://itukraine.org.ua/it-export-boost-19-export-markets-for-ukrainian-it.html>.
25. Израильские технологии и опыт помогут Украине в развитии своего огромного потенциала – Влад Черкасский // Экономические новости. 02.03.2021. URL: <https://enovosty.com/ekonomika/full/203-izralskie-texnologii-i-opyt-pomogut-ukraine-v-razvitii-svoego-ogromnogo-potenciala-vlad-cherkasskij>.

26. Кулеш С. BRDO: обсяг українського ІТ-експорту вперше перевищив позначку \$5 млрд за рік та \$16 млрд за п'ять років. 17.02.2021. URL: <https://itc.ua/news/brdo-obsyag-ukra%D1%97nskogo-it-eksportu-vpershe-peretnuv-poznachku-5-mlrd-za-rik-ta-16-mlrd-za-pyat-rokiv/>.
27. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин: зб. тез міжн. наук.-практ. конф. (Київ. 21.11.2019). Спец. випуск. КНУ імені Тараса Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. Центр досконалості Жана Моне. 2019. № 20. Т. 1. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/225.
28. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин»: зб. тез міжн. наук.-практ. конф. (Київ. 21.11.2019). Спец. випуск. КНУ ім. Тараса Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. Центр досконалості Жана Моне. 2019. № 20. Т. 2. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/issue/view/227.
29. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций, 2018. Т. 13. № 2. С. 143–172.
30. Винничук Р.О., Склярук Т.В. Особливості розвитку ІТ-ринку в Україні: стан та тенденції // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2015. № 833. С. 3–8.
31. Вікулова А.О., Савчук В.В. Перспективи розвитку ІТ-послуг в Україні // Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 51. С. 27–32.
32. Демчишак Н.Б., Дубик Г.Ю., Гриб В.М. Розвиток експорту цифрових технологій в умовах формування єдиного цифрового простору ЄС // Економіка та держава. 2020. № 6. С. 73–79. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4654&i=10>.
33. Краснікова Н., Дзяд О., Гречин К. Міжнародна торгівля ІКТ-послугами: кейс України // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 6. С. 107–122.
34. Красавина В.А. Единый цифровой рынок: Европа в гонке за лидерами рынка ИТ-услуг // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Экономика». 2019. № 4(27). С. 679–692.
35. Маліч Ю., Масієнко Ю., Кононова О. Дослідження репутації ІТ-галузі // Аналітичний звіт. 12.2020. Асоціація IT Ukraine. 62 с. URL: <https://itukraine.org.ua/the-association-presented-the-results-of-a-reputable-study-of-the-it-industry.html>.

36. Мальцева О.В. Экспорт российского ПО на мировом рынке: анализ данных за 2015-2017 годы и дальнейшие перспективы // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 6. С. 78–85.
37. Мешко Н.П., Костюченко М.К. Перспективи розвитку сфери ІТ як провідної інноваційної галузі України // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. «Менеджмент інновацій». 2015. Вип. 4. С. 71–77.
38. Новікова А.П., Скоробогатова Н.Є. Аналіз розвитку світового та українського ринку ІТ-послуг // Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 3. С. 52–56.
39. Пицуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ: Центр Разумкова, 2020. 274 с. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.
40. Севрук І.М., Рупчева А.О. Конкурентоспроможність України на світовому ринку інформаційних технологій в умовах глобалізації // Економіка та суспільство. 2018. Вип. 15. С. 65–70.
41. Футало Ю.Р. Прогнозування змін у галузі ІТ-послуг відповідно до тенденцій інтеграційних економічних процесів // Економічний форум. 2018. № 2. С. 43–50.
42. Експорт Україною ІТ-послуг уперше перевищив \$5 млрд. 16.02.2021. URL: <https://brdo.com.ua/top/eksport-ukrayinoyu-it-poslug-upershe-perevyshhyv-5-mlrd/>.
43. Алєйников Д. «Дія City» – это трансформация всей Украины в международный диджитал-ХАБ. Базовая цель проекта – создание комфортных условий для работы в стране национальных талантов. 04.11.2020. URL: https://rus.lb.ua/economics/2020/11/04/469802_diya-city-transformatsiya.html.
44. Борняков А. Увеличить прибыльность IT-сфера в Украине с \$6 млрд до \$12 млрд: три шага и одно действие. 24.09.2020. URL: <https://tech.liga.net/technology/opinion/uvelichit-pribylnost-it-sfery-v-ukraine-s-6-mlrd-do-12-mlrd-tri-shaga-i-odno-deystvie>.
45. Заместитель министра цифровой трансформации объяснил, за счет чего украинский IT-сектор удвоится к 2025 году. 24.09.2020. URL: https://rus.lb.ua/society/2020/09/24/466713_zamestitel_ministra-tsifrovoy.html.
46. Запуск «Дія City» позволит увеличить объем IT-рынка в Украине с \$6 до \$12 млрд до 2025 году. Проект предлагает новую право-

вую модель для ІТ-компаній. 22.10.2020. URL: https://rus.lb.ua/economics/2020/10/22/468746_zapusk_diya_city_pozvolit_uvelichit.html.

47. Мінцифри планує за кілька років збільшити частку ІТ-сектору у ВВП до 10% – Федоров // Укрінформ. 03.11.2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3128945-mincifri-planue-za-kilka-rokiv-zbilsiti-castku-itsektoru-u-vvp-do-10-fedorov.html>.

48. Україна робить революційні кроки у цифровізації бізнес-послуг – Федоров // Укрінформ. 25.11.2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3124861-ukraina-robit-revolucijni-kroki-u-cifrovizacii-biznesposlug-fedorov.html>.

49. Як Україна перетворилася на tech-феномен і яке світле майбутнє чекає на українську технологічну індустрію. Підбірка вражаюче оптимістичних фактів і трендів української ІТ-індустрії, що показують, як Україна знаходить своє місце у світі 4-ї індустріальної революції // BusinessViews. 05.02.2019. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/tech/id/ukrajinski-tehnologiji-1918/>

50. Кравчук В., Ангел Є. Яка промислова політика потрібна Україні для переходу до Індустрії 4.0? // ІЕДПК. 05.04.2019. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=6184>.

51. Програма стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19: «Економічне відновлення»: інформаційно-аналітичні матеріали. Кабінет Міністрів України. 27.05.2020. 88 с. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/programa-stimulyuvannya-ekonomiki-dlya-podolannya-naslidkiv-covid-19-ekonomichne-vidnovlennya>.

52. Лебедев Д., Самоходський І. Аналіз ІТ-освіти у видах України. Київ: BRDO, 2021. 13 с. URL: https://brdo.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/Analiz_IT_osvity_u_vyshah_Ukrai-ny_Print.pdf.

53. Мамченко Н. Податкова реформа в ІТ-індустрії: Гетманцев зареєстрував ще один законопроект. 18.08.2020. URL: <https://sud.ua/ru/news/publication/176740-podatkova-reforma-v-it-industriyi-getmantsev-zareyestruvav-sche-odin-zakonoproekt>.

54. Розвиток ІТ-галузі в Україні. Погляд збоку. 22.04.2019. URL: <https://kreston-gcg.com/ua/development-of-the-it-industry-in-ukraine-a-side-view/>.

55. Fair Taxation of the Digital Economy. 21.03.2018. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/fair-taxation-digital-economy_en.

56. Ніколаєнко А. Українські айтішники вже зараз – громадяни світу. 09.02.2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/722284.html>.
57. Експортна стратегія для сектора інформаційних технологій. 2019–2023: дослідження. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. 98 с. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents>List?lang=uk-UA&id=9d01f8ec-af38-4b84-8d66-38d5714041bc&tag=SektorInformatsiinokomunikatsiiniTekhnologii&isSpecial=true>.
58. Федак М. Боротьба за таланти – як балансувати та скороочувати розриви з ІТ? 10.09.2020. URL: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2018/09/10/borotba-za-talanti-yak-balansuvati/>
59. Україна 2030. Е-країна з розвинутою цифровою економікою. Ukrainian Institute for the Future) / А. Амелін, В. Фіщук, В. Матюшко та ін. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#summary>.
60. Дем'янчук О. Українські стартапи залучили рекордну суму інвестицій. 17.03.2021. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/economics/4338691-ukrainski-startapy-zaluchyly-rekordnu-sumu-investyttsii>.
61. Овчаренко Д. ІТ в Україні: куди ми рухаємося. 28.01.2020. URL: <https://dou.ua/lenta/columns/future-of-it-ukraine>.
62. Проблеми та перспективи гармонізації цифрового ринку України з ринками ЄС та країн СхП: аналітичний звіт // ГС «Центр розвитку інновацій». 18.11.2018. 16 с. URL: <https://cid.center/wp-content/uploads/2019/02/аналітичний-звіт-СхП.pdf>.
63. Ministry of Digital Transformation has launched a platform with data on the Ukrainian IT ecosystem. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. 22.12.2020. URL: <https://www.kmu.gov.ua/en/news/mincifri-zapustila-platformu-z-danimi-pro-ukrayinsku-it-ekosistemu>.
64. Strategy of Ukrainian Financial Sector Development until 2025 (with March, 2021). 102 p. URL: <https://bank.gov.ua/en/files/gmzinByGCNNglWc>.
65. The EU budget powering the recovery plan for Europe. #EUbudget #EUSolidarity #StrongerTogether // European Commission. 27.05.2020. 5 p. URL: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet_1_en.pdf?fbclid

=IwAR001o_YEhDbfu5oz0V6Rqzzo_l5VfXXZ68X0SFqDjgXLWlBIRUlrl6oKGVM.

66. The Ukrainian IT Sector: An Overview of Publicly Available Data and Gaps in Market Knowledge. Ministry of Digital Transformation of Ukraine // USAID. Tech Ukraine. Trade+. 2020. 67 p. URL: <https://speakerdeck.com/techukraine/the-ukrainian-it-sector-report>.

67. Інтеграція в глобальні ланцюги доданої вартості: огляд напрацювань та найкращих практик: дайджест № 6 // Аналітичний Центр Industry4Ukraine. URL: <https://www.industry4ukraine.net/digest-6/>.

68. Юрчак О. Українська стратегія Індустрії 4.0 – 7 напрямів розвитку. 2019. URL: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2019/01/02/ukrainska-strategiya-industrii-4-0-7-napriankiv-rozvutku/>

69. Кульчицький І.І., Юрчак О.В. Адвокація розвитку Індустрії 4.0 в Україні. Аналітичний огляд та пропозиції розвитку інтеграційної платформи Industry4Ukraine // Агенція Європейських Інновацій, Міжнародний фонд відродження. 2019. 18 с. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2020/04/Advokatsiya-rozvytku-Industriyi-4.0-v-Ukrayini.-Analitichnyj-oglyad-ta-propozytsiyi-rozvytku-integratsijnoyi-platformy-Industry4Ukraine.pdf>.

70. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку : монографія / В.П. Вишневський, О.В. Вієцька, О.М. Гаркушенко та ін. Київ: Ін-т економіки пром-сті, 2018. 192 с. URL: <https://iee.org.ua/wp-content/uploads/2018/05/2018-Smart-promislovist-v-epohu-tsifrovoyi-ekonomiki.pdf>.

71. Інтеграція України у єдиний цифровий ринок ЄС. Потенційні економічні переваги. Дослідження / П. Яворський, С. Таран, О. Шепотило, О.Гаманюк // Центр аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки. 2020. 53 с. URL: http://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/dig_ukraine_eu_15.12.2020_-_WEB_3.pdf.

72. Ланцюги доданої вартості та розвиток. Підтримка всеохоплюючого та сталого промислового розвитку з боку ЮНІДО. 2015 70 С. URL: <https://industryweek.in.ua/docs/global-value-chains-ukr.pdf>.

73. Національна програма кластерного розвитку до 2027. Концепція. Орієнтири розвитку. Рекомендації. Кластерний комітет платформи Industry4Ukraine. 2021. 74 с. URL: <https://www.industry4ukraine.net/events/programa-klasternogo-rozvutku-2027/>.

74. Посилення стратегічних ланцюгів доданої вартості для сучасної промисловості ЄС. 2018. 93 с. URL: <https://industryweek.in.ua/docs/Strategic-Forum-Strengthening-Strategic-Value-Chains-for-a-future-ready-EU-Industry.pdf>.

75. European observatory for clusters and industrial change. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/cluster/observatory_en

76. Digital Transformation Market by Technology (IoT, Cloud, Big Data, AI), Process Transformation (Customer, Operation, Product, Workforce), End-use Industry (Retail, Healthcare, Manufacturing, Insurance), Industry Size – Global Forecast to 2025. April 2020. 254 p. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5018614/digital-transformation-market-by-technology-iot#relb0-5028076>.

77. Digital Transformation Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Solution, Service), By Deployment (Hosted, On-premise), By Enterprise Size, By End Use, By Region, And Segment Forecasts, 2020–2027. May 2020. 110 p. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/4312547/digital-transformation-market-size-share-and#rela3-5141195>.

Розділ 5

Технології конкурентного бенчмаркінгу в забезпеченні реалізації експортного потенціалу країни

5.1. Використання експортно-орієнтованим бізнесом технологій конкурентного бенчмаркінгу

Використання ефективних технологій ведення бізнесу задля розвитку експортного потенціалу може стати підґрунтам економічного відродження та зміцнення міжнародних конкурентних позицій країни на глобальному рівні. Розвиток експортного потенціалу країни супроводжується внесенням економіки цієї країни в світове господарство та визначає місце національної економічної системи країни у глобальному середовищі.

Крім того, стабільний розвиток експортного потенціалу країни є підґрунтям для формування економіки знань, створення попиту на висококваліфікований персонал. Така константність розвитку сприяє удосконаленню зовнішньоторговельної діяльності та економіки країни в цілому [1, с.227]. Виокремлення груп продукції та послуг, які імпортуються до потужних ринків збуту з інших країн та які можуть вироблятися на території України, дає можливість сформувати пропозиції для інвесторів. Зважаючи на це, особливість сьогоднішнього моменту у сфері експортно-орієнтованого бізнесу полягає в орієнтуванні економічних агентів на експорт продукції та послуг з огляду на те, що у розвинених країнах експортно-орієнтовані суб'єкти економічної діяльності в цілому демонструють кращі результати роботи, порівняно із тими економічними агентами, які функціонують лише на внутрішньому ринку.

Стаючи гравцями на міжнародних ринках, суб'єкти господарської діяльності мають бути обізнаними з підходами до управління експортними операціями на світовому ринку. Це потрібно для розуміння коливань у веденні бізнесу та успішного конкурування на рівних умовах із зарубіжними економічними агентами. На мікроекономічному рівні міжнародна інтеграція змушує виробників-експортерів функціонувати за правилами ринкової економіки та вдаватися до необхідних заходів з покращення власної діяльності шляхом використання сучасних технологій ведення бізнесу. Виходячи з того, що ринкове середовище, у широкому розумінні, складається із споживачів, продукції та послуг, посередників та каналів збуту, комунікацій та фінансових інтересів, суб'єктів господарської діяльності і систем взаємовідносин суб'єктів господарської діяльності на міжнародних ринках, а всі складники об'єднує спонукальний центр – попит, то вектором його руху є виробництво якісної продукції та послуг. Зниження якості продукції та послуг підштовхує економічних агентів зайнятися популком технологій,

які б могли забезпечити підвищення їх експортної активності та зростання їх прибутковості. Виходячи з того, що експортний потенціал, в якому сфокусовані порівняльні переваги країни (ресурсні, економічні, технологічні), носить системний характер, на думку авторки, його реалізація має відбуватися через побудову як внутрішніх, так і зовнішніх економічних відносин та зв'язків [2, с.143]. Таким чином, існує необхідність розроблення не просто стратегічних напрямів і зовнішньоекономічних орієнтирів інтеграції економічних агентів у світове господарство, але й практичних прийомів, які надали б можливість суб'єктам господарської діяльності оцінювати економічні відносини із зарубіжними партнерами і конкурентами та сприяли б ефективному здійсненню внутрішньо економічних перетворень.

Серед таких прийомів суттєве місце займають технології конкурентного бенчмаркінгу. Завдяки сучасним розробкам метод покращення господарської діяльності «бенчмаркінг», який був відомий ще у соціалістичній системі господарювання як метод «запозичення передового досвіду» [3] та «оцінки процесів та їх порівняння з процесами суб'єктів господарської діяльності – світових лідерів з метою отримання інформації, корисної для покращення власної діяльності» [4], оформився в окремий теоретико-методологічний та прикладний напрям – «конкурентний бенчмаркінг», в якому завдання господарської діяльності визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Конкурентний бенчмаркінг дозволяє забезпечувати конкурентоспроможність не тільки окремого підприємства чи окремої галузі, а й економіки в цілому. Область застосування конкурентного бенчмаркінгу не обмежена: державний і приватний сектори економіки, комерційна і некомерційна сфера, виробнича і невиробнича діяльність, експортно-орієнтована діяльність. Фактично конкурентний бенчмаркінг у зовнішньоекономічній діяльності – це поєднання технологій

задля аналізу конкурентів-експортерів, галузевого аналізу та Останні зміни у філософії управління, зокрема, що стосується технологій, вказують на підвищенну увагу експортерів до мінливого глобального конкурентного середовища через аналіз потреб та інтересів споживачів з фокусуванням уваги на якості продукції та послуг і власній конкурентоспроможності з огляду на переваги пропозиції над попитом, на відміну від етапу «Управління завданнями» (Management by Objectives) у 50-х роках, коли, як зазначає фахівець в галузі контролю за якістю Бернардо де Суза, зміст управлінських завдань полягав лише в розробці підсумкових орієнтирів, виконання яких фіксувалося персоналом [5].

У широкому розумінні конкурентний бенчмаркінг у експортно-орієнтованому бізнесі можна представити як певний процес, що складається з шести послідовних дій: моніторинг конкурентного середовища економічного суб'єкта та оцінка конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності суб'єкта господарювання та його основних конкурентів; конкурентне позицювання економічних агентів – вибір стратегічних підрозділів з перевагами у конкурентній боротьбі; пріоритезація; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю економічного суб'єкта; реалізація конкурентної стратегії суб'єкта господарювання. Цей процес передбачає систематичну й упорядковану роботу щодо постійного поліпшення, з одного боку, діяльності економічного агента та, з іншого – мотивації діяльності суб'єкта господарювання і його прагнення до досконалості.

Модель конкурентного бенчмаркінгу, в основі якої лежить модель, запропонована засновником бенчмаркінгу Робертом Кемпом, охоплює декілька етапів, як показано на рис. 5.1. Вона передбачає як підготовчі етапи, так і етапи, які здійснюються під час безпосередньої реалізації проекту та пропонується як базова в аналізі зовнішньоекономічної діяльності.



Рис. 5.1. Етапи конкурентного бенчмарку на основі моделі Р. Кемпа
Джерело: розроблено автором на основі [3]

Конкурентний бенчмаркінг, адаптуючи та сполучаючи за- позичені методи з вже використовуваними, створює ринкові технології, які спрямовані на управління суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, зміну їх характеристик, дослідження експорту продукції та послуг, у тому числі специфічних, невикористаних можливостей процесів, адміністративних методів та співставлення їх з характеристиками економічних агентів-конкурентів [6]. Як видно з рис. 5.1, в основі конкурентного бенчмарку лежить ідея пошуку шляхів, які певним чином поєднують методи теорії і практики управління (управлінські знання) та методи прогнозування, планування, організації, координації, мотивації, контролю (управлінські функції). Використання технологій конкурентного бенчмаркуingu економічними агентами, які займаються експортом, дозволяє сполучити якість, конкурентоспроможність і прибутковість і тим самим створювати конкурентні умови на зовнішніх ринках.

Коли йдеться про розробку управлінських рішень, вибір технологій має проводитися з огляду на специфіку експортера, його внутрішню структуру, структуру управлінських рішень, організаційні процеси та систему відносин, в яких вони здійснюються: формальні, неформальні, міжособистісні або побудовані за ієрархічним принципом. Таким чином, технології конкурентного бенчмаркінгу охоплюють технологію конкуренції та технологію, яка спрямована на забезпечення послідовного, безперервного і поступового поліпшення діяльності економічних суб'єктів заради досягнення нових умов, а саме: якості, прибутковості, конкурентоспроможності продукції та послуг на міжнародних ринках. Зазначимо, що важливим елементом є врахування конкурентним бенчмаркінгом турбулентності глобального середовища. Кожний економічний агент розглядається або як об'єкт, або як суб'єкт впливу, а конкурентний бенчмаркінг є засобом отримання доступу до інформації. Отже, теоретично об'єкти різні, але технологія, яка ними використовується, єдина – конкурентний бенчмаркінг.

Обираючи інструментарій конкурентного бенчмаркінгу експортерам необхідно мати чіткий план аналізу досвіду інших підприємств, галузей, регіонів та країн. Забезпечення зовнішньо-економічної діяльності необхідною інформацією здійснюється на основі повного, цілісного аналізу функціонування системи та її удосконалення в процесі взаємодії з наявкішими умовами [7]. Через системи технологій, до яких належать такі методи управління, які створюють інформаційну та реалізаційну основу, а саме: дослідження ринку, аналіз діяльності конкурентів, TQM та TQC, конкурентний бенчмаркінг вивчає інформацію, пов'язану з експортною діяльністю. Серед інструментів, які використовує конкурентний бенчмаркінг, слід зазначити такі: обмін інформацією; SWOT – аналіз; збалансована система показників (Balanced Scorecard); моделі організаційної самооцінки Т. Конті; карти якості Дж. Далгаарда; моделі

премій в області якості, профіль якості; структурування функції якості; діаграма спорідненості (affinity diagram); діаграма (графік) зв'язків (interrelationship diagram); дерево рішень (tree diagram); матрична діаграма (таблиця якості) (matrix diagram (quality table)); стрілочна діаграма (arrow diagram); поточна діаграма процесу (flow chart); діаграма процесу здійснення програми (process decision program chart); матриця пріоритетів (аналіз матричних даних) (matrix data analysis). Визначити кількісний вплив факторів на об'єм експорту у вартісному виразі дозволяє зокрема методика факторного аналізу, яка також є інструментом конкурентного бенчмаркінгу. Конкурентний бенчмаркінг застосовує методи порівняльного та системного аналізів, нормативно-правового аналізу, аналізу статистичних та економічних даних, їх систематизації, декомпозиції цілей та задач, побудову супідрядної структури робіт, проводить дослідження та порівняння галузей, регіонів та країн. Використовуючи низку підсистем, створених для надання оцінки та програмування безперервних поліпшень результатів управлінських рішень: ABC, CSF, QFD, TCA, TBC, BSC, ROI, TTM, конкурентний бенчмаркінг може застосовуватись для діагностики управління експортними операціями на різних рівнях об'єкта в рухомому і інертному станах, згідно з поняттям конкурентоспроможності.

Для експортно-орієнтованих *підприємств* конкурентний бенчмаркінг носить стратегічний характер, а його концепція спрямована на безперервне вдосконалення діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності шляхом орієнтації на випаді досягнення у всіх функціональних сферах. Концепція конкурентного бенчмаркінгу в експортно-орієнтованому бізнесі ґрунтується на системному аналізі та оцінці діяльності підприємства в порівнянні з досягненнями головних конкурентів на міжнародних ринках, з об'єктивними тенденціями розвитку техніки, науки, технологій та інших областей, з найвищими досягненнями міжнародної практики у

відповідних областях. Технології конкурентного бенчмаркінгу змінюють ставлення економічних експортерів до макро- і мікросередовищ та дозволяють їм створювати єдину інформаційну мережу і стандарти співставлення, які надають їм можливість збирати інформацію про продукцію, послуги і споживачів у глобальному ринковому середовищі, не завжди пов'язану зі сферою діяльності економічних агентів, оскільки вони надають їм кращий доступ до міжнародних ринків та полегшують введення міжнародних стандартів у сфері якості продукції та послуг підприємств, нововведень щодо них, рівня витрат та маркетингових стратегій.

Метою конкурентного бенчмаркінгу експортно-орієнтованої галузі є пошук прикладів передового досвіду та виявлення інновацій у межах певної галузі, а його концепція спрямована на вдосконалення ефективності підприємств. Концепція конкурентного бенчмаркінгу галузі ґрунтується на безперебійному доступі до інформації, аналогічності технології дослідження, зіставності результатів, можливості формування мережі «кращих практик» [8]. Технології конкурентного бенчмаркінгу є високоефективним способом удосконалення підприємств з іншої галузі.

Посилення конкуренції як на національному, так і на світовому ринках актуалізує конкурентний бенчмаркінг регіонів. Метою конкурентного бенчмаркінгу регіонів є адаптація передових практик у сфері державного управління до місцевих умов. Концепція полягає у порівнянні результатів та процесів діяльності й виявлення слабких місць або переваг; запозичення передового досвіду й мінімізацію ризиків; виявлення передових тенденцій; розширення інформаційної бази для визначення пріоритетів стратегічної діяльності регіонів. Для виявлення успішних практик необхідним є детальне вивчення як міжнародного досвіду схожих за умовами районів, так і вітчизняних управлінських практик найуспішніших регіонів.

У міру дозрівання конкурентного бенчмаркінгу процес розширився і охопив ширший спектр заходів: від спроб порівняльного аналізу, зосереджених на питаннях виробництва та логістики, до його використання виробниками продукції та послуг у своїх експортних операціях. На разі технології конкурентного бенчмаркінгу у сфері зовнішньоекономічної політики охоплюють електронне оформлення замовлень, електронне управління трансакціями, перевірку кредитів, увесь комплекс дій, направлених на виявлення унікальності території та її просування з ув'язкою з конкретними задачами розвитку району, створення структур стимулювання економічного розвитку та розширяють можливості для покращення торговельного балансу країни. Технології конкурентного бенчмаркінгу окрім методів оцінки конкурентоспроможності підприємств застосовуються для надання оцінки ефективності експортної діяльності підприємства через виокремлення таких операцій, як формування пріоритетів показників, які досліджуються, класифікацію факторів, які впливають на експортну діяльність підприємства, аналіз та розробку показників ефективності експорту, аналіз експортної діяльності підприємства, аналіз показників, які характеризують об'єм реалізації продукції на експорт, структуру реалізації, грошові потоки від експортних операцій, затрати на експорт, динаміку використання капіталу в експортній діяльності.

Експортний потенціал реалізується економічними суб'єктами усіх рівнів: підприємством, галуззю, регіоном всередині країни, національною економікою, об'єднанням низки держав. Ці структуроутворюючі елементи тісно взаємопов'язані між собою. Використовуючи сукупність сил, засобів і методів роботи в системі експортно-орієнтованого бізнесу, як економічні агенти так і країни, які використовують технології конкурентного бенчмаркінгу, розробляють стратегії та тактики досягнення результатів в якісному розвитку експортної діяльності, вра-

ховуючи реальне фізичне, технічне, правове, фінансове, інформаційне, психологічне і спеціальне забезпечення. Таким чином, у сучасних умовах господарювання, використовуючи технології конкурентного бенчмаркінгу, країна може реалізувати власний експортний потенціалу через такі структуроутворюючі елементи як експортні потенціали підприємств, окремих галузей та регіонів, як показано на рис. 5.2.

Як зазначають фахівці у сфері торгового та митного права Н.Ісаханова та О. Кривецька [9], стратегія забезпечення реалізації експортного потенціалу країни може передбачати декілька сценаріїв та підходів. Зазначимо, що для визначення стратегії, так само як і інструментарію, необхідно чітко розуміти досвід не лише інших виробників, а й галузі та регіонів у цілому. Важливо також, щоб виробники-експортери усвідомлювали реальність, коли з кожним днем світові ринки стають все більш конкурентоспроможними.



Рис. 5.2. Структуроутворюючі елементи реалізації експортного потенціалу країни

Джерело: авторська розробка

Застосування технологій конкурентного бенчмаркінгу в експортній діяльності є доцільним з декількох причин. По-перше, в експортно-орієнтованому бізнесі не вистачає знань про найкращі практики та немає вичерпного переліку експортної практики. Багато вітчизняних дрібних виробників мало знають про процес експорту в цілому, а ще менше – про найкращі практики в цій галузі. Проблемним аспектом просування експорту є також відсутність у підприємців знання правил та умов Світової організації торгівлі. По-друге, відсутній контроль діяльності економічних агентів внаслідок недостатнього професіоналізму в роботі із спеціальною інформацією. По-третє, Україна суттєво відстает від провідних країн світу у сфері експорту послуг. Аналіз діяльності українських підприємств показав, що не всі підприємства, які надають послуги з високою часткою доданої вартості, спроможні самостійно організувати кредитування збути своєї продукції на світовому ринку. Ситуацію, на думку авторки, можна виправити шляхом імплементації зарубіжного досвіду застосування інструментів підтримки експорту. Саме цим займається конкурентний бенчмаркінг. Крім того, конкурентний бенчмаркінг дозволяє швидко інтенсифікувати, диверсифікувати, адаптувати бізнес, використовуючи наявні можливості зовнішнього середовища, досвід та наявні ресурси не тільки своїх партнерів, а й конкурентів. Вищезазначене є суттєвим з огляду на обмеженість ресурсів та необмеженість попиту.

Останні емпіричні дослідження консалтингової компанії *Bain and Co* щодо використання топ-10 інструментів ведення бізнесу, показали, що конкурентний бенчмаркінг увійшов у четвірку незмінних з 1993 року інструментів ведення бізнесу, як видно з таблиці 5.1. Підприємства використовують конкурентний аналіз, щоб:

(а) підвищити продуктивність, оскільки конкурентний бенчмаркінг визначає методи підвищення ефективності роботи та дизайну продукту;

Таблиця 5.1

Рейтинг інструментів ведення бізнесу на основі їх
використання економічними агентами у 2017 р.

1993	2000	2014	2017
Цілі та задачі організації (88 %)	Стратегічне планування (76 %)	Управління відносинами з клієнтами (46 %)	Стратегічне планування (48 %)
Задоволення клієнтів (86 %)	Цілі та задачі організації (70 %)	Бенчмаркінг (44 %)	Управління відносинами з клієнтами (48 %)
Управління якістю (72 %)	Бенчмаркінг (69 %)	Опитування з зачлененням працівників (44 %)	Бенчмаркінг (46 %)
Профілювання конкурентів (71 %)	Аутсорсинг (63 %)	Стратегічне планування (44 %)	Передова аналітика (42 %)
Бенчмаркінг (70 %)	Задоволення клієнтів (60 %)	Аутсорсинг (41 %)	Управління ланцюгами поставок (40 %)
Оплата за продуктивність (70 %)	Стратегії зростання (55 %)	Збалансована система показників (38 %)	Задоволення клієнтів (38 %)
Реінжиніринг (67 %)	Стратегічні альянси (53 %)	Цілі та задачі організації (38 %)	Програми управління змінами (34 %)
Стратегічні альянси (62 %)	Плата за продуктивність (52 %)	Управління ланцюгами поставок (36 %)	Управління якістю (34 %)
Скорочення часу циклу (55 %)	Сегментація клієнтів (51 %)	Програми управління змінами (34 %)	Цифрове перетворення (32 %)
Самоврядні команди (55 %)	Ключові компетенції (48 %)	Сегментація клієнтів (30 %)	Цілі та задачі організації (32 %)

Джерело: розроблено на основі [10]

(б) зрозуміти позицію відносної вартості, оскільки конкурентний бенчмаркінг виявляє відносну позицію підприємства щодо витрат і визначає можливості для покращення;

(в) отримати стратегічну перевагу, оскільки конкурентний бенчмаркінг допомагає компаніям зосередитися на можливостях, які є вирішальними для створення стратегічної переваги;

(г) підвищити швидкість організаційного навчання, оскільки конкурентний бенчмаркінг приносить нові ідеї в компанію та полегшує обмін досвідом.

Дослідження тієї ж консалтингової компанії *Bain and Co* у 2017 році також показали, що конкурентний бенчмаркінг займає четверту позицію серед 25 найпопулярніших інструментів, які застосовуються міжнародними суб'єктами господарювання:

1. Передова аналітика
2. Гнучке управління
3. Збалансована система показників
4. *Бенчмаркінг*
5. Рейнжиніринг бізнес процесів
6. Програми управління змінами
7. Зменшення складності
8. Ключові компетенції
9. Аналіз подорожей клієнтів
10. Управління відносинами з клієнтами
11. Системи задоволення клієнтів
12. Сегментація клієнтів
13. Цифрове перетворення
14. Системи залучення працівників
15. Інтернет речей
16. Злиття та поглинання
17. Цілі та задачі організації
18. Організаційне управління часом
19. Моделі оптимізації цін

20. Сценарій та планування непередбачених ситуацій
21. Стратегічні альянси
22. Стратегічне планування
23. Управління ланцюгами поставок
24. Управління якістю
25. Складання бюджету на основі нуля

З огляду на вищесказане, на думку авторки, конкурентний бенчмаркінг має свої особливості застосування економічними суб'єктами, які беруть участь в експортно-орієнтованій діяльності: підприємством, галуззю, регіоном всередині країни, національною економікою, об'єднанням кількох держав. Так, конкурентний бенчмаркінг експортної діяльності *підприємств* має передбачати шість основних кроків, як показано на рис. 5.3. Під час виконання цих кроків проводиться попередня характеристика експортної діяльності за системою найважливіших показників, детально аналізуються фактори та причини, що визначають ці показники. На основі бенчмаркінгування проводиться оцінка ефективності експортної діяльності підприємства.

На першому етапі під час проведення конкурентного бенчмарку експортної діяльності підприємств аналізуються узагальнюючі показники оцінки експортної діяльності підприємств для отримання попередніх результатів аналізу. Проводиться аналіз об'ємів продажів у натуральному та вартісному виразі в загальному, загальні затрати на транспортування, страхування та митне оформлення експортних поставок. При цьому показники можуть бути як цільовими, на які направлений аналіз на окремих етапах, так і вхідними для подальших етапів аналізу. Через узагальнюючі показники здійснюється зв'язок між окремими етапами в системі конкурентного бенчмаркінгу.

При бенчмаркінгуванні особлива увага приділяється дослідженю взаємного зв'язку та обумовленості окремих показників та факторів, які впливають на експортну діяльність підприємства. Слід зауважити, що важливим є визначення основних



Рис. 5.3. Загальна схема аналізу основних груп показників при конкурентному бенчмаркінгу експортної діяльності підприємств

Джерело : розроблено на основі [11]

взаємозв'язків та факторів, які дають як якісні так і кількісні характеристики. Якісний підхід, вербальний огляд, обговорення є важливими складовими конкурентного бенчмаркінгу, оскільки проведення порівнянь описового характеру означає вироблення узгоджених критеріїв оцінки експортного потенціалу, підкритеріїв для чіткого опису практики ведення експортної діяльності.

Результати аналізу контрактного портфеля з експортних поставок є другим кроком, але першочерговим джерелом інформації для планування потоку грошових засобів від експортної

діяльності. Додамо, що план виробництва продукції на основі підписаних договорів дозволяє уникнути ризику виробництва незатребуваної продукції у майбутньому.

Для того, щоб провести якісний аналіз експортної діяльності та визначити її ефективність для надання достовірної інформації для прийняття управлінських рішень в цій сфері, крім сукупного грошового потоку від експорту розраховується середній об'єм поставок від експортних контрактів кожного виду продукції та послуг товарної номенклатури, прибутковість контрактів, співвідношення кількості договорів і сукупного об'єму реалізації експортної продукції та послуг, аналізується географічна концентрація споживачів продукції та послуг для того, щоб виокремити найбільшу прибуткову продукцію та послугу для нарощування об'ємів її виробництва, перспективних для експорту регіонів [12].

Третій етап конкурентного бенмаркінгу підприємств передбачає на напу думку аналіз об'єму продажів експортної продукції, що полягає у вивченні динаміки простих показників об'єму продажів експортної продукції в натуральному та вартісному виразі. Це дозволяє визначити фактори підвищення об'єму реалізації. Методика факторного аналізу дає можливість виявити кількісний вплив факторів на об'єм продажів у вартісному вираженні. Важливим аспектом на цьому етапі є проведення аналізу товарної структури експорту, що дозволяє оцінити ефективність політики підприємства стосовно асортименту продукції та послуг, прогнозувати потреби споживачів, своєчасно ці потреби задовольняти та ефективно складати плани виробництва продукції та послуг [13].

Аналіз використання капіталу в експорті є наступним етапом, який охоплює декілька аспектів: аналіз ефективності та інтенсивності використання капіталу, який є задіяним в експортній діяльності та аналіз ефективності використання позикового та власного капіталу [14].

Аналіз ефективності експортної діяльності передбачає також аналіз динаміки показників ефективності експортної діяльності, виконання планів, виявлення негативних та позитивних факторів, які впливають на їх величину, оскільки ефект від експортної діяльності підприємства отримує при реалізації виробничої продукції та надання послуг, які експортується.

Заключним кроком конкурентного бенчмаркінгу експортної діяльності підприємства має стати узагальнюючий аналіз, який надається у формі звіту. Зазначимо, що надання звіту є загальноприйнятою практикою при проведенні конкурентного бенчмаркінгу. Звіт поширюється серед учасників конкурентного бенчмаркінгу задля впровадження змін у роботу підприємств з подальшим контролем показників та удосконаленням експортної діяльності підприємств. При проведенні аналізу систематизуються результати проведеного дослідження, оцінюється стан контрактної роботи, об'ємів продажів, ефективності використання капіталу, ефективності експорту в цілому і за видами найбільш прибуткової продукції та послуг.

Таким чином, технології конкурентного бенчмаркінгу забезпечують конкурентоспроможність суб'єкта господарської діяльності в довгостроковій перспективі, бо вони спрямовані на пошук найбільш перспективних управлінських рішень в сфері експортного бізнесу, що безпосередньо впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки. Більше того, зіставлення економічних агентів дозволяє стимулювати розвиток останніх, випуск ними нових видів продукції і надання нових послуг з використанням наукових досліджень, передових технологій, які забезпечують ефективне використання ресурсів. Важливу роль при цьому відіграє співвідношення стратегій нововведень і загальної стратегії суб'єктів господарювання, оскільки, якщо нововведення виникають ізольовано, то їх впровадження опиняється під загрозою.

Технології конкурентного бенчмаркінгу стосуються також галузей та регіонів, адже надають можливість відбирати перспективні галузі шляхом поєднання кількісних і якісних критеріїв при бенчмаркуванні продукції та послуг, які пропонуються цими галузями. Основна задача конкурентного бенчмаркінгу полягає у виокремленні галузей, які можуть:

- надати ринку збалансований перелік якісних існуючих та нових продукції та послуг;
- стимулювати інновації, модернізацію і створення високої доданої вартості, створення нових робочих місць, залучення вітчизняних та іноземних інвестицій;
- сприяти розвитку потенціалу для розвитку малих та середніх підприємств;
- мати наявні порівняльні переваги потенціалу залучення країни до глобальних ланцюгів доданої вартості;
- сприяти роботі суміжних галузей.

Конкурентний бенчмаркінг аналізує динаміку та структуру розвитку глобальної економіки, слідкує за галузями, що розвиваються в усьому світі та можуть стати рушійною силою для зростання у найближчі роки як видно з таблиці 5.2.

Зазначимо, що доступ українських виробників до традиційних експортних ринків значно ускладнився. Конкурентний бенчмаркінг сприяє на основі здійсненого аналізу тенденцій розвитку світової економіки розробляти секторальні та крос-секторальні стратегії, спонукає до географічної диверсифікації експорту української продукції та послуг, готовності до змін кон'юнктури на міжнародних ринках та пошуку нових перспективних ринків збуту.

Виходячи з того, що реалізація експортного потенціалу країни залежить від потенціалу на липше підприємства, а й певної галузі та регіонів, державні проекти з конкурентного бенчмаркінгу в сфері підвищення експортного потенціалу галузей та регіонів України, на думку авторки, також можуть викорис-

Таблиця 5.2

**Класифікація перспективних секторів української
економіки за типами та потребами**

Галузь	Тип галузі, залежно від актуального рівня розвитку, зри- лості та необхіднос- ті підтримки	Результати конкурентного аналізу
Авіаційна промисловість	перебуває у стані занепаду або темпи розвитку уповільнилися	спрямований на створення високої доданої вартості та розвиток інновацій; потребує залучення інвестицій та інновацій
Важке машинобудування	перебуває у стані занепаду або темпи розвитку уповільнилися	потребує залучення інвестицій та інновацій
Інформаційні та комунікаційні технології	перебувають на стадії швидкого зростання	повинні використовувати існуючі можливості на зовнішніх ринках та становити складову до даної вартості
Харчова та переробна промисловість	перебувають на стадії швидкого зростання	сприяє переробці в Україні сировини у продукцію з високою доданою вартістю; сприяє поліпшенню іміджу країни закордоном; може дати позитивні результати від її підтримки у короткостроковій перспективі; повинні використовувати існуючі можливості на зовнішніх ринках та становити складову до даної вартості
Креативні індустрії	перебувають на етапі формування	потребує комплексної інституційної підтримки, спрямованої на її розвиток з метою досягнення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках

Продовження табл. 5.2

Туризм	перебувають на етапі формування	сприяє поліпшенню іміджу України за кордоном; просуває імідж країни за кордоном шляхом здійснення заходів в Україні; потребує комплексної інституційної підтримки, спрямованої на її розвиток з метою досягнення конкурентоспроможності на зовнішніх ринках
--------	---------------------------------	---

Джерело: авторська розробка

товувати технології конкурентного бенчмаркінгу. Їх особливістю є:

- виявлення та аналіз потреб країни, які можуть бути забезпечені за рахунок наявних або потенційних промислових потужностей України;
- виявлення можливостей для виходу на зовнішні ринки, у тому числі, європейські ринки, шляхом витіснення виробників із інших країн, що не відносяться до Європейського Союзу, внаслідок преференцій, які надаються згідно Угоди про асоціацію.

Основні етапи визначення та аналізу перспектив української промисловості на потужних зовнішніх ринках наведено на рис. 5.4.

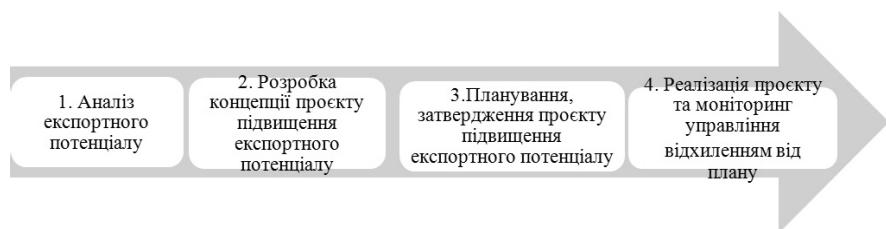


Рис. 5.4. Етапи державних проектів у сфері підвищення експортного потенціалу галузі, регіону

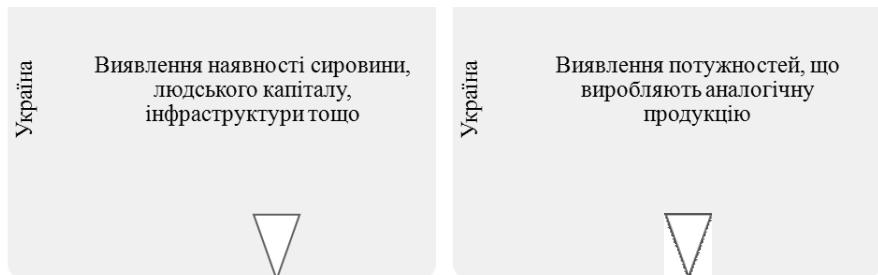
Джерело: розроблено автором на основі [3]

КОНКУРЕНТНИЙ БЕНЧМАРКІНГ

потреб країн:



потенціалу України:



стимулювання інвестиційних пропозицій

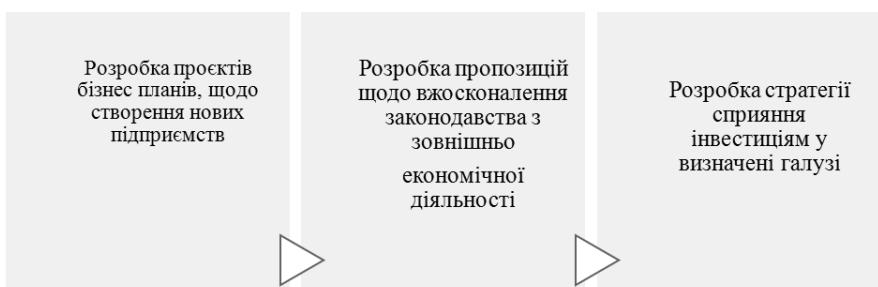


Рис. 5.5. Етапи процесу реалізації експортного потенціалу країни шляхом використання технології конкурентного бенчмаркінгу

Джерело: авторська розробка

Як показує міжнародний досвід стимулування експорту, основною політикою його стимулування є інформування та дослідження ринку. Конкурентний бенчмаркінг потреб зарубіжних країн у продукції та послугах може бути корисним з одного боку для знаходження напрямів для експорту української продукції та послуг, з іншого боку – формування пропозицій для інвесторів як видно з рис. 5.5. За допомогою розуміння реальних процесів та через набуття конкурентних переваг, які можна утримати протягом тривалого часу, вони втілюються у певний рівень реалізації експортного потенціалу.

Конкурентний бенчмаркінг щодо перспектив українських підприємств на зовнішніх ринках ми пропонуємо здійснювати послідовно у декілька етапів: визначення потреб певних країн, можливостей України, формування інвестиційних пропозицій (див. рис. 5.5). На першому етапі здійснюється конкурентний бенчмаркінг потреб країни у продукції та послугах. При цьому використовуються декілька критеріїв для внесення груп продукції та послуг до переліку для їх подальшого аналізу. Одним з критеріїв бенчмаркінгування є наявність додатної динаміки росту імпорту продукції та послуг за останні роки на певний закордонний ринок з інших країн. Ще одним критерієм бенчмаркінгування є суттєві обсяги імпорту до певної країни, які свідчать про наявність масивного ринку збути такої продукції та послуг. Далі відбувається перехід до деталізованого уточнення асортименту продукції та послуг, що відповідає критеріям бенчмаркінгування за класифікацією продукції та послуг, що регламентується Гармонізованою системою опису та кодування товарів Всесвітньої митної організації [15]. Наступним критерієм бенчмаркінгування є конкурентоспроможність виробників з інших країн. При цьому розглядаються такі показники, як вартість робочої сили, транспортні витрати, наявність чи відсутність квот та інших бар'єрів. Результатом конкурентного бенчмаркінгу має стати список найменувань продукції та по-

слуг, на які є попит та які імпортуються з інших країн, перед якими Україна має конкурентні переваги. На другому етапі відбувається конкурентний бенчмаркінг можливостей (реальних та потенційних) України на зовнішніх ринках та задоволення наявного попиту на імпорт продукції та послуг на зовнішні ринки. Реальні можливості полягають у наявності вже існуючих виробничих потужностей, що виробляють аналогічну продукцію та послуги та можуть за необхідності модифікувати і збільшити їх виробництво для відправки на експорт. Потенційні ж можливості полягають у наявності більшості з необхідних ресурсів для створення ще одного виробництва: кадрових ресурсів, необхідної сировини, розвинутої інфраструктури, виробничих майданчиків тощо. Виявлення таких фактичних та можливих потенціалів щодо створення виробництва продукції та послуг для експорту під час проведення конкурентного бенчмаркінгу може зацікавити іноземних та вітчизняних інвесторів. На етапі «стимулювання інвестиційних пропозицій» визначаються глобальні питання та шляхи заохочення потенційних інвесторів.

Фінальним етапом бенчмаркінгування є подання звіту. У звіті, який надається учасникам конкурентного бенчмаркінгу визначаються потреби та шляхи вирішення проблем та готуються пропозиції для майбутніх інвесторів. Такі пропозиції надаються у вигляді проектів бізнес-планів з визначенням основних показників, що характеризують інвестиційну привабливість пропозиції: очікуваний попит, наявні ресурси, необхідні витрати, термін окупності.

Таким чином, технології конкурентного бенчмаркінгу містять у собі своєрідний мультиплікативний ефект, який поєднує інтереси економічних суб'єктів та вирішення низки питань, серед яких питання (а) прибутковості суб'єктів господарювання, адже, виробляються оптимальні управлінські рішення, які мають на увазі високу якість прогнозування тенденцій розвитку

міжнародних ринків, що, в свою чергу, визначається якісним аналізом поточної ситуації в глобальному конкурентному середовищі; (б) відновлення і розвиток експортного потенціалу країни, підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг на світових ринках, формування раціональної структури експорту; (в) забезпечення економічної безпеки з огляду на нинішній стан зовнішньоекономічних зв'язків.

Наявність власного інструментарію, методів і технік та такої важливої ознаки як «самовідновлюваність при порушенні рівноваги економічного агента через турбулентність середовища його функціонування» надають можливість вважати конкурентний бенчмаркінг технологією, яка займає належне місце в експортно-орієнтованій діяльності. Особливо нагальною технологія є з огляду на те, що існуючі на сьогодні умови для діяльності підприємництва не стимулюють українські підприємства до розвитку інноваційної діяльності та не сприяють диверсифікації економіки.

Таким чином, використання технологій конкурентного бенчмаркінгу надає можливість економічному агенту отримати конкурентні переваги, що змінює конкурентоспроможність продукції та послуг, призначених для реалізації на світовому ринку, що об'єктивно пов'язано із посиленням експортного потенціалу країни.

5.2. Місце конкурентного бенчмаркінгу в експортно-орієнтованій моделі розвитку країни

Сьогодні українські експортери стикаються з проблемами проникнення на ринки розвинутих країн світу. Через сировинну орієнтацію експорту українська економіка натикається на ринкові фактори щодо експорту продукції та послуг, які не завжди використовуються на її користь та можуть призвести до послаблення обробної промисловості, а саме її найважливішої галузі – машинобудування та галузей з потенціалом до розвит-

ку – цивільне літакобудування та виробництво автомобілів. Немає сумніву, що внутрішнє економічне зростання України буде залежати від кон'юнктури міжнародних ринків. Вирішити проблему має експортно-орієнтована модель економічного розвитку України, у якій, на думку авторки, важливе місце належить конкурентному бенчмаркінгу.

Конкурентний бенчмаркінг є однією з тих технологій, використання яких забезпечить повніше й ефективніше використання потенціалу взаємозв'язків України з розвиненими країнами світу, особливо в трансфері технологій, залученні прямих інвестицій, запровадженні сучасних систем менеджменту та маркетингу. Переваги й вигоди для експортерів значно переважають недоліки і проблеми, пов'язані з виходом на міжнародні ринки збути. Як і будь-яке рішення в бізнесі, рішення експортувати вмотивовано ідеєю порівняльних переваг і досягненням міжнародної конкурентоспроможності. Потенційні переваги експорту включають в себе глобальну конкурентоспроможність економічного агента у всіх сферах бізнесу, нівелювання бізнес-ризиків завдяки наявності багатьох зовнішніх ринків для експорту продукції та послуг, збільшення обороту і отримання стимулів для продовження діяльності.

Особливі характеристики технологій конкурентного бенчмаркінгу визначають його вагому роль у проникненні на міжнародні ринки та посиленні експортного потенціалу України (див. рис. 5.6).

Супідрядність кроків при проведенні конкурентного бенчмаркінгу, по-перше, посилює рівень інтелекту (IQ) вітчизняних підприємств та, по-друге, робить внесок у розвиток зовнішньоекономічної діяльності України. Зібрали дані, експерт з конкурентного бенчмаркінгу перетворює їх на інформацію. Ця інформація разом із статистичними даними, оглядом різноманітних джерел перетворюється в знання, які у відділах конкурентного бенчмаркінгу стають спеціальними знаннями.

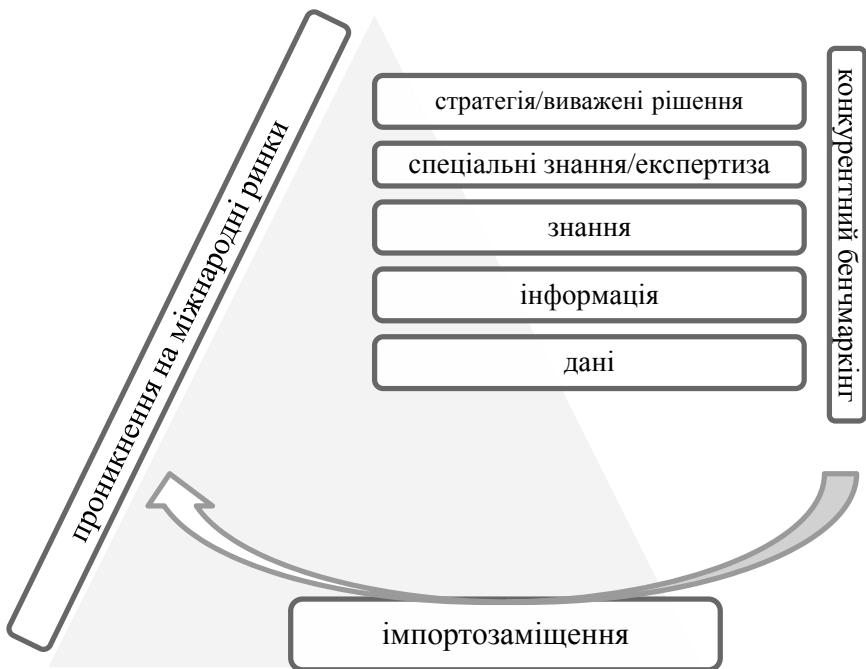


Рис. 5.6. Місце конкурентного бенчмаркінгу в експортно-орієнтовній моделі розвитку

Джерело: авторська розробка

Спеціальні знання застосовуються для створення стратегії дій при виході на потужні ринки збуту. Конкурентний бенчмаркінг безпосередньо крім трьох основних видів капіталу (людського, структурного та капіталу відносин, тобто соціального капіталу, отриманого від клієнтів та стейкхолдерів), на думку авторки, використовує ще один вид капіталу – конкурентний капітал. Конкурентний капітал стосується інформації про конкурентів та є важливою інформаційною сировиною, з огляду на ситуацію світової економічної дійсності, що обумовлює наявність високого рівня конкуренції на світових ринках, труднощі електронного управління трансакціями, послаблення зв’язку глобального ринку з географічною територією.

Зазначимо, що для проникнення на міжнародні ринки та отримання переваг з доданої вартості конкурентний бенчмаркінг використовує як капітал відносин, конкурентний та людський (стосується знань, якими володіють співробітники) капітали, так і структурний капітал, що полягає в знаннях, які не можна забрати додому з роботи (права інтелектуальної власності, певні бази даних тощо). Досягнення успішних конкурентів та економічних агентів-лідерів, методи та прийоми, які вони використовують, стають предметом аналізу економічних агентів-реципієнтів та адаптуються ними до особливостей їх діяльності. У процесі адаптації споживач стає партнером бенчмаркінгуальника, оскільки при прийнятті рішень враховується і його голос. Системність у використанні конкурентного бенчмаркінгу є чинником підвищення рівня експортного потенціалу суб'єктів та фактором, що забезпечує реалізацію експортного потенціалу країни.

По-друге, відмінні показники експорту при використанні конкурентного бенчмаркінгу досягаються завдяки використанню позиційних переваг над конкурентами на ринках збути продукції та послуг. Підприємства відрізняються з точки зору цілей та критеріїв бенчмаркінгування, які вони застосовують для оцінки показників експорту та можуть відрізнятися щодо цілей експорту, показників ефективності та контрольних показників. Конкурентний бенчмаркінг вимірює експортні показники з урахуванням диференційовано зважених цілей та на основі конкретних орієнтирів, які менеджери враховують у своїх експортних операціях.

По-третє, з огляду на основні причини участі українських підприємств в експортній діяльності, а саме (а) прагнення до збільшення прибутків від продажу продукції та послуг і (б) застосування стратегії диверсифікації збути продукції та послуг, популлярні методи (конкурентний бенчмаркінг), які ведуть до покращення зовнішньоекономічної діяльності дозволяє під-

приємствам компенсувати низькі темпи зростання продажів на одних ринках за рахунок високих темпів зростання на інших, уникати несподіваних труднощів та деяких основних проблем, пов'язаних із експортом. Підприємствам, які можуть в той чи інший час знаходитися на різних етапах свого розвитку, у тому числі тих, які починають займатися експортом зовсім випадково, експерти з конкурентного бенчмаркінгу розробляють рекомендації щодо стратегій експорту, ознайомлюють з кроками щодо реалізації експортної діяльності.

По-четверте, застосування технологій конкурентного бенчмаркінгу на рівні держави може стати відправною точкою у визначенні стратегічних галузей промисловості.

Інша важлива характеристика конкурентного бенчмаркінгу у забезпеченні реалізації експортного потенціалу полягає у визначенні об'єктів використання, об'єктів вивчення, об'єктів зіставлення та видів інформації. Так, об'єктами використання виступають підприємства, галузі, регіони, країни, об'єктами вивчення – споживачі, експортери–донори інформації, методи ведення бізнесу експортерами–донорами інформації. Об'єкт зіставлення тісно пов'язаний із ключовими факторами успіху, а отже, зростанням доходу і прибутковістю – факторами, які найбільш серйозним чином визначають експортний потенціал економічного агента, який прагне досягти успіху у своєму виді діяльності в нових умовах з метою подальшої організації зовнішньоекономічної діяльності, які ефективно позначаються на результатах його функціонування. Всі ці характеристики неможливі без стрижневої – інформації. Аналіз діяльності експортерів-конкурентів є невід'ємною складовою конкурентного бенчмаркінгу та проводиться на основі збирання, обробки, узагальнення, моніторингу, комплексного та систематизованого використання інформації аналітичним відділом конкурентного бенчмаркінгу. Як види інформації використовуються внутрішні дані про експортерів та зовнішні дані про конку-

рентів, партнерів, лідерів. Повна картина ситуації, яка склалася на внутрішніх та міжнародних ринках формується на основі збирання якомога повної, у тому числі (напів)конфіденційної інформації про діяльність різних суб'єктів ринкового середовища, аналізу та оцінки фактичного стану конкурентного потенціалу експортерів, галузі, регіону, країни і всього глобального ринку в цілому, а не лише на основі порівняння з одним конкурентом.

Стратегія такого порівняння складає суть конкурентного бенчмаркінгу для посилення експортного потенціалу економічних агентів різних рівнів, що надає можливість зробити аналіз ключових факторів успіху (конкурентних переваг) як найбільш значущих показників – чинників, які приносять Україні переваги перед країнами-конкурентами та визначити шляхи вдосконалення цих показників. Таким чином, аналіз сприяє розробці моделі посилення експортного потенціалу країни. У кінцевому підсумку це позитивно впливає на формування експортного потенціалу країни.

Визначаючи предмет конкурентного бенчмаркінгу, за вихідну беремо модель системи управління, яка включає процеси та субпроцеси з їх вхідними даними, висновками й критеріями визначення результата, а центральною ланкою розуміння того, що конкурентний бенчмаркінг є, з одного боку, процесом, а з іншого – результатом цього процесу. По-перше, це процес і результат застосування кращих методів конкурентом, по-друге, процес і результат використання отриманої інформації на користь реципієнта. Результати конкурентного бенчмаркінгу поряд з результатами маркетингових досліджень використовуються при виробленні цілей і стратегії діяльності економічного агента, який займається експортною діяльністю. Таким чином, предметом конкурентного бенчмаркінгу при вирішенні питання забезпечення реалізації експортного потенціалу безпосередньо є експортний потенціал. Властивості конкурентного бенчмаркін-

ту дозволяють ідентифікувати його місце в системі забезпечення експортного потенціалу країни:

- створення системи аналітичних досліджень зовнішньоекономічної діяльності для захисту власної сфери впливу;
- виявлення рівня розвитку конкурентів та шляхів досягнення цього рівня у порівнянні з реципієнтом;
- виявлення власних резервів для удосконалення своєї діяльності;
- створення економічним агентом власного інтелектуального активу;
- встановлення ділових зв'язків з партнерами та експертами з метою мінімізації затрат на оцінювання власної діяльності та діяльності суб'єктів господарської діяльності-донорів;
- зміцнення позицій на національному та світовому ринках експорту продукції та послуг;
- упорядкування структури експортного кошика;
- забезпечення активного переходу до втілення експортно – орієнтованої стратегії, що має відбуватися паралельно з реалізацією Україною політики імпортозаміщення.

Ще однією рисою є те, що конкурентний бенчмаркінг, використовуючи інформацію, її властивості і закони, а також явні і неявні знання із зовнішнього середовища, зіставляє його з внутрішніми знаннями і створює нове управлінське знання, яке використовується для (а) розвитку економічних відносин з усіма країнами світу на основі взаємної вигоди і рівноправності; (б) обміну інформацією з економічним агентом-партнером за умови невтручання у його внутрішні справи; (в) виконання прийнятих міжнародних зобов'язань; (г) активної участі в міжнародних фінансових і торговельних організаціях, угодах і конвенціях, що відповідають інтересам та потребам економічного агента. По-четверте, досвід показує, що конкурентний бенчмаркінг є проявом процесів міжнародної глобалізації, і обмін інформацією у даному випадку виступає інструментом

розвитку бізнесу і способом зниження витрат [16]. У широкому розумінні конкурентний бенчмаркінг можна представити як певний процес, що складається з шести послідовних дій:

- моніторинг конкурентного середовища підприємства, що полягає в діагностуванні галузі;
- аналіз конкурентоспроможності підприємства та діагностування його основних конкурентів;
- конкурентне позицювання підприємства – вибір стратегічних підрозділів з перевагами в конкурентній боротьбі;
- пріоритетзація;
- розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства;
- реалізація конкурентної стратегії економічного агента.

Цей процес передбачає систематичну й упорядковану роботу щодо постійного поліпшення, з одного боку, діяльності економічного агента та, з іншого – мотивації діяльності суб’єкта господарювання та його прагнення до досконалості. Це не лише технологія конкуренції, а це менеджмент-технологія, що спрямована на забезпечення послідовного, безперервного і поступового поліпшення діяльності економічних суб’єктів заради досягнення нових умов, а саме: якості, прибутковості, конкурентоспроможності задля реалізації експортного потенціалу економічних агентів як продуcentів продукції та послуг, які входять до експортного потенціалу галузі та є складовою експортних потенціалів окремих галузей та, у свою чергу, країни в цілому.

Додамо, що удосконалення експортної діяльності має підпорядковуватися ідеї інтеграції, оскільки у розвинених країнах велика увага приділяється розбудові експортних ринків. У першу чергу це стосується структури експортного кошика. На даному етапі його структура складається в основному з продукції та послуг з відносно низькою доданою вартістю, а наявні ресурси,

зокрема потенціал висококваліфікованих кадрів, не використовуються повною мірою. Так, конкурентний бенчмаркінг інформації з відкритих джерел, пов'язаної з зовнішньоекономічною діяльністю, показав, що:

- на рівні підприємств існує необхідність удосконалення навичок і компетенцій малих та середніх підприємств, необхідних для участі в міжнародній торгівлі;
- на рівні галузей/регіонів одним з основних елементів є забезпечення необхідною підтримкою всіх, хто має намір займатися підприємництвом, шляхом створення умов для розвитку бізнес-ідей;
- на рівні держави важливим є утворення єдиної цілісної системи з метою координації дій та надання підприємствам послуг, необхідних для їх успішної діяльності на зовнішніх ринках (попилення інформації про чинні умови та можливості виходу на нові ринки, надання консультацій щодо визначення зовнішнього попиту на продукцію та послуги, надання практичних рекомендацій стосовно вдосконалення продукції та послуг з метою підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках); зміцнення комплексної інституційної основи для стимулування інновацій; розроблення дієвих фінансових рішень для підприємств та спрощення процедури торгівлі; поліпшення правових та економічних умов для здійснення експортно-орієнтованого бізнесу.

Таким чином, в українських реаліях основними завданнями конкурентного бенчмаркінгу у сфері зовнішньоекономічної діяльності мають стати:

- розвиток міжнародної торгівлі та реалізація створення єдиної цілісної системи;
- попилення інформації про чинні умови та можливості виходу на нові ринки;
- надання консультацій щодо визначення зовнішнього попиту на продукцію та послуги;

- надання практичних рекомендацій стосовно вдосконалення продукції та послуг з метою підвищення конкурентоспроможності економічних агентів на міжнародних ринках;
- зміцнення інноваційного потенціалу підприємств, галузей, регіонів.

Зміцнення саме інноваційного потенціалу є вкрай важливим для економіки України. Основна конкуренція розгортається навколо процесів, головним засобом досягнення досконалості яких стає використання інформації та знань. Інноваційний потенціал у цьому випадку розуміється як здатність підприємства, галузі, регіону, країни в ринкових умовах здійснювати інноваційну діяльність та виробляти оптимальну кількість конкурентоспроможної продукції чи послуг при ефективному використанні наявних ресурсів.

Здатність економічного суб'єкта виробляти конкурентоспроможну продукцію та надавати конкурентоспроможні послуги, які можуть подолати існуючі експортні бар'єри та бути ефективно проданими на міжнародних ринках, зміщує акценти у бік конкурентоспроможності з наступною необхідністю виявлення адекватних конкурентних переваг та не може обмежити коло потенційних експортерів, як зазначають українські науковці С.В. Князь, Н.М. Байдала, Р.Б. Вільгуцька [17]. Навпаки, зіставлення економічних агентів-донорів та економічних агентів-реципієнтів дозволяє стимулювати розвиток останніх, підсилити експорт нових видів продукції і послуг. Увага приділяється економічними агентами, які працюють на різних рівнях (підприємство, галузь, регіон, країна), міжрегіональному співробітництву, зокрема формуванню регіональних кластерів і кластерних об'єднань, впровадженню проривних технологій та інновацій, що гарантують дієве використання ресурсів і підприємницьких можливостей.

Беручи до уваги тренди в управлінні глобальними підприємствами на світових ринках продукції та послуг авторка вва-

жає, що не всі суб'єкти підприємницької діяльності впроваджують та використовують на повну інновації та конкурентний бенчмаркінг. З точки зору Р. Кемпа, підприємства втрачають зв'язок із своїми основними бізнес-процесами та не залишають спеціалістів, які могли б описати важливі для підприємства процеси [3].

Таблиця 5.3

Динаміка експорту продукції та послуг у Україні за основними групами товарів за 2014-2020 рр., млрд. доларів

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Продукти рослинного походження	8,7	8	8,1	9,2	9,9	12,9	11,9
Недорогоцінні метали та вироби з них	15,2	9,5	8,3	10,1	11,6	10,3	9
Жири, олії тваринного та рослинного походження	3,8	3,3	4	4,6	4,5	4,7,	5,7
Мінеральні продукти	6,1	3,1	2,7	3,9	4,3	4,9	5,3
Машини, обладнання та механізми	5,7	3,9	3,6	4,3	4,7	4,5	4,5
Харчові продукти	3,1	2,5	2,5	2,8	3	3,2	3,4
Продукція хімічної промисловості	3,1	2,1	1,6	1,7	1,9	1,9	2
Деревина та вироби з неї	1,3	1,1	1,1	1,2	1,5	1,4	1,4
Живі тварини, продукти тваринного походження	1	0,8	0,8	1,1	1,2	1,3	1,2
Різні промислові товари	0,7	0,5	0,5	0,7	0,8	0,9	1
Всього за рік	53,9	38,1	36,4	43,3	47,3	50,1	49,2
Динаміка		29,3%	-4,6%	+19%	+9,4%	+5,7%	-1,8%

Джерело: [18]

Вищезазначене впливає на експортний потенціал країни. Як видно з табл. 5.3, структура експорту за 6 останніх років значно погіршилась, адже за кордон продається в основному сировина та продукція з низькою доданою вартістю (кукурудза, руда), що на сьогодні складає близько 80 % експорту. Згідно індексу економічної складності, який розраховується Гарвардським університетом, за 20 років українська економіка спростилася в два рази, а її структура стала більш примітивною: приблизно в 2 рази примітивніше польської та в 4 рази німецької економік. Сьогодні Україна експортує на зовнішні ринки значні об'єми кукурудзи (4,8 млрд. долларів), олії (4,6 млрд. долларів), руди та залізорудних концентратів (3,8 млрд долларів), що корелюється з ситуацією, яка утворилася 100 років назад, коли частка сільгосппродукції та металургії складала приблизно 80 %. Іншими основними групами експорту є продукти рослинного походження (11,9 млрд. долларів) та недорогоцінні метали (9 млрд. долларів). На противагу ситуації з експортом, в рамках державної закупівлі продукції, Україна імпортує товари на мільярди долларів. Крім мінеральних продуктів (8,6 млрд. долларів) ми купуємо машини та обладнання на 11,6 млрд. долларів: вертолети з Франції, локомотиви з США, трамваї з Польщі.

У галузях сформувалися об'єднання лідерів, які експортують олію, зерно, м'ясо, молочні та готові харчові продукти. За підсумками 2015-2016 років за показниками об'єму експорту у грошовому виразі в аграрній галузі цими групами лідерів за об'ємами експорту агропромислової продукції є [19]:

1. «Кернел» – лідер зернових та олії, об'єм експорту – 1995,3 млн. долларів;
2. «Нібулон» – об'єм експорту – 818,9 млн. долларів;
3. «ДПЗКУ (Державна продовольчо-зернова корпорація України)» – об'єм експорту – 554 млн. долларів;
4. «Миронівський хлібопродукт» – об'єм експорту – 524 млн. долларів;

5. «Cargill Україна» – об'єм експорту – 495 млн. доларів;
6. «ViOil» – об'єм експорту – 339,4 млн. доларів;
7. «Bunge Україна» – об'єм експорту – 337,5 млн. доларів;
8. «UkrLandFarming» – об'єм експорту – 315 млн. доларів;
9. «Noble Resources Україна» – об'єм експорту – 235 млн. доларів;
10. «Гленкор Глейн Україна» – об'єм експорту – 207,3 млн. доларів.

Вартою уваги, на нашу думку, є група «Креатив», яка декілька років поспіль була однією із лідерів за об'ємами експорту. З 2015 року із-за фінансових проблем та неможливості погасити борги підприємство зупинило зовнішні продажі. Аналіз інформації про діяльність підприємства вказує на опосередкований зв'язок між втратою ринків збути та відсутністю відділу конкурентного бенчмаркінгу.

Враховуючи, що за рівнем інноваційного розвитку галузь сільського господарства відстає від передових у даній галузі країн за обсягом виробленої сільськогосподарської продукції, результати використання технологій конкурентного бенчмаркінгу можуть стати стимулом для забезпечення реалізації потенціалу як виробників сільськогосподарської продукції так і країни, як її можливості випускати якнайбільше конкурентоспроможної продукції на світовий ринок та надавати максимальний відсоток якісних послуг і виконувати необхідну кількість робіт на замовлення іноземних країн та економічних агентів. Так, аграрний сектор за останні роки став працювати ефективніше, але країна не може реалізовувати експортний потенціал, спираючись лише на сільське господарство.

Інші галузі стикаються з подібними проблемами. Аналогічна ситуація навіть у низці перспективних галузей. З одного боку, за прогнозами експертів, послуги у транспортній сфері та сфері інформаційних технологій, що є лідерами серед постачальників послуг, за умови взаємодії влади і бізнесу та використання

технологій конкурентного бенчмаркінгу мають значні перспективи зростання. Підвищення попиту за тих самих умов стане відчутним і на продукцію легкої промисловості, вироби українських дизайнерів, кінематограф, телебачення, видавничі та інші візуальні мистецтва, рекламні послуги, технічне обслуговування та ремонт літаків, виробництво запасних частин та комплектувальних виробів для аерокосмічної та авіаційної промисловості.

Особливий потенціал розвитку мають такі види туризму, як екотуризм, екстремальний, культурний, діловий, освітній, релігійний. Додамо ще й транспортне машинобудування та готові продукти харчування. Використання інтелектуальних активів економічного агента, а саме можливостей створювати складні продукти та послуги, високий рівень освіти фахівців, невисокі витрати на організацію та ведення бізнесу, відслідковування світових проривних інновацій, електронне навчання працівників, правильне використання інформації та знань є драйвером розвиту цих галузей.

Слід зазначити, що застосування технологій конкурентного бенчмаркінгу у роботі підприємств, у тому числі і сільськогосподарських підприємств, в реальності на професійному рівні мають змогу використовувати лише господарські товариства та приватні підприємства, які дійсно зацікавлені у підвищенні ефективності виробництва до максимально можливого рівня, і які володіють відповідними фінансовими ресурсами, що можуть бути використані у даному напрямку.

Особливість ситуації щодо місця конкурентного бенчмаркінгу в забезпечені реалізації експортного потенціалу України полягає ще й у важливості збереження наявного потенціалу задля запобігання руйнації матеріальних передумов для структурної перебудови експортної бази і зміни її місця в світовому господарстві. [20, с. 523].

Україна знаходиться в новій реальності, пов'язаній з втратою монополії на транзит газу, з необхідністю конкурувати за

право його транзиту та право заробляти на його поставках до Європи. У результаті масштабної деіндустріалізації частка обробної промисловості в структурі ВВП знизилась у декілька разів; наукомістке виробництво в промисловості складає близько 10 % на противагу 30 % в 1990 році. Втрата провідних індустріальних галузей послабила розвиток пов'язаних з ними секторів економіки. У новій реальності український експорт стикається з квотами на 36 найменувань продукції, увівши квоти лише для 3 найменувань для країн Європейського Союзу. Зазначимо, що існуючі квоти Україна вибирає за декілька місяців, а саме квоту на мед вона вибирає менше ніж за місяць.

З огляду на те, що конкурентною перевагою України є її географічне положення, вілільний кадровий потенціал, Україна за допомогою технологій конкурентного бенчмарку може вийти не лише на ринки Європейського Союзу, а й ринки Азії, Африки, Південної Америки, де є можливість для України реалізувати експортний потенціал. Теоретично Україна могла б експортувати в ці регіони продукцію машинобудування, авіабудування, збільшити свою присутність на ринку зброї.

Роль конкурентного бенчмарку в першу чергу полягає в необхідності корегування зовнішньоторговельної політики щодо збирання та аналізу інформації, яка б стимулювала торгівлю та інновації для диверсифікації експорту. Вся інформація, яку експортери збирають, аналізують, узагальнюють за допомогою конкурентного бенчмарку із своїх внутрішніх джерел та зовнішніх джерел, створює інформаційну та методологічну базу управління. Завдяки цьому формується більш повне бачення зовнішнього ринку, у ракурсі, який постійно змінюється та доповнюється. Аби забезпечити динаміку дослідження ринку експортери використовують, з одного боку, працю кваліфікованих кadrів, з іншого – прагнуть охопити весь ринок. З огляду на об'єктивні причини, не всі експортери можуть зробити зазначене, тому уявлення про ринок фор-

мується відповідно до власних сил і можливостей підприємства.

Отже, впровадження конкурентного бенчмаркінгу, тобто діяльності щодо систематичного визначення найкращих систем, процесів, процедур, практик, управлінських рішень і комбінованого досвіду з їх порівняння націлене на сприяння поліпшенню конкурентних позицій, підвищенню якості продукції і послуг та прибутковості підприємств. Тим самим результатом цього є посилення експортних потенціалів галузей та регіонів. З огляду на обмеженість часу на прийняття рішень у конкурентному середовищі, швидке формування проблеми, інтерпретація ситуації, адаптація економічних агентів до змін, прогноз змін у зовнішньому середовищі, гнучке реагування на зміни має велику цінність. Саме конкурентний бенчмаркінг є тією технологією, яка забезпечує більше часу для реакції на дії конкурентів. Для підвищення рівня обізнаності щодо цільових ринків і партнерів у базі даних конкурентного бенчмаркінгу розміщується інформація як про інструменти для їх самостійного використання підприємствами (посилання на торгову статистику Trade Map, Export Help desk, Eurostat, бази B2B (EEN, EFFA тощо), так і контакти консультантів, які надають відповідні послуги. Займаючи важливу позицію в експортно-орієнтовній моделі розвитку України, конкурентний бенчмаркінг може асистувати у проведенні дослідження закордонного ринку та розробці стратегій виходу на зовнішній ринок для обраних економічних агентів на засадах співфінансування із залученням певних підприємств, що працюють у певній галузі або територіально знаходяться у межах певного регіону [21].

Використання технологій конкурентного бенчмаркінгу допомагає у рекламуванні продукції та послуг підприємств. Здійснення цільових бізнес-поїздок на підприємства та до міст-партнерів шляхом використання партнерського конкурентного бенчмаркінгу є важливим аспектом просування місцевого

експорту, підвищення інноваційності, енергоефективності бізнесу. На думку авторки, формат конкурентного бенчмаркінгу знижує сприйняття ризиків співпраці, стимулює регулярні зустрічі зацікавлених категорій, до яких входять представники закладів освіти, служби зайнятості, міської ради. Це допомагає проводити аналіз та формувати пропозиції щодо внесення змін до програм підготовки та перепідготовки фахівців, оновлення списків вакансій, уточнення потреб в персоналі.

Відтак, конкурентний бенчмаркінг може зробити свій внесок в роботу установ з просування експорту щодо прогнозів стосовно зовнішніх ринків, експортного аналізу та експортного консалтингу. Експортний потенціал забезпечується через використання технологій конкурентного бенчмаркінгу, тобто відбувається нарощування експортного потенціалу країни через ставку на конкретні регіони, конкретні сектори економіки, на такі структуроутворюючі елементи як підприємства, які стають драйверами розвитку експортного потенціалу країни.

Таким чином, реалізація експортного потенціалу країни забезпечується саме через активну участь суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у експортно-орієнтованому бізнесі пляхом повного, цілісного та глибокого використання технологій конкурентного бенчмаркінгу. Конкурентний бенчмаркінг, необхідність використання якого обґрунтовано економічними, соціальними та екологічними показниками, призводить до прибуткового розвитку підприємства, створення корисної конкуренції та задоволення потреб споживачів.

Використані джерела

1. Мельник О.Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. *Проблеми економіки*. 2017. №1. С. 226–231.
2. Дудченко М.А., Філіпенко А.С., Буркін В.С., Гальчинський А.С. та ін. Диверсифікація експортного потенціалу України. *Україна і світ*.

това господарство: взаємодія на межі тисячоліть. К.: Либідь, 2002. С. 143-157.

3. Кемп С.Р. Легальный промышленный шпионаж. Бенчмаркинг бизнес процессов: технологии поиска и внедрения лучших методов работы ваших конкурентов / пер. с англ. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. 416 с.

4. Watson G.H. *Benchmarking Code of Conduct. Strategic Benchmarking Reloaded with Six Sigma: Improve Your Company's Performance Using Global Best Practice.* 2007. P. 277–280.

5. Sousa Bernardo Elvino De. *The Last Prabhu: A Hunt for Roots. DNA, Ancient Documents and Migration in Goa* Perfect Paperback. 2011. 225 p.

6. Карпова К.В. Модель забезпечення економічної безпеки вищих навчальних закладів приватної форми власності. *Наука и образование – 2013/2014* : матер. X Междунар. науч.-практ. конф. (Чехия), Прага. 2014. С. 98–103.

7. Бикова В.Г., Буряковський В.В. Проблеми формування ї управління фінансово-економічним потенціалом підприємств. *Економіка: проблеми теорії та практики.* 2005. Вип. 203. С. 346–351.

8. Дубоделова А.В., Юринець О.В., Катаев А.В. Класифікація видів і сфер застосування бенчмаркінгу в системі менеджменту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2010. № 1. С. 102–106.

9. Ісаханова Н., Кривецька О. Країна на експорт. Юридична газета online. 2016. № 36 (534). URL: <https://yur-gazeta.com/view/articles/krayina-na-eksport.html>

10. Benchmarking improves performance by identifying and applying best demonstrated practices to operations and sales. *Management Tools.* 2018. URL: <https://www.bain.com/insights/management-tools-benchmarking/>

11. Снісарчук І.В. Переваги використання бенчмаркінгу при аналізі діяльності конкурентів. *Економіка та управління в XXI ст.: виклики та перспективи розвитку* : мат. II міжн. наук.-практ. конф. (м. Умань, 30-31 травн. 2019 р.). Умань, 2019. С.216-218.

12. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ТНТУ, 2017. 137 с.

13. Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України. URL: http://od.ukrstat.gov.ua/stat_info/zed/zed10.htm

14. Шмиголь Н.М. Оцінювання ефективності використання капіталу підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 22 (1). С. 144-146.
15. Міжнародна конвенція про Гармонізовану систему опису та кодування товарів. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_079#Text
16. Жарська У. Конкурентний бенчмаркінг, як інструмент формування стратегії підприємства. *Маркетингові технології підприємства в сучасному науково-технічному середовищі* : матер. VIII Регіон. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених та студентів. Тернопіль : ТНТУ, 2017. С. 63-64.
17. Князь С.В., Байдала Н.М., Вільгуцька Р.Б. Експортний потенціал підприємства в системі системи менеджменту природоохоронної діяльності. *Ефективна економіка*. 2013. № 8, С. 40-42.
18. Динаміка експорту продукції та послуг в Україні за основними групами товарів. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Ісакова Д. Рейтинг 36 крупнейших украинских экспортёров продовольствия. *Landlord*. 2016. URL: <https://landlord.ua/reytingi/reyting-krupneyshih-ukrainskih-eksporterov-prodovolstviya/>
20. Прохорова В.В. Експортно-імпортна орієнтація розвитку промислових підприємств в стратегічному управлінні. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 14. 2016. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/106.pdf> с.522-525
21. Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: [Монографія] / Т.В. Скорнякова. К.: Наук. світ, 2006. 157 с.

Розділ 6

Економічна дипломатія як технологія реалізації експортного потенціалу

6.1. Роль економічної дипломатії в міжнародній торгівлі

Дієвим інструментом реалізації експортного потенціалу держави, подолання бар'єрів на шляху міжнародної торгівлі, вирішення конфліктних ситуацій та досягнення конкурентних переваг – є економічна дипломатія, яка стала унікальним явищем міжнародних відносин доби глобалізації. Джерела не дають точних відомостей, хто вперше застосував термін «економічна дипломатія» (*economy diplomacy*), але відомо, що широкого вжитку він набув у США наприкінці 20 ст., коли запроваджувалися нові принципи американської зовнішньої політики у зв'язку з розпадом комуністичної системи і початком глобальних процесів [1, с. 88].

В цих умовах політика стримування часів холодної війни втрачає свою актуальність і пріоритетом для США стає всебічне обслуговування своїх зовнішньоекономічних інтересів. Підґрунтям для таких трансформацій стала оприлюднена в листопаді 1989р. ініціатива заступника державного секретаря США Л. Іглбергера (*Lawrence Sidney Eagleburger*), відома як «Іглбергівський «Біль про права». Сутність цієї ініціативи полягала у визнанні першочерговим національним інтересом США просування американських компаній на зовнішній ринок. З цією метою Л. Іглбергер запропонував визнати за вітчизняними суб'єктами господарювання наступні права:

- врахування позиції національних виробників і експортерів у процесі формування зовнішньої політики держави;
- сприяння у встановленні рівних і недискримінаційних умов міжнародної торгівлі;
- отримання кваліфікованої допомоги від фахівців в усіх закордонних дипломатичних установах;

- отримання професійних порад і аналізу місцевого політичного і ділового середовища;
- сприяння у встановленні контактів із ключовими державними і приватними центрами прийняття рішень;
- отримання рівної для всіх зацікавлених американських фірм підтримки під час участі в міжнародних торгах;
- отримання допомоги у вирішенні ділових та інвестиційних спорів, а в разі експропріації – допомоги в отриманні швидкої і повної компенсації [2].

Державний департамент США ухвалив цю ініціативу, виходячи з того, що в сучасному глобалізованому світі лише економічних важелів досягнення конкурентних переваг замало. Для успішної реалізації експортного потенціалу держави потрібно забезпечити національних товаровиробників і експортерів політико-дипломатичною підтримкою з боку всієї вертикалі влади. З цього часу політичні відносини США з країнами світу або міжнародними організаціями мали неодмінно приносити позитивний економічний ефект і це стало головним критерієм якості роботи Президента, його адміністрації, відповідних владних структур.

У підсумку будь-яка діяльність на всіх рівнях від приватного підприємця і до адміністрації Президента, яка передбачає: міжнародні візити, переговори з зарубіжними партнерами, укладання угод і контрактів, діяльність міжнародних економічних організацій, участь у роботі постійно діючих міжнародних груп, асоціацій на державному і громадському рівні отримала загальну назву «економічна дипломатія», цей термін здобув визнання і швидко поширився в усьому світі. За прикладом США політика і дипломатія всіх провідних країн світу зосередилися на кропіткій праці з просування своїх зовнішньоекономічних інтересів, що стало стратегічним напрямком їх зовнішньої політики [1, с. 58].

Однак не можна сказати, що економічна дипломатія, явище абсолютно нове і нічого подібного не було раніше. Історія

нерозривного зв'язку політико-дипломатичної і економічної складової міжнародних відносин сягає глибини віків. Так, усі відомі історичні науці військово-політичні союзи від самої зорі цивілізації – найдавніших міст-держав Месопотамії, Передньої Азії та Близького Сходу, Єгипту, античної Греції та Риму, країн середньовічної Європи, Епохи Відродження і до Нового часу неодмінно містили в собі економічну складову [3, с. 11].

У своїй фундаментальній праці «Основи політичної економії і оподаткування», класик економічної науки Давид Рікардо, пояснює переваги вільної торгівлі на прикладі Португалії та Англії, де першим вигідно експортувати вино, а другим – вовняні тканини. Чи не основна ідея теорії звучить так: «При системі повної свободи торгівлі кожна країна, природно, витрачає свій капітал і працю на ті галузі, які приносять їй найбільший прибуток і це прагнення індивідуальної вигоди дивовижним чином призводить до загального блага й процвітання всіх» [4, с. 116]. Історичні ж факти говорять про інше: торгівля вином і тканинами між Португалією та Англією не була результатом вільної торгівлі. Це була економічна частина військово-політичного договору між двома країнами в ході війни за іспанську спадщину. Ця утода, відома як «Метуенський Трактат», ставила Португалію в жорстку економічну залежність від Англії в обмін на забезпечення недоторканості португальських колоніальних володінь засобами найпотужнішого на той час англійського флоту [5]. До речі це чи не перший випадок в історії, коли було застосовано режим найбільшого сприяння в торгівлі, адже утода встановлювала нульовий тариф на ввіз англійських вовняніх тканин на територію Португалії, натомість для португальських вин на англійському ринку мито лишалося, хоча й на третину меншим, ніж для французьких експортерів [6].

Виходячи з цього історичного епізоду, стає очевидним, що по-перше: класична теорія Д. Рікардо описує лише одну з багатьох граней накопиченого людством досвіду і практики між-

народної торгівлі. По-друге, оскільки важко зрозуміти: чого в цій угоді більше, політики чи економіки, можна стверджувати, що саме поєднання політико-дипломатичного та економічного розрахунку і міркувань економічної безпеки країн як правило лежать в основі розбудови тих чи інших політичних та торгово-економічних моделей міжнародної взаємодії.

На сьогодні у світовій науковій думці склалося два основних підходи до економічної дипломатії, які умовно можна назвати «політичним» і «економічним». Прихильники політичного підходу базуються на тому, що економічна дипломатія, це політична діяльність держави, яка використовує для досягнення певної політичної мети економічні важелі. Економічна точка зору на томістъ виходить з економізації зовнішньої політики держав, основною метою якої є не досягнення політичних дивідендів, а саме отримання сторонами взаємної економічної вигоди, яка у підсумку може мати і певний політичний сенс.

За визначенням нідерландського вченого, П. ван Бергейка (*Peter A. G. van Bergeijk*), економічною дипломатією є використання державних відносин і державного впливу для стимулювання міжнародної торгівлі та інвестицій, що охоплює широкий спектр міжнародних представництв (посольств, консульств та інших суб'єктів державного сектору з підтримки бізнесу), внутрішніх інститутів (відділів з просування експорту і інвестицій), дипломатичних двосторонніх зносин (міжнародної торгівлі та державних візитів).

Щоб розкрити роль економічної дипломатії в системі світової торгівлі, П. ван Бергейк розподіляє її функції на три основні складові:

1. Використання політичного впливу та економічних важелів з метою стимулювання міжнародної торгівлі та інвестицій, для поліпшення функціонування ринків, попередження їх падіння а також для зниження ризиків і можливих втрат від міжнародних угод. (Цей підпункт включає в себе як державну

торгово-економічну політику, так і заходи неурядових організацій).

2. Використання економічних ресурсів і міжнародних економічних зв'язків задля збільшення вартості конфліктів, зміцнення взаємної вигоди від співпраці і стабільних політичних відносин. (Цей підпункт містить в собі як торговельні та інвестиційні угоди, спрямовані на досягнення певної географічної структури торгівлі, так і можливі політичні спотворення торгових відносин та інвестиційної діяльності, в разі торгових війн, бойкоту, ембарго і т. ін.)

3. Зміцнення сприятливого політичного клімату та міжнародного політико-економічного середовища для полегшення виконання поставлених завдань. (Цей підпункт включає в себе багатосторонні переговори на рівні міжнародних організацій та установ, таких як СОТ, ОЕСР, економічні структури ЄС, ООН, та ін.) [7].

Тобто інтенсивна та взаємовигідна міжнародна експортно-імпортна та інвестиційна діяльність, є певною гарантією стабільності та поступального розвитку світової економіки. А рівень та інтенсивність цієї взаємодії забезпечує економічна дипломатія, яка має для цього повний спектр властивих їй інструментів, засобів і механізмів.

Уряди країн світу використовують різні моделі організації економічної дипломатії. Зокрема система економічної дипломатії Франції застосовує Ієрархічну модель, яка передбачає, що лише МЗС або інше профільне міністерство бере на себе повну відповідальність головного координатора комплексу дій з розвитку економічних зв'язків та забезпечення економічних інтересів країни на міжнародному рівні. Чітка ієрархія такої моделі полягає в тому, що саме цей координаційний центр визначає стратегію і тактику співпраці з органами виконавчої влади, урядовими і неурядовими організаціями, підприємствами та компаніями в країні перебування дипломатичної місії.

Гетерархічна модель, що використовується у США, натомість, передбачає, що МЗС або інша уповноважена установа користується послугами третіх осіб або організацій для вирішення конкретних завдань і є лише контролером ситуації в країні перебування дипломатичної місії. Зокрема, при потребі делегуються певні повноваження і даються завдання різним державним і приватним структурам щодо проведення маркетингових досліджень, формування попиту, залучення інвестицій, тощо [1, с. 69].

Такі структури успішно діють в інтересах уряду США за кордоном і фінансуються з державного бюджету. Мається на увазі, зокрема: агентства з просування експорту (EPA) (*англ. export promotion agencies*) та агентства з заохочення інвестицій (IPA) (*англ. investment promotion agencies*). Ще більш чітко організована робота в країнах, де створені Міністерства економічної дипломатії, які фахово, з урахуванням світового досвіду займаються усім спектром питань своєї компетенції.

Беручи до уваги глобальне політико-економічне конкурентне середовище, в якому взаємодіють країни різного розміру і потенціалу, можна виділити принаймні три основних завдання економічної дипломатії:

1) політичне, правове, інформаційне сприяння та дипломатичний супровід вітчизняного бізнесу в його зовнішньоекономічній діяльності, створення додаткових міжнародних можливостей для національних виробників і експортерів, сприяння їм у вирішенні таких практичних завдань, як: дослідження нових ринків; пошук контрагентів; супровід переговорних процесів і укладання угод; захист інтересів національних підприємств у рамках антидемпінгових процедур; розв'язання проблеми доступу на ринки (отримання дозволів та ліцензій); юридичне вирішення торгових суперечок; участь у міжнародних конкурсних торгах, інвестиційних конкурсах і аукціонах із приватизації іноземних підприємств та об'єктів; ретельне опрацювання й

підготовлення конкурсної документації; участь у виставках, ярмарках, ділових форумах тощо. Ці функції в основному покладаються на економічні відділи при дипломатичних представництвах у країнах перебування. Хоча, в залежності від ситуації, до подібних дій може бути залучений увесь потенціал офіційного рівня: вище керівництво держави, міністерства і відомства, а також неофіційний рівень: ЗМІ, діаспора, громадські організації, що об'єднують вітчизняних економістів, бізнесменів, правників тощо. Успіх тут багато в чому залежить від скоординованих дій обох рівнів економічної дипломатії.

Також потрібне вміння знаходити компромісні рішення, бути гнучкими, за можливості уникаючи масштабних міжнародних економічних конфліктів чи навіть війн, від яких програють усі сторони. В цьому розумінні економічна дипломатія фактично виконує функції дипломатії традиційної, основне завдання якої – вирішувати міжнародні конфлікти мирними засобами, шляхом переговорів. [1, с. 107].

2) Ретельно підготовлений переговорний процес різного рівня, в тому числі і на найвищому рівні, побудований на науковому розрахунку, з залученням усієї політико-дипломатичної системи, бізнесових структур, різних засобів впливу з метою укладання вигідних для держави торгівельних угод, домовленостей, сприятливих режимів, відстоювання своїх прав у рамках міжнародних економічних організацій і т. ін. Такі переговори проводяться як на двосторонньому, так і на багатосторонньому рівні.

Тут мають значення Асиметричні стратегії ведення переговорів, котрі на сьогодні стали невід'ємною частиною світової дипломатичної практики і є ефективними в питаннях захисту національних інтересів будь-якої суверенної держави. Дипломатам, урядовцям, державним діячам малих та середніх країн, котрі проводять безпосередні переговори з зарубіжними партнерами необхідно використовувати кращі зразки таких стратегій.

гій, особливо у відносинах з великими країнами і потужними міждержавними угрупуваннями [1, с. 66].

Питаннями міжнародного економічного співробітництва займається також багатостороння економічна дипломатія за допомогою системи міжнародних економічних і безпекових організацій – МВФ, МБРР, СОТ, ОБСЄ, міжнародних громадських організацій, форумів тощо. При цьому важливу роль тут відіграють партнерські угоди про вільний рух капіталів, товарів та послуг, облік взаємних економічних інтересів, відмова від силового тиску, рівноправні відносини з менш розвиненими країнами і т. ін. [1, с. 22].

Нажаль практика останніх років показує, що навіть такі поважні міжнародні організації як ООН та ОБСЄ, при виникненні масштабних конфліктів не дають країнам повних гарантій безпеки.

3) Для того, щоб зберегти свою ідентичність, не загубитися серед значно сильніших і агресивніших економік світу, існує третій, на нашу думку, найсуттєвіший аспект. А саме: розробка і дотримання у будь-якій ситуації, незалежно від зміни вищого керівництва, науково обґрунтованого стратегічного напрямку політичного і економічного розвитку держави. Ця стратегія має підтримуватись більшістю суспільства, відповідати загальній концепції національних інтересів, економічної і національної безпеки країни.

Роль економічної дипломатії у цьому процесі вагома і сама безпосередня, адже при визначенні стратегічного курсу держави, виборі стратегічних партнерів і взірців для наслідування необхідно мати на увазі еволюцію входження країн у глобальний економічний простір. У науці виокремлюють три фази такої еволюції як три напрямки економічної дипломатії: мобілізаційна або пасивна; адаптаційна; активна або наступальна:

Мобілізаційна (пасивна) дипломатія – це фактично дипломатія країни – дебітора або боржника, де визначаються, голо-

вним чином, масштаби та умови отримання зовнішніх ресурсів і виплати боргів. Цей напрям економічної дипломатії є домінуючим для багатьох країн, що розвиваються.

Адаптаційна дипломатія покликана забезпечити сумісність національної та світової економік, нормальні умови роботи національним компаніям у глобальному конкурентному середовищі. Цей напрямок означає досягнення дипломатичними засобами, шляхом переговорів, балансу інтересів у процесі інтеграції національної економіки в систему світогосподарських відносин. Прикладом адаптаційної економічної дипломатії в дії – є підготовка і вступ України до СОТ та підписання асоціації з ЄС, що створило нові можливості і системні переваги в підвищенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності та реалізації експортного потенціалу держави у середньо і довготерміновій перспективі. Для України актуальним питанням залишається перспектива вступу до ЄС та НАТО [1, с. 105-107].

Активна, наступальна дипломатія притаманна сьогодні переважній більшості промислово розвинених країн та країнам Південно-Східної Азії. Складовими такої дипломатії виступають:

- політико-дипломатичне лобіювання і супроводження проектів і обладок національних компаній із залученням вищих посадових осіб держави та всієї дипломатичної системи;
- укладання угод з іншими країнами про привілейоване партнерство в різноманітних формах: про єдиний економічних простір, про зону вільної торгівлі, про асоціацію і т.п.;
- створення та участь країни у різноманітних інтеграційних об'єднаннях сучасного світового господарства;
- використання членства у міжнародних багатосторонніх та регіональних організаціях для вирішення національних завдань;
- прийняття заходів з обмеження негативних наслідків конкуренції на зовнішніх ринках для національної економіки,

тобто посилення анти-конкурентної складової економічної дипломатії [1, с. 107-108].

Тут за приклад можна взяти економічну дипломатію США. Свого часу державний секретар Кондоліза Райс так охарактеризувала дії дипломатичного корпусу своєї країни: «наші дипломати використовують кожну статтю договору і кожний аргумент впливу з метою надання максимального сприяння та захисту інтересів американських товаровиробників у глобальній економіці». Ця стратегічна мета покладена в основу зовнішньоекономічної політики США, на це виділяються масштабні бюджетні ресурси, залишаються країні фахівці, над цим працюють спеціально створені державні інститути, застосовуються найрізноманітніші засоби впливу: від режиму найбільшого сприяння до односторонніх санкцій і навіть силового тиску. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є пріоритетною в забезпеченні національних інтересів держави і тому перебуває під постійним контролем Президента і уряду США.

Всім відоме прислів'я: «Найкращий захист – це наступ». Але такий наступ, якщо користуватися військовою термінологією, вимагає надійних тилів. Тому визначальним серед багатьох факторів формування міжнародної економічної стратегії держави є стан її внутрішньої економіки, рівень її конкурентоспроможності. А звідси й ефективність економічної дипломатії на міжнародному ринку залежить від успіху внутрішніх трансформацій, внутрішньої стабільності, прогнозованості та визначеності стратегічного курсу розвитку [8].

Віртуальна економічна дипломатія. Поява і швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в епоху глобалізації зумовили виникнення особливої форми економічної дипломатії – віртуальної. Віртуальна дипломатія охоплює прийняття рішень, координацію та практику закордонних справ, що здійснюється за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Термін «віртуальна дипломатія» введений в обіг у США в середині 90-х років ХХ ст. і безпосередньо пов'язаний з упровадженням концепції «м'якої сили» (*soft power*), запропонованої американським вченим Дж. С. Наєм-молодшим (*Joseph S. Nye, Jr.*) для розвитку і втілення нової стратегії дипломатичної діяльності США у ХХІ ст. [9, с. 22]. За теорією вченого, у кожної держави є три головні ресурси могутності: військовий потенціал, економічна потужність і «м'яка сила». Де «сила» – це на самперед можливість впливати на інших з метою отримання необхідного результату. Цієї мети можна досягти трьома шляхами: перше – застосувати примус чи погрози, друге – улестити певними обіцянками чи винагородами, і третє (найефективніше) – вплинути на інших таким чином, щоб їм захотілося того ж, що й вам. Саме це Дж. С. Най-мол. називає «м'якою» або «інформаційною силою».

Тобто в глобальному, інформаційному суспільстві мати реальну владу означає не бути монархом, що віддає накази і обдаровує милостями, а стати центром тяжіння для певного кола людей, яких можна прихилити до себе силою власного прикладу і переконання [70]. Подібну думку висловив інший американський вчений – політолог Г. Моргентау стверджуючи, що сучасна міжнародна діяльність має бути спрямована не на територіальне розширення або економічну експансію, а на завоювання прихильного ставлення світової громадськості до думки і позиції держави [11, с. 71].

У зв'язку з цим, ряд вчених – послідовників Дж. Ная-мол.: У. Рістон (*Walter B. Wriston*), Р. Соломон (*Richard H. Solomon*), Дж. Шульц (*George P. Shultz*) вказують, що інформаційна сила, в широкому розумінні, є наслідком феномена віртуальної дипломатії при якому політична та економічна інформація є такою ж цінністю, як і всі інші ресурси [12].

Віртуальна економічна дипломатія провідних країн світу використовуючи свій основний інструмент – веб-сайти дипло-

матичних представництв та інші державні і недержавні веб-портали докладають максимум зусиль до іміджування своїх країн та економік в мережі Інтернет. При цьому забезпечується безпосередній, інтерактивний діалог державних органів влади, міністерств та відомств, дипломатичних установ, економічних представництв, різноманітних громадських та бізнесових структур зі світовою громадськістю. З цією метою широко застосовується електронна пошта, електронні дискусійні групи, Інтернет – конференції, соціальні мережі, тощо. Практика показує, що це мало затратний і дуже ефективний засіб підтримки, захисту, лобіювання інтересів національного бізнесу за кордоном.

Засоби віртуальної економічної дипломатії дозволяють ефективно впливати на зарубіжну громадську думку в її най-дієвішому, інтелектуальному сегменті. Позаяк доступ до мереж Інтернет у переважній більшості має молодь і передова частина суспільства, так звані «лідери думок»: громадська, політична, бізнесова, наукова та культурна еліта. Тобто віртуальна дипломатія взагалі і економічна зокрема виступає інструментом міжнародної взаємодії не лише на рівні урядів і дипломатичних представництв, але найголовніше, на рівні громадськості країн, що зрештою опосередковано впливає на політичні та зовнішньоекономічні рішення урядів. І в цьому є найновіша тенденція міжнародних відносин ХХІ ст. [13, с. 54].

У сучасному кібер-просторі сформувалась певна типологія віртуального представництва, що свідчить про зміну інтелектуальних параметрів міжнародних відносин і природу зовнішньополітичних інституцій. Це перш за все: «дипломатичний веб-менеджмент» – інтегрована діяльність, яка пов’язана з плануванням, розвитком і обслуговуванням веб-сайтів дипломатичних представництв, що поєднує інформаційний менеджмент, комп’ютерні технології та графічний дизайн; «віртуальний посол» – особливий дипломатичний представник, наділений пра-

вом здійснювати дипломатичну діяльність через офіційні сайти представництв держави у мережі Інтернет з метою забезпечення дипломатичної присутності як в країні перебування, так і в інших країнах за сумісництвом; «віртуальне посольство» – офіційне представництво держави у мережі Інтернет, що здійснює дипломатичні та консульські функції за умови відсутності дипломатичного представництва у країні перебування; «веб-сайт / веб-портал дипломатичного представництва» – інструмент дипломатичної діяльності держави у мережі Інтернет [13, с. 46-51].

Тобто за сучасних умов фізичне розташування дипломатичної місії не є настільки важливим, оскільки всю необхідну інформацію можна отримати через веб-сайти дипломатичних установ, експерти яких надають необхідні консультації та інформаційну допомогу через мережу Інтернет. Така комплексна кібер-допомога може надаватись бізнесовим структурам, що бажають розпочати справу в тій чи іншій країні [14].

Наприклад, офіційний веб-сайт посольства США в Україні має дуже об'ємний розділ «Бізнес», що містить в собі підрозділи: «Робити бізнес в Україні»; «Робити бізнес в США» [15]. В цих підрозділах дається повна і вичерпна, постійно оновлювана інформація про можливості ведення бізнесу в Україні та США. А саме: щорічні звіти про стан економіки, інвестиційного клімату, ділового середовища України, що публікує Світовий банк, посольство США, Міністерство торгівлі США; повна інформація від американського Уряду про можливості ведення бізнесу в США та посилання на сайт Американської Комерційної Служби в Україні; розміщено тексти двосторонніх Договорів та Угод між Україною і США. Також подаються об'ємні економічні новини, аналітика, різноманітні відеоматеріали офіційна економічна інформація президента і уряду США, пропонуються найрізноманітніші інформаційні та правові послуги і консультації, дається адреса електронної пошти та інша контактна інформація а також можливість безпосереднього спілкування з

працівниками Посольства США в Україні через соціальну мережу Facebook.

Шодо дієвості віртуальної економічної дипломатії США в підтримці національного бізнесу за кордоном, особливо треба відзначити роботу веб-сайту Американської Комерційної Служби в Україні, що є представником Департаменту Торгівлі і має статус Міністерства Уряду США. Мета діяльності – допомагати американським компаніям виявляти ділові можливості за кордоном та сприяти попиленню співробітництва між іноземними та американськими діловими колами. Як підрозділ Міністерства торгівлі, Американська Комерційна Служба діє в якості глобальної мережі з більш ніж 70 територіальних відділень у Сполучених Штатах. Представництва Комерційної Служби розташовані в 69 найбільших країнах світу при Посольствах та Консульствах США за кордоном та діють з метою сприяння експорту американських товарів та послуг [16]. Для Державного департаменту віртуальна дипломатія є стратегічним елементом влади в інформаційну добу, оскільки забезпечує інформаційну присутність та просування національних інтересів США у життєво важливих для них регіонах а також є дієвим інструментом досягнення таких загально цивілізаційних цілей, як сприяння глобальному економічному зростанню, утвердженю демократичних цінностей, захисту глобального навколошнього середовища, боротьби з тероризмом та ін. [13, с. 71].

Широкий спектр інформаційної, правової, практичної підтримки національного бізнесу за кордоном надають веб-сайти посольств Великої Британії, Канади, ФРН, Франції, та інших розвинених країн. Спільною ж парадигмою присутності у всесвітній мережі Інтернет для віртуальної дипломатії провідних країн світу, є розуміння важливості позитивного сприйняття країни серед широкої зарубіжної громадськості. А створення умов для порозуміння, доброзичливості та зближення є обов'язковим у процесі встановлення довготривалих, взаємо-

вигідних економічних зв'язків між різними країнами світу і є одним з найсучасніших світоглядних принципів міжнародних економічних відносин доби ІКТ [16].

Що стосується української віртуальної дипломатії, треба перш за все відзначити роботу офіційного порталу МЗС України mfa.gov.ua [17]. Це сучасний веб-сайт, що висвітлює офіційний погляд українського уряду на міжнародні події, зміни у світовій політиці та економіці. Інформаційні ресурси на веб-сайті тематично структуровані за напрямами діяльності, містять свіжу інформацію про пріоритетні напрями зовнішньої політики, економічне співробітництво України зі світовим співтовариством. Слід відзначити також, що наявність англійської версії переважної більшості інформації збільшує можливості інтерактивного діалогу щодо висвітлення позиції держави перед чи-сельної англомовної аудиторії [13, с. 177].

Досить непогано структуровано і наповнено веб-сайт Посольства України в США [18]. Сайт також двомовний, містить максимально повну і об'єктивну інформацію про Україну її історію, культуру а також її економічний та інтелектуальний потенціал. В розділі Торгово-економічне співробітництво міститься підрозділ : «Стан торговельно-економічних відносин та інвестиційної діяльності між Україною і США», де подається докладний і досить свіжий звіт про товарообіг, експортно-імпортні операції по групам товарів, обсяг прямих інвестицій; «Інформація для українських підприємців» з формою запитальника для товару, що пропонується на експорт та електронною адресою посольства; підрозділ «Виставки та ярмарки в США», де є перелік найважливіших виставкових заходів у США з посиланнями на сайти організаторів; «Інформаційний бюллетень» – змістовне видання у форматі PDF, що дає найостанніші новини з економічного життя США, співробітництва з Україною, світової економіки, глобальних проблем, діяльності посольства та іншої інформації.

Нині в 131 державі світу працює 81 посольство України, з них 77 мають офіційні веб- сайти. Доступ необмежений і відкритий для всіх користувачів. Всі офіційні веб- сайти посольств України мають докладну економічну інформацію про країну перебування і надають всі можливі види послуг у підтримці та захисті українського бізнесу за кордоном. Це непогані показники.

Однак є й проблеми: по-перше у структурі МЗС та дипломатичних представництв поки що не передбачено окремих структур, які б займались підтримкою веб- сторінок, постійним оновленням інформації та системною роботою з цільовою аудиторією. Це дуже помітно, якщо порівняти сайти посольства США в Україні і України в США; по-друге, при всіх здобутках української віртуальної економічної дипломатії і навіть наявності в світовій мережі певної української «м'якої сили», треба визнати, що визначальним для формування позитивного іміджу України у світовому співоваристві є перш за все вирішення внутрішніх проблем, оскільки зарубіжні експерти, міжнародні громадські організації, завдяки тим же ІКТ прекрасно обізнані з реальною ситуацією в державі. Тому покращення іміджу України бачиться у всебічній демократизації суспільства, рішучих діях щодо реформування економіки та боротьби з корупцією. Адже за концепцією Дж. Ная мол. м'яка сила держави – це не лише сила переконання, але й сила власного прикладу. І тут Україні, як власне і переважній більшості пост-радянських республік є над чим працювати.

Іміджева економічна дипломатія. Не менш важливим напрямком діяльності сучасної економічної дипломатії є формування міжнародного економічного іміджу держави. Необхідність такої діяльності виходить з того, що уявлення міжнародної громадськості про події і явища сучасного світу, у великій мірі, формується не лише всесвітньою мережею Інтернет, але й національними та глобальними ЗМІ. Великий обсяг одержуваної інформації ускладнює її критичний аналіз, що спонукає до

сприйняття як істинної, тієї картини дійсності, яка подається інформаційними джерелами. Сформована у такий спосіб світова громадська думка справляє могутній вплив на міжнародні відносини ХХІ ст., оскільки є підґрунтям для доленосних політичних і економічних рішень урядів.

Створення позитивного міжнародного іміджу країни у світовому медійному просторі стало одним з найважливіших завдань економічної дипломатії більшості країн, оскільки позитивне сприйняття держави, її лідерів, економічних, наукових, культурних досягнень і т. ін. сприяє реалізації зовнішньоекономічних та бізнесових проектів, натомість існування негативного іміджу здатне завдати серйозних збитків політичній і економічній системі держави, національному бізнесу, а отже рівню і якості життя громадян.

Імідж держави (англ. *image*, «образ, вигляд, уявлення, і т.д.») – це досить стійке уявлення про певну державу, що формується у масовій свідомості громадян внутрішньої і зовнішньої аудиторії внаслідок цілеспрямованих зусиль фахівців, представників влади, ЗМІ, мережі Інтернет, інших засобів ІКТ для досягнення певних політичних і економічних цілей. Термін «імідж держави» міцно закріпився у сфері міжнародних відносин в період глобальних трансформацій, входження держав у світову економічну систему господарювання та міжнародного поділу факторів виробництва.

Тут важливо підкреслити: поняття „імідж” не варто ототожнювати з поняттям „репутація”, оскільки імідж – бажаний, віртуальний образ, натомість репутація – образ дійсний, що формується внаслідок безпосередньої взаємодії з носієм певного іміджу. Тому для закріплення позитивного іміджу у масовій свідомості потрібно турбуватися і докладати значних зусиль, щоб ці два образи якнайменше різнилися між собою [19].

Практична діяльність міжнародних інститутів та дипломатичних представництв вилинули на специфіку термінології у

сфері іміджу держав. Це перш за все: іміджева дипломатія та державний брендінг.

Іміджева дипломатія розглядається як зовнішньополітична та зовнішньоекономічна діяльність, спрямована на формування і підтримання іміджу національних інтересів у системі міжнародних відносин і бажаної світової громадської думки, та на роз'яснення мети і основних завдань держави за допомогою сучасних комунікативних технологій.

Державний брендінг це головна стратегія іміджування і позиціонування держави з метою створення оригінального та конкурентоспроможного образу для забезпечення національних інтересів у внутрішньому і зовнішньому політико-економічному середовищі [13, с. 15].

Практика міжнародних відносин останніх десятиліть свідчить: від того, наскільки вигідно і переконливо держава вміє подати себе, свої економічні, наукові, культурні здобутки – прямо залежить її цивілізаційний поступ, що спирається на економічну інтеграцію, іноземні інвестиції, участь у різних проектах соціального і науково-гуманітарного співробітництва а також спільну боротьбу з глобальними загрозами та викликами. У той же час цілком очевидно: якщо держава з тих чи інших причин не може або не хоче належним чином дбати про власний міжнародний імідж, байдужа до шкідливих для її репутації інформаційних кампаній, то вона ризикує опинитися на узбіччі цивілізаційних процесів, що несе пряму загрозу її економічній безпеці, принципам демократії, свободи і добробуту громадян [20].

Розвинені постіндустріальні країни всебічно використовують механізми творення, оптимізації та захисту свого міжнародного іміджу для закріплення впливу в світі, просування власних економічних інтересів в інших країнах і регіонах [21].

Основними провідниками міжнародного економічного іміджу країни виступають:

- глобальні ЗМІ: преса, радіо і особливо міжнародні телемережі, провідну позицію серед яких займає розташована у США телекомпанія CNN (The Cable News Network), що доступна для перегляду у 212 країнах світу. Є її інші потужні міжнародні телекомпанії, що справляють неабиякий вплив на світову громадську думку. Уряди багатьох країн широко використовують подібні, вже відомі і авторитетні ЗМІ для іміджування своєї внутрішньої і зовнішньої економічної політики;

- міжнародна діяльність перших осіб держав, інших представників влади, відомих політиків, економістів, вчених, діячів культури, шоу-бізнесу, спорту та ін., які виступають перед зарубіжною аудиторією, на міжнародних конференціях, форумах, фестивалях, брифінгах і т. ін. Це особливо важливо і відповідально в умовах розвинених систем комунікацій, оскільки виступ і тези, які зацікавлять масову аудиторію, миттєво тиражуються у ЗМІ, Інтернеті і забезпечуються відповідними коментарями аналітиків;

- міжнародні неурядові організації (МНУО), котрі за умов глобалізації почали займатися формуванням світової громадської думки з великого спектру сучасних економічних і суспільно-політичних проблем. У цьому зв'язку для набуття позитивних іміджевих характеристик у масовій свідомості урядові кола багатьох країн підтримують тісні контакти з МНУО, інформуючи їх, наприклад, наскільки успішно в державах вирішуються проблеми безробіття, прав людини, гендерних відносин, захисту навколошнього середовища, і т. ін. [22];

- неофіційна економічна дипломатія, до агентів якої належать усі громадяни країни, які виїжджають за кордон з комерційною метою і здійснюють безпосередні контакти з зарубіжними партнерами всередині і поза країною. Вплив цих контактів важко переоцінити, оскільки особистий досвід спілкування з представниками іншої держави дає значно більше, ніж навіть «правильно» побудована іміджева акція в ЗМІ або мережі Інтернет.

Вплив позитивного іміджу на економічне зростання країн характеризується перш за все: активізацією зовнішньої торгівлі; ростом обсягу прямих іноземних інвестицій (ПІІ), зменшенням вивозу капіталу; зміщенням конкурентоздатності вітчизняних виробників та експортерів.

Міжнародний економічний імідж України формується в конкурентному середовищі, де позиції нашої держави є досить уразливими як з огляду на складні внутрішні економічні і суспільно-політичні процеси, так і з причини відсутності системної державної брендінгової діяльності та запізнілої реакції на виступи опонентів, критиків, відвертих противників української економічної присутності і державності взагалі [19].

У цих умовах Україні необхідна цілеспрямована, послідовна і системна робота з оптимізації та захисту позитивного іміджу як всередині країни, так і за її межами. Для цього потрібно розробити новий, ефективний державний бренд з яскравою національною концепцією, що буде відповідати історичним і соціокультурним традиціям українського народу та настроям більшості громадян. Для позитивного сприйняття нового образу України вітчизняною та світовою громадськістю потрібна сучасна іміджева стратегія.

6.2. Емпіричні дослідження щодо ролі економічної дипломатії в реалізації експортного потенціалу України

Економічна дипломатія як наука є міждисциплінарним предметом, що охоплює галузі міжнародної економіки, політичної економії, дипломатії та міжнародних відносин [23]. Оскільки на думку переважної більшості дослідників, сучасна економічна дипломатія здійснює суттєвий вплив на економічну політику держав (перш за все мається на увазі позитивний вплив, що стимулює торгові та інвестиційні потоки), з'явилася необхідність знання про величину та характер цього впливу у кількісному вимірі як щодо національних економік, так і щодо

світової економічної системи загалом. З огляду на це, в сучасній науці економічна дипломатія розглядається не лише як актуальна тема теоретичних, але й прикладних та емпіричних досліджень.

Більшість емпіричних досліджень щодо впливу економічної дипломатії на міжнародні економічні відносини, використовують гравітаційну модель, яка має багаторічну історію в аналізі міжнародної структури двосторонньої торгівлі та інвестиційних потоків. В цих дослідженнях економічна дипломатія розглядається як фактор зростання торгівлі і тому оцінка її параметрів інтерпретована як часткова похідна від міжнародної торгівлі або інвестицій до конкретного дипломатичного інструменту, який досліджується. Такий підхід присутній вже в перших застосуваннях гравітаційного аналізу [23].

Так, перший нобелевський лауреат з економіки, нідерландський вчений Ян Тінберген (Jan Tinbergen), визнаючи важливість політичних чинників у міжнародній торгівлі, включив колишні колоніальні зв'язки до змінних своєї моделі, щоб пояснити логіку двосторонніх торговельних потоків між бувшиими метрополіями і колоніями. Я. Тінберген також був одним з перших, хто почав застосовувати математичний апарат для вивчення економічних процесів і створювати моделі для їх опису. Після його базової роботи «Формування світової економіки – пропозиції для міжнародної економічної політики» [24], було опубліковано багато досліджень, які на теоретичному і емпіричному рівні підтверджують його тезу про вплив політичних факторів на торговельно-інвестиційні потоки [24].

З середини 2000-х наукові дослідження в галузі економічної дипломатії почали використовувати панельні дані і конкретні інструменти економічної дипломатії як незалежні змінні. Панельними даними прийнято вважати простежені в часі просторові вибірки, що складаються зі спостережень одних і тих же економічних одиниць, які здійснюються в послідовні періоди

часу. Їх використання дає ряд істотних переваг щодо оцінки параметрів регресійних залежностей, оскільки вони дозволяють проводити як аналіз часових рядів, так і аналіз просторових вибірок і використовувати конкретні інструменти економічної дипломатії як незалежні змінні, що пояснюють ті, чи інші економічні процеси. Об'єктом подібних досліджень стала дипломатична та зовнішньоекономічна мережа окремої країни, що складається з посольств, консульств, агентств з просування експорту (EPA) (англ. export promotion agencies), представництв з заохочення інвестицій (IPA) (англ. investment promotion agencies) і торгових представництв на різних рівнях, організованих у рамках цієї мережі [23].

В цьому розумінні показовими є публікації результатів досліджень Світового банку щодо ефективності IPA і EPA у розвинених країнах. Згідно з цими дослідженнями агентства мають сильний і статистично значущий вплив на вітчизняний експорт та залучення ПІ. В середньому 10%-е збільшення бюджетного фінансування спрямованого на стимулування інвестицій призводить до збільшення потоків ПІ на 7,5 % [25] і кожен додатковий долар на стимулування експорту, збільшує його обсяги на 40 доларів для середньостатистичного агентства [26].

У науковій літературі останніх років активно висвітлюється тема внеску дипломатичних служб у збільшення торгівельних та інвестиційних потоків. Так, професор Каліфорнійського університету А. Роуз (Andrew K. Rose) вперше розкрив на основі емпіричних досліджень позитивний економічний вплив роботи посольств і генеральних консульств на стимулування і збільшення національного експорту [27]. Нині науковими дослідженнями у галузі впливу мережі дипломатичних представництв на експортно-імпортні операції та інвестиційні потоки займаються професор Сорбонни М. Маурел (Mathilde Maurel) та Е. Афман (Emiel Afman) з Університету Амстердама [28].

Професор Університету Еразмуса в Гаазі, П. ван Бергейк (Peter A.G. van Bergeijk) та ін. вивчають феномен неоднорідності впливу інструментів економічної дипломатії на міжнародні товарні та інвестиційні потоки, пов'язаний з різними формами дипломатичних представництв на території приймаючої країни [29]. Крім цього П. ван Бергейк та Сельвін Мунс (Selvin Moons) опублікували ґрунтовну працю «Економічна дипломатія і економічна безпека» [30], у якій розкрито нерозривний взаємозв'язок політичних, торгово-економічних, дипломатичних та інших чинників, що в сукупності здійснюють безпосередній вплив на рівень економічної безпеки держав. Ці ж учени на основі емпіричних досліджень провели унікальний мета-аналіз впливу інструментів економічної дипломатії на міжнародні товарно-інвестиційні потоки. Обробивши ці дані, за допомогою ряду математичних і економетричних моделей (за базову була взята гравітаційна модель Тінбергенса), на основі теорії сучасної економічної дипломатії, вдалось довести і підтвердити на емпіричному рівні гіпотезу про прямий вплив інструментів економічної дипломатії на торгові та інвестиційні потоки і на рівень економічного розвитку країн. Разом з тим, у ході мета-аналізу було зроблено відкриття щодо значущості впливу економічної дипломатії. А саме: коефіцієнт кореляції є більш вираженим, коли дослідження використовують роботу посольств або державні візити в якості незалежної змінної в порівнянні з дослідженнями, які використовують інші змінні (роботу консульств, торгових представництв, EPA, IPA та ін.) [23].

Цікавими також є дослідження нідерландських економістів Г. Крюсена (Harold Creusen) і А. Лежура (Arjan M. Lejour) [31, 32] щодо використання торговельних місій і державних візитів в якості інструментів сучасної економічної дипломатії.

Усі ці дослідження як на теоретичному, так і на емпіричному рівні розкривають позитивні і значущі показники впливу економічної дипломатії на ефективність зовнішньоекономічної ді-

яльності держав. Наприклад, А. Роуз доводить, що відкриття додаткового посольства або консульства пов'язана зі зростанням експорту на 6-10% [27]. М. Маурел і Е. Афман підрахували, що відкриття посольства має такий же ефект, як і зниження від 2 до 12 відсоткових пунктів адвалорного (*ad valorem*) тарифу [28].

Використання торгових представництв як інструментів економічної дипломатії, натомість показує змішаний вплив у різних країнах. Так, подібна діяльність у США, Франції та Німеччині стимулює експорт від 6 до 10% [33], однак, скажімо, для Канади це економетрично незначущі показники [34]. Вивчаючи мікро дані для Нідерландів, Г. Крюсен і А. Лежур виявили, що експорт – стимулюючий вплив торгових представництв лежить в межах від 5% до 20% для країн з низьким рівнем доходу. А ось оцінки для представництв у країнах з високим рівнем доходу (країни ОЕСР), статистично незначущі [35].

Крім того, вивчається взаємодія між інструментами економічної дипломатії. Тут має значення тип дипломатичного представництва. Наприклад посольства мають більший вплив на торгівлю, ніж консульства, в той час як почесні консульства, в середньому не посилюють інтенсивність торгівлі [29]. Також ефективність посольств, консульств, *EPA*, *IPA* залежить від рівня розвитку торговельних партнерів. Так, вплив економічної дипломатії є найсильнішим в Північно-Південній, Південно-Південній і Південно-Північній торгівлі, натомість слабким для Північно-Північних потоків, тобто між багатими країнами ОЕСР [36, 32].

Значна робота була пророблена щодо вивчення впливу двосторонніх відносин на потоки ПІ. Дослідження показують позитивний та істотний вплив співробітництва між країнами, в яких схожі зовнішньоекономічні політики [37]. Так, професори Гарі Біглейзер (Gary Biglaiser) з Університету Північної Кароліни та Карл Р. Де Роен (Karl R. De Rouen) з Університету Алабами провівили емпіричні дослідження, виявили таку закономір-

ність: якщо політика економічної безпеки якоєві певної країни подібна до тої, що має США, якщо країна має подібну до США зовнішньо торгівельну політику, а відносини з цією країною будуться на основі взаємного довір'я і партнерства, то потік ПІІ зі США до такої країни значно більший та інтенсивніший, ніж до будь-якої іншої країни [38].

Цю закономірність варто враховувати при розробці торгово-економічної політики України. Адже правильно сформована стратегія і напрямок розвитку може за досить короткий час дати позитивний результат, завдяки залученню і раціональному використанню ПІІ. Цей шлях у повоєнний час пройшли країни Західної Європи, Японія, а пізніше і країни Південно-Східної Азії. Результат очевидний.

Оскільки емпіричні дослідження проводяться переважно в розвинених країнах, то і результати стосуються розвинених країн. Але треба зауважити, що більш високі культурні та інституційні бар'єри в міжнародній торгівлі зазвичай існують на більш низьких рівнях розвитку [39]. Тому і вибірка, яка має надати реальний масштаб впливу економічної дипломатії на торгові потоки, мала б охоплювати і країни-джерела, і країни-призначення, що перебувають на різних рівнях економічного розвитку. В цьому є певна наукова проблема, оскільки доступ до первинних емпіричних даних з цих країн або неможливий, або суттєво обмежений. З огляду на це, не так багато наукових досліджень можуть представити широку і більш повну картину дій інструментів економічної дипломатії в масштабах світової економічної системи. У зв'язку з цим, треба зазначити, що досвід західних вчених має велике значення для розвитку української науки, оскільки дає змогу силами вітчизняних учених поступово розширювати географічний ареал емпіричних досліджень у галузі економічної дипломатії на українські терени. Такий шлях видається найоптимальнішим, оскільки: з одного боку на місцях є більше можливостей для збору та системати-

зації достовірних первинних даних, з іншого – вже існує розроблена західними фахівцями методика та основні підходи до подібних досліджень. Крім того, в науково-методичній частині, з огляду на молодість галузі, для вітчизняних вчених також є поле для творчості, удосконалення підходів та наукового пошуку.

Так, нещодавно було здійснене і описане дослідження щодо дієвості економічної дипломатії України. Мета дослідження – на емпіричному рівні виявити можливий позитивний зв’язок між: з одного боку інструментами економічної дипломатії, які зазвичай використовуються у світовій науковій літературі, з іншого – основних показників зовнішньоекономічної діяльності України: імпорту, експорту та обсягів залучених інвестицій.

Було розроблено алгоритм дій, який передбачав збір та обробку емпіричних даних, кореляційно-регресійний та дисперсійний аналіз залежності первинних змінних, застосування ряду інших математичних розрахунків та теоретичне обґрунтування отриманих результатів.

З метою отримання якомога більш об’єктивної кількісної оцінки дії інструментів української економічної дипломатії, було зібрано емпіричні дані щодо 28 країн – економічних партнерів України і розподілено на 5 наступних груп: країни – найбільші торгові партнери України; найбільші інвестори України; країни G-7 та Корея; суміжні країни; партнери України в рамках ГУАМ. В подальшому ці дані було згруповано і включено до загальної матриці для здійснення статистичного аналізу.

Основним джерелом даних з експорту, імпорту, ПІ – було обрано офіційний сайт НБУ та Державної служби статистики України. Основним джерелом інформації щодо даних, означених як інструменти економічної дипломатії, було обрано офіційний веб-портал МЗС України з сайтами посольств в країнах перебування [40]. Також використовувалась періодика, електронні ресурси, було налагоджене електронне листування з послами та консулами України в досліджуваних країнах, отримано

відповідь на письмовий запит з Управління зв'язків зі ЗМІ МЗС України, інформацію стосовно деяких років і країн довелося шукати у фондах Державного архіву МЗС України. Інформацію про міжнародні угоди України одержано на сайті ВР [41]. Як джерела необхідної інформації заслуговують на увагу два видання: «Україна – Росія, 1990-2000 рр.» [42, с.722-743] та «Зовнішня політика України в умовах глобалізації. Анотована історична хроніка міжнародних відносин (1991-2003)» [43]. Дані щодо засідань СМК взято з офіційної відповіді на запит про отримання інформації з Мінекономіки, а також з новинних Інтернет ресурсів. Загалом процес збору даних, що стосуються дипломатичних зносин України з країнами світу показав, що в нашій державі відсутня інституція (подібна ДССУ або НБУ), яка б могла надати повний статистичний звіт щодо зовнішньополітичної діяльності України.

Проблемним завданням, яке треба було вирішити в процесі підготовки даних до аналітичної роботи, це рейтингування зарубіжних посольств в Україні та українських за кордоном. Оскільки сама наявність посольства у числовому вимірі для статистичного аналізу нічого не давала, вирішено було оцінити роботу посольств у контексті завдань економічної дипломатії: за показниками експорту та залучених в країну ПІІ. Тобто потрібні були дзеркальні дані: для українських посольств – український експорт і залучені ПІІ, для іноземних посольств – український імпорт і вкладені ПІІ. Однак знову виникла проблема доступу до інформації. Державна служба статистики України дає вичерпні відомості щодо надходження ПІІ в Україну з більшості країн світу, натомість значна кількість даних про надходження інвестицій з України в країни світу – закриті. Як пише статистична служба: «Дані вилучено з метою виконання Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації». Отже довелося відмовитися від такого важливого показника оцінки роботи українських та іноземних посольств,

як обсяги залучених інвестицій з огляду на відсутність даних. Тому рейтинг було здійснено у відсотковому співвідношенні лише за показниками експорту та імпорту товарів.

Першим кроком до систематизації та аналітичної обробки зібраних емпіричних даних є кореляційний аналіз. Його метою є виявлення лінійної залежності економічних показників: первинних результуючих залежних змінних (y) від впливу інструментів економічної дипломатії: факторних змінних (x).

Під первинними залежними змінними (y) розуміється:

- обсяги українського експорту товарів (y_1),
- обсяги українського імпорту товарів (y_2),
- обсяги залучених в Україну ПІІ (y_3).

Під інструментами економічної дипломатії, факторними змінними (x) розуміється:

- рейтинг роботи іноземних посольств в Україні (x_1),
- рейтинг українських посольств за кордоном (x_2),
- кількість іноземних генеральних консульств в Україні (x_3),
- кількість українських генеральних консульств за кордоном (x_4),
- кількість іноземних почесних консульств в Україні (x_5),
- кількість українських почесних консульств за кордоном (x_6),
- кількість візитів рівня глав держав до України (x_7),
- кількість візитів українських президентів за кордон (x_8),
- кількість візитів високого рівня до України (x_9),
- кількість візитів українських високо посадовців (спеціальних посланників Президента України, голів ВР, прем'єр-міністрів, керівників МЗС) за кордон (x_{10}),
- кількість постійно діючих двосторонніх органів високого рівня (x_{11}),
- кількість діючих угод (x_{12}),
- чисельність української діаспори в країнах перебування (x_{13}),

– кількість українських громадських організацій в країнах перебування (x14).

Кореляційний аналіз, здійснено за допомогою програми Microsoft Office Excel. Його результати ілюструють три матриці (табл. 6.1, 6.2, 6.3).

Матриця 1. Показує коефіцієнт кореляції, тобто числову оцінку залежності змінних у від x . Коефіцієнт кореляції належить проміжку $[-1;1]$. Тобто значення коефіцієнта кореляції $(0,6;1]$ показує прямий суттєвий зв'язок між (x) і (y) ; $[0,3; 0,6]$ середній прямий зв'язок. Значення коефіцієнта кореляції $(-0,3; 0,3)$ показують несуттєвий, статистично не значущий зв'язок. Значення коефіцієнта кореляції $[-0,3; -0,6)$ вказує на середній обернений зв'язок; $[-0,6; -1]$ суттєвий обернений зв'язок.

Таблиця 6.1

Матриця 1. Коефіцієнти кореляції

зн.	дані	R експорт (y1)	R імпорт (y2)	R III (y3)
у		1	1	1
x1	іноземні посольства	0,937209	0,999993	0,165705
x2	посольства України	0,998843	0,939009	0,076981
x3	іноз. консульства (ген.)	0,354661	0,349163	0,118071
x4	консульства Укр. (ген.)	0,837746	0,876271	0,136618
x5	іноз. консульства (поч.)	0,192335	0,15886	0,433702
x6	консульства Укр. (поч.)	0,008755	-0,02518	0,05094
x7	ін. візити рівня. гл. держ.	0,606283	0,568584	-0,13118
x8	ін. візити вис. рівня	0,834631	0,820953	0,03048
x9	у. візити рівня. гл. держ.	0,6582	0,637426	-0,05106
x10	у. візити вис. рівня	0,865828	0,866252	0,087371
x11	пост. двост. органи	0,288432	0,327271	-0,10521
x12	угоди	0,788615	0,830464	-0,06209
x13	українська діаспора	0,823697	0,806805	0,036271
x14	укр. громад. орг-ції	0,707853	0,716821	0,109246

Джерело: створено автором за результатами кореляційного аналізу

Прямий зв'язок означає, що збільшення первинних змінних (х) призводить до збільшення змінних (у). Обернений зв'язок означає, що збільшення первинних змінних (х) призводить до зменшення змінних (у).

Таблиця 6.2

Матриця 2. Значущість за критерієм Ст'юдента

зн.	дані	R експорт (у1)	R імпорт (у2)	R ПІІ (у3)
x1	іноземні посольства	34,93363	3591,455	2,184368
x2	посольства України	270,0159	35,49689	1,003734
x3	іноз. консульства (ген.)	4,931139	4,843983	1,545732
x4	консульства Укр. (ген.)	19,94413	23,64271	1,792844
x5	іноз. консульства (поч.)	2,547923	2,091744	6,257233
x6	консульства Укр. (поч.)	0,113821	0,327462	0,663082
x7	ін. візити рівня. гл. держ.	9,910945	8,98537	1,720265
x8	ін. візити вис. рівня	19,69867	18,69081	0,396421
x9	у. візити рівня. гл. держ.	11,36571	10,7546	0,664692
x10	у. візити вис. рівня	22,49619	22,5403	1,140184
x11	пост. двост. органи	3,916041	4,502478	1,375303
x12	угоди	16,67297	19,37992	0,808776
x13	українська діаспора	18,88444	17,75243	0,47183
x14	укр.громад.орг-ції	13,02747	13,36475	1,428751

Джерело: створено автором за результатами кореляційного аналізу

Матриця 2. Показує значущість зв'язку між x та y за критерієм Ст'юдента. Для даного розрахунку використовують формулу:

$$t_{emp} = \frac{R\sqrt{k - 2}}{\sqrt{1 - R^2}}, \quad (2.1)$$

де R – коефіцієнт кореляції, $k-2$ – число ступенів свободи.

Тут емпіричне значення t -відношення належить проміжку $[0; \infty]$, але мінімальною критичною межею при рівні надійності 0,95 – є значення 2,160369.

Таблиця 6.3

Матриця 3. Значущість t-відношення

зн.	дані	R експорт (у1)	R імпорт (у2)	R ПІ (у3)
x1	іноземні посольства	1	1	0,952149
x2	посольства України	1	1	0,666175
x3	іноз. консульства (ген.)	0,999726	0,999679	0,853841
x4	консульства Укр. (ген.)	1	1	0,903715
x5	іноз. консульства (поч.)	0,975712	0,943345	0,999971
x6	консульства Укр. (поч.)	0,088882	0,251468	0,481137
x7	ін. візити рівня. гл. держ.	1	0,999999	0,890917
x8	ін. візити вис. рівня	1	1	0,301775
x9	у. візити рівня. гл. держ.	1	1	0,482135
x10	у. візити вис. рівня	1	1	0,725219
x11	пост. двост. органи	0,998228	0,999405	0,807725
x12	угоди	1	1	0,566803
x13	українська діаспора	1	1	0,35513
x14	укр.громад.орг-ції	1	1	0,823339

Джерело: створено автором за результатами кореляційного аналізу

Матриця 3. Показує рівень адекватності отриманих результатів за всіма значеннями залежності x і y . Тут рівень надійності (ймовірність того, що коефіцієнт кореляції є статистично значущим) належить проміжку [0;1] і його значення дають можливість оцінити ймовірність, з якою можна прийняти гіпотезу про наявність зв'язку між x і y , а також з'ясувати наскільки можна спиратись на отримані результати кореляційного аналізу в подальших розрахунках.

З отриманих результатів можна зробити певні попередні висновки. Значну лінійну залежність змінних x та y можна спостерігати в роботі українських та іноземних посольств (причому в роботі і українських, і іноземних посольств найбільш значущий зв'язок зафіксовано щодо експорту своїх країн); значний

зв'язок за експортом та імпортом зафіксовано в роботі українських генеральних консульств; середню і високу залежність показують візити на рівні голів держав та візитів високого рівня відповідно; також значну залежність показує наявність діючих міждержавних угод та чисельність діаспори і українських громадських організацій в країнах перебування. Однак ці позитивні результати стосуються лише експорту та імпорту.

Що ж стосується обсягів залучених інвестицій, то виходячи з кореляційних коефіцієнтів стовпчика (у3) матриць 1 і 2, жодний з досліджуваних інструментів економічної дипломатії не справляє суттевого впливу на обсяги залучених ПІ. За винятком хіба-що іноземних почесних консульств, які дають середнє значення лінійної залежності. Цей виняток можна було б сприйняти як певну похибку аналізу, однак показник значущості t – відношення показує високу, близьку до 1 степінь адекватності і вірогідності результатів обрахунку.

Отже, за результатами здійсненого кореляційного аналізу первинних емпіричних даних, виявлено суттєвий статистично значущий зв'язок між інструментами економічної дипломатії і показниками обсягів експорту та імпорту. Що ж стосується залучених ПІ, то тут суттєвого зв'язку не виявлено.

Однак, оскільки лінійна залежність може мати суттєві похибки, було здійснено додаткові обрахунки, використовуючи методи виявлення інших, не лінійних форм зв'язку, більш характерних для економічних явищ.

Для цього було здійснено Регресійний та дисперсійний аналіз. Регресійний аналіз дає можливість провести більш глибоке дослідження первинних змінних, не лише в межах лінійної залежності, але й інших форм зв'язку, об'єднавши їх в єдину функцію. Тобто в межах цього аналізу можна розробити певну загальну конструкцію, в якій фігуруватимуть усі параметри досліджуваних даних, що дасть можливість, застосувавши ряд математичних моделей, отримати адекватні числові показники

залежності як для усього об'єму даних, так і для кожного параметру окремо. Засновуючись на результатах регресії, за допомогою дисперсійного аналізу можна визначити, наскільки зміна факторів x (інструментів економічної дипломатії) впливає на зміну кожного з параметрів y (економічних показників).

В якості рівняння регресії було виведено багатофакторну мультиплікативну експоненціальну модель виду:

$$y_1 = \alpha \prod_{i=1}^{14} \beta_i^{x_i}. \quad (1)$$

Модель було перевіreno на адекватність і використано в якості базової в подальшому дослідженні. За допомогою зазначеної моделі і низки математичних розрахунків отримано наступні результати:

- для експорту (y_1) варіація величини експорту на **23,854%** пояснюється варіацією значень досліджуваних 14 факторів (інструментів ЕД) і відповідно на 76,146% – варіацією інших факторів;
- для імпорту (y_2) варіація величини імпорту на **20,033%** пояснюється варіацією значень досліджуваних 14 факторів і відповідно на 79,967% – варіацією інших факторів;
- для ПІІ (y_3) варіація величини залучених ПІІ на **20,032%** пояснюється варіацією значень досліджуваних 14 факторів і відповідно на 79,968% – варіацією інших факторів.

Тобто, виходячи з одержаних результатів регресійного і дисперсійного аналізу, можна зробити висновок, що за розглянутий період зміна (варіація) досліджуваних економічних показників приблизно на 20% залежить від зміни (варіації) виділених 14 факторів політико-дипломатичного компоненту. Це досить суттєвий рівень залежності, що свідчить про передбачуваний позитивний зв'язок між дією інструментів економічної дипломатії та основними показниками зовнішньоекономічної діяль-

ності держави. До речі, як бачимо, дослідження більш складних, нелінійних зв'язків між факторними і результиручими змінними дали позитивний результат не лише для y_1 (експорт) та y_2 (імпорт), але й щодо параметру y_3 (ПІ). Крім цього отримані результати дисперсійного аналізу повністю співпадають з емпіричним законом Парето (20:80), що дає підстави стверджувати, що в модель включено найоптимальніший перелік інструментів економічної дипломатії, які забезпечують 80% корисної дії на показники результативності зовнішньоекономічної діяльності держави.

Результати здійснених розрахунків багато в чому збігаються з оцінкою західних фахівців, щодо дії інструментів економічної дипломатії в розвинених країнах. Звідси можна припустити, що рівень розвитку країн суттєво не впливає на ефективність дій дипломатичних інструментів. Об'єм опрацьованих даних та перевірена на адекватність модель, за допомогою якої отримано згадані результати, – дають підстави стверджувати, що вдалося з достатньою точністю розрахувати степінь впливу інструментів економічної дипломатії на зовнішньоторговельну та інвестиційну діяльність української держави [44]. Оскільки сукупний внесок досліджуваних країн у загальний обсяг українського експорту, імпорту та залучених ПІ становить $\approx 80\%$, а період дослідження охоплює майже 30 років – отримані результати можна вважати базовими для подальшого наукового пошуку в галузі української економічної дипломатії як ефективної технології реалізації експортного потенціалу України у світовій системі господарювання [45].

Отже в сучасному глобалізованому світі дуже важливим є міжнародний досвід застосування великого спектру засобів економічної дипломатії в реалізації національного експортного потенціалу держав та в розбудові глобальної системи міждержавного регулювання світової економіки. Ці напрацювання і досвід створюють можливості співіснування та взаємовигід-

ного співробітництва країн різного потенціалу, політичного устрою, рівня економічного та цивілізаційного розвитку, що дуже важливо для їх становлення як повноправних учасників глобальних економічних і політичних процесів.

Використані джерела

1. Вергун В.А. Економічна дипломатія: навчальний посібник / В.А. Вергун. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – 303 с.
2. Олександр Шаров. Економічна дипломатія: Іноземний досвід у галузі економізації зовнішньої політики. URL: <http://ufpa.org.ua/blog/3844>
3. Нижник В.М. Економічна дипломатія та економічна безпека України Навчальний посібник / В.М. Нижник. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – 299 с.
4. Рикардо Д. Сочинения / Д. Рикардо; [перевод с англ. М.Н. Смит]. – М.: ГИПЛ, 1955.- Т. 1. – 360 с.
5. Договор Метуэна. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Морозов О.В. Українське купецтво російської імперії в торгово-вельно-митних угодах XVIII – початку XX ст. URL: http://archive.nbuvgov.ua/portal/soc_gum/grani/2010_6/H-1.pdf
7. Economic Diplomacy and Economic Security by Peter A.G. van Bergeijk and Selwyn Moons URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1436584
8. Шаров О. Це – економіка, шановні добродії! [Електронний ресурс]. // Дзеркало тижня. – 2009. – №26. URL: http://dt.ua/POLITICS/tse_ekonomika,_shanovni_dobrodiyi-57464.html.
9. Макаренко Є.А., Пігченко Н.О. Віртуальна дипломатія. Підручник / Є.А.Макаренко, Н.О. Пігченко. – К.: Центр вільної преси, 2010. – 302 с.
10. Дж. Най: Якщо у сусідів України різне бачення політики, досить важко підібрати плях, який зацікавить всіх. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2011/2745>
11. Morgenthau Hans Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace, 5th ed., NY, Alfred A. Knopf, 1973. – p. 74.

12. The Information Revolution and International Conflict Management Richard H. Solomon; Bits, Bytes, and Diplomacy Walter B. Wriston; Diplomacy in the Information Age George P. Shultz. The U.S. Institute of Peace. URL: <http://www.usip.org/files/resources/pwks18.pdf>
13. Макаренко Є.А., Піпченко Н.О. Віртуальна дипломатія. Підручник /Є.А. Макаренко, Н.О. Піпченко. – К.: Центр вільної преси, 2010. – 302 с.
14. Схаляхо З.Ч. Особенности виртуализации экономической сферы современного общества: социально-философский анализ. URL: <http://www.dissercat.com/content/osobennosti-virtualizatsii-ekonomiches>
15. Посольство США в Україні. URL: <http://kyiv.usembassy.gov/>
16. Американська Комерційна Служба. URL: <http://www.buyusa.gov/ukraine/>
17. МЗС України URL: <http://www.mfa.gov.ua>
18. Посольство України в США URL: <http://www.mfa.gov.ua/usa>
19. Важенина И.С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде. Маркетинг в России и за рубежом. 2006. – №6. URL: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/6/4512.html>
20. Міжнародний імідж України: міфи і реалії [Електронний ресурс] УЦЕПД. Журнал «Національна безпека і оборона». URL: http://www.razumkov.org.ua/rus/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5
21. Задорожный В.Н. Влияние политического имиджа государства на экономический рост. В.Н. Задорожный. Элитариум: Центр дистанционного образования. URL: http://www.elitarium.ru/2007/06/07/print?page,1,vlijanie_imidzha_gosudarstva_na_jeconomicheskijj_rost.html
22. Філіпенко А.С. Теоретичні основи економічної дипломатії / А.С. Філіпенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2008. – №74. – Ч. I. – С. 16–17.
23. Peter A.G. van Bergeijk, Selwyn J.V. Moons, (2013) Economic Diplomacy Works: A meta-analysis of its effect on international economic flows. URL: http://www2.gre.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0015/822102/Selwyn-J.V.-Moons-and-Peter-A.G.-van-Bergeijk-Economic-Diplomacy-Works-a-meta-analysis-of-its-effect-on-international-economic-flows.pdf

24. Tinbergen, J. 1962, 'Shaping the World Economy- Suggestions for an International Economic Policy'. New York: Twentieth Century Fund.
25. Morisset, J., 2003, Does a country need a promotion agency to attract Foreign Direct Investment? A small analytical model applied to 58 countries, World Bank Policy Research Working Paper 3028, World Bank; Washington D.C.
26. Lederman, D., M. Olarreaga and L. Lucy Payton, 2006, 'Export Promotion Agencies: What Works and What Doesn't?', World Bank Policy Research Working Paper 4044, Washington, DC: World Bank.
27. Rose, A.K., 2007, 'The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion', *The World Economy*, 30 (1), pp. 22-38.
28. Maurel, M. and E. Afman, "Diplomatic Relations and Trade Reorientation in Transition Countries" Paper presented at "The Gravity Equation Or: Why the World is not Flat" University of Groningen, 19 october 2007.
29. Bergeijk, P.A.G. van, H. de Groot en M. Yakop, 2011, 'The Economic Effectiveness of Diplomatic Representation: An Economic Analysis of its Contribution to Bilateral Trade', *The Hague Journal of Economic Diplomacy*, 6 (1-2) pp. 101-120.
30. Economic Diplomacy and Economic Security by Peter A.G. van Bergeijk and Selwyn Moons. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1436584
31. Creusen, H. and A. Lejour (2011), 'Uncertainty and the export decisions of Dutch firms', CPB discussion paper 183, The Hague.
32. Creusen, H. and A. Lejour (2012), 'Market entry and economic diplomacy', *Applied Economics Letters* 20 (5), DOI:10.1080/13504851.2012.714066.
33. Nitsch, V., 2007, 'State Visits and International Trade', *World Economy*, 30 (4), pp. 1797-816.
34. Head, K. and J. Ries, 2006, 'Do Trade Missions Increase Trade?', *Sauder School of Business Working Paper Series*, University of Britisch Columbia.
35. Baine, N. and S. Woolcock, (2003) *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*, Ashgate Publishing Ltd.
36. Veenstra, M.L. van, M. Yakop and P.A.G. van Bergeijk, 2011, 'The Geography of Trade and the Network Effects of Economic Diplomacy in

the South'; in: M. Murshed, P. Goulart and L. A. Serino (eds) *South-South Globalization: Challenges and Opportunities for Development*, Routledge 2011 (in print).

37. Polacheck, S., C. Seiglie and J. Xiang, 2007, 'The impact of Foreign Direct Investment on International Conflict', *Defence and Peace Economics* 18 (5), pp. 415-29.

38. Biglaiser, G. and K. De Rouen Jr, 2007, 'Following the Flag: Troop Deployment and U.S. Foreign Direct Investment', *International Studies Quarterly* 51, pp. 835-54.

39. Head, K. and J. Ries, 2006, 'Do Trade Missions Increase Trade?', *Sauder School of Business Working Paper Series*, University of British Columbia.

40. Інтернет-портал Міністерства закордонних справ України. URL: <http://mfa.gov.ua/ua>

41. Верховна Рада України. Міжнародні документи. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/c>

42. Україна – Росія, 1990-2000 рр.: Документи та матеріали / Редкол.: О.О. Чалий (відп. Ред.), Г.В. Берденіков (голова) та ін. – К.. Юрінком Інтер. 2001. – 776 с. [с. 722-743];

43. Зовнішня-політика-україни-2008. URL: <http://fpri.kiev.ua/wp-content/uploads/2011/01/ЗОВНІШНЯ-ПОЛІТИКА-УКРАЇНИ-2008.pdf>

44. Горбачук О.І. Економічна дипломатія в забезпеченні економічної безпеки держави. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук зі спеціальності 21.04.01 – економічна безпека держави. Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК». Київ, 2017.

45. Рокоча В.В., Горбачук О.І. Політико-дипломатична складова економічної безпеки держави. Вчені записки Університету «КРОК»: зб. наук. праць. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2020. Вип. №1 (57). 173 с.

Частина 3

ГЕОЕКОНОМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Розділ 7

Євроатлантична та тихоокеанська складові експортної орієнтації міжнародного бізнесу України

7.1. Особливості реалізації експортного потенціалу українського бізнесу на внутрішньому ринку Європейського союзу

Протягом останніх років український експорт демонструє зміни в географічній структурі через відповідне зменшення орієнтованості України на ринки країн СНД за тенденції збільшення відповідної частки країн ЄС (див. табл. 7.1).

Так, зокрема, за результатами 2020 року Європейський Союз є найбільшим торговельним партнером України із часткою у 38,1% у зовнішньоторговельному обороті товарів і послуг України порівняно з 29,7% у 2010 році за даними Держкомстату за загальної тенденції зростання обсягів зовнішньоторговельного обороту торгівлі товарами та послугами з країнами ЄС (рис.7.1).

При цьому, структурні зміни зовнішньої торгівлі України відбувались під впливом наступних негативних ендогенних та екзогенних факторів, зокрема:

- продовження конфлікту на Донбасі, де розміщені експортноорієнтовані стратегічні об'єкти металургійної, вугільної промисловості та машинобудування України;

- припинення переміщення вантажів через лінію зіткнення залізничними та автомобільними шляхами у межах Донецької та Луганської областей;

Таблиця 7.1

**Зовнішня торгівля товарами та послугами
між Україною та ЄС у 2010-2020 рр., млрд. дол. США**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ЗТО торгівлі товарами та послугами України з країнами світу	129,38	171,04	173,70	160,73	124,86	98,09	98,5	116,63	129,73	139,62	123,74
У т.ч. ЗТО торгівлі товарами та послугами з ЄС	38,37	50,73	50,70	51,56	44,59	31,35	34,48	42,75	49,1	53,17	47,11
Пітому вага ЄС у загальному обсязі ЗТО торгівлі товарами та послугами	29,7%	29,20%	32,1%	35,7%	32%	35%	36,7%	37,8%	38,1%	38,1%	
Експорт товарів та послуг всього з України	63,19	82,20	82,34	76,13	64,11	47,86	46,0	53,94	59,18	63,56	60,65
У т.ч. експорт товарів та послуг до ЄС	16,25	21,58	20,88	20,36	20,38	13,28	13,77	17,66	20,59	22,14	19,83
Пітому вага ЄС у загальному обсязі експорту товарів та послуг	25,7%	26,3%	25,40%	26,7%	31,8%	27,8%	29,9%	32,7%	34,8%	34,8%	32,7%
Імпорт товарів та послуг всього до України	66,19	88,84	91,36	84,60	60,75	50,22	52,46	62,69	70,56	76,07	63,1
У т.ч. імпорт товарів та послуг з ЄС	22,12	29,15	29,83	31,20	24,21	18,07	20,71	25,1	28,51	31,03	27,28
Пітому вага ЄС у загальному обсязі імпорту товарів та послуг	33,4%	32,8%	32,6%	36,9%	39,8%	36%	39,5%	40%	40,4%	40,8%	43,2%
Сальдо зовнішньої торгівлі всього по Україні	-2,99	-6,64	-9,03	-8,48	3,36	-2,36	-6,46	-8,75	-11,38	-12,51	-2,45
У т.ч. з ЄС	-5,87	-7,57	-8,95	-10,84	-3,82	-4,79	-6,94	-7,44	-7,91	-8,91	-7,45

Джерело: складено автором за [11]



Рис.7.1. Обсяги зовнішньоторговельного обороту товарів та послуг України з країнами ЄС у 2010-2020 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [8]

- погіршення відносин з РФ як одного з головних торговельних партнерів України, зокрема продовження торговельної війни, заборона транзиту територією РФ товарів українського походження до третіх країн;
- суттєва волатильність кон'юнктури світових ринків на певну продукцію українського експорту, зокрема на залізну руду, що призводить до різноспрямованих тенденцій розвитку експорту продукції металургійного комплексу та товарів суміжних і пов'язаних галузей економіки;
- системні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності (відшкодування ПДВ, валютне, митне та податкове регулювання тощо);

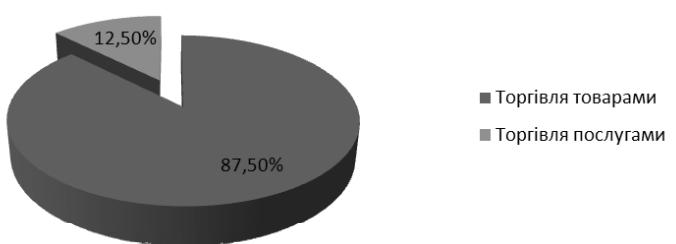
- пандемія коронавірусу, що негативно впливає на світовий попит на товари та послуги на міжнародних ринках, що, в свою чергу, призвело до падіння обсягів міжнародної торгівлі та, відповідно, мало негативні наслідки для експортоорієнтованої економіки України.

За даними Держкомстату України у 2020 р. зовнішньоторговельний оборот торгівлі товарами і послугами з ЄС знизився на 11,4% у порівнянні з 2019 роком та становив 47,11 млрд. дол. США. Протягом цього періоду обсяги експорту товарів та по-

слуг до ЄС знизилися на 10,4% та становили 19,83 млрд. дол. США. Обсяги імпорту товарів і послуг з ЄС знизилися на 12,1% та становили 27,28 млрд. дол. США.

Сальдо торгівлі з ЄС за підсумками 2020 року залишилось негативним для України та становило -7,45 млрд. дол. США (у 2019 р. сальдо складало -8,91 млрд. дол. США).

Відповідна динаміка розвитку двосторонніх торговельних відносин Україна-ЄС формується за рахунок двосторонньої торгівлі товарами, частка якої становить 87,5% зовнішньоторговельного обороту товарами та послугами між Україною та ЄС за результатами 2020 року (див. рис. 7.2).



Джерело: складено автором за [9].

У 2020 році зовнішньоторговельний оборот товарами між Україною та ЄС склав 42,5 млрд. долларів США, що на 8,1% менше ніж у 2019 році. При цьому експорт товарів до країн ЄС знизився на 10,3% і становив 18,6 млрд. дол. США, а імпорт товарів знизився на 6,2% та становив 23,86 млрд. дол. США.

При цьому, динаміка експорту до країн ЄС українських товарів вирізняється стабільністю за тенденції поступового зростання.

До основних товарних категорій українського експорту в ЄС у 2020 р. належали:

- чорні метали – 13,5%;
- електричні машини – 11,9%;
- жири та олії – 9,9% ;

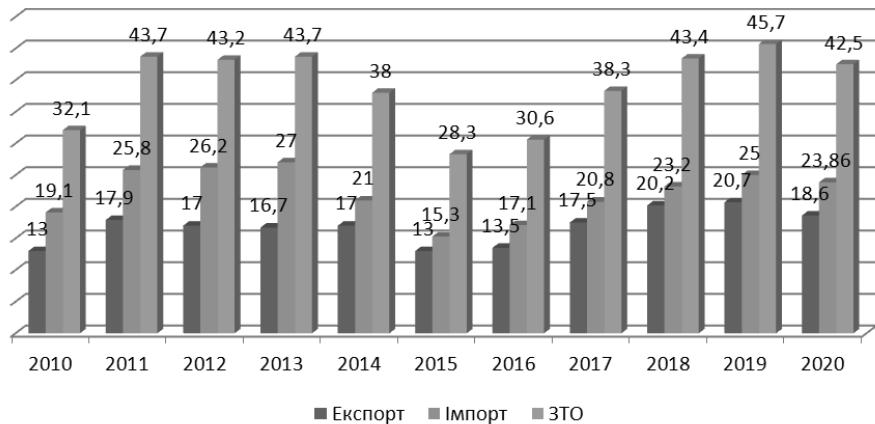


Рис. 7.3. Динаміка двосторонньої торгівлі товарами між Україною та ЄС у 2010–2020 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [11]

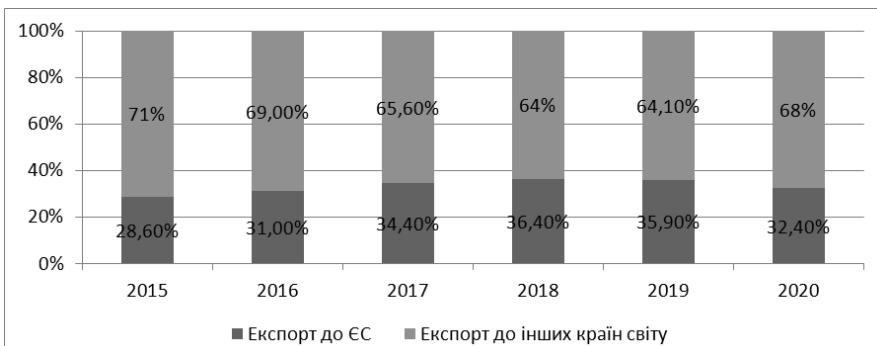


Рис. 7.4. Частка країн ЄС в експорті товарів України у 2015–2020 рр., %
Джерело: складено автором за [11]

- зернові культури – 9,6%;
- руди, шлаки – 7,8%;
- насіння і плоди олійних рослин – 6,7%;
- деревина і вироби з деревини – 5,3%;
- меблі – 3,5%.

У імпорті з ЄС до України у 2020 р. домінували наступні товарні категорії:

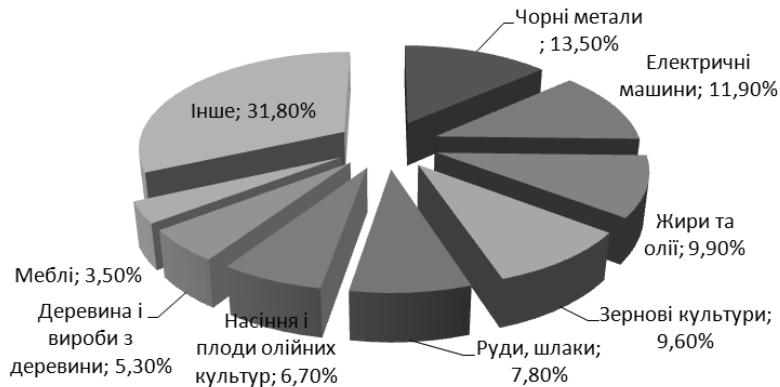


Рис. 7.5. Структура експорту українських товарів до ЄС у 2020 році

Джерело: складено автором за [9]

- реактори ядерні, котли, машини – 13,3%;
- засоби наземного транспорту, крім залізничного – 11,6%;
- електричні машини і устаткування – 8,4% ;
- фармацевтична продукція – 7,7% ;
- енергетичні матеріали – 6,9%;
- пластмаси, полімерні матеріали – 5,7%;
- різноманітна хімічна продукція – 3,4%;
- папір та картон – 2,5%.



Рис. 7.6. Структура українського імпорту товарів з ЄС у 2020 році

Джерело: складено автором за [9]

Водночас спостерігається тенденція до поступового збільшення присутності європейських товарів на внутрішньому ринку України (див. рис. 7.7)

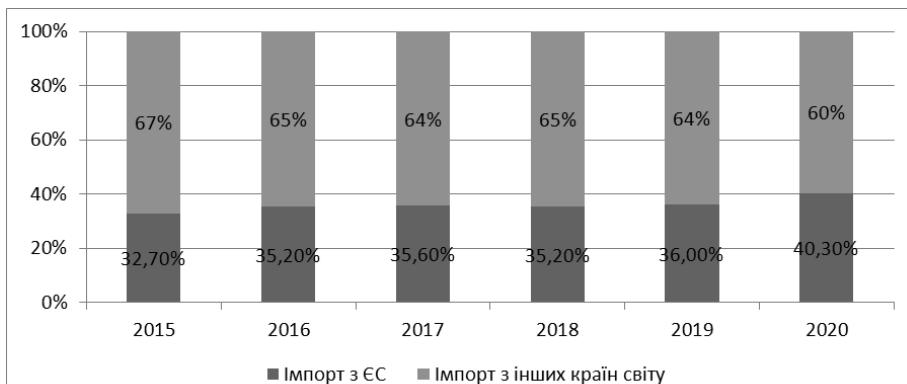


Рис. 7.7. Частка країн ЄС в імпорті товарів до України у 2015–2020 рр, %

Джерело: складено автором за [11]

На сьогодні торгівля послугами між Україною та ЄС складає лише 12,5% зовнішньоторговельного обороту товарами та послугами між Україною та ЄС за результатами 2020 року.

У 2020 році зовнішньоторговельний оборот торгівлі послугами між Україною та ЄС склав 7,1 млрд. доларів США, що на 14% менше ніж у 2019 році. Експорт послуг до ЄС знизився на 4,8% та становив 4,3 млрд. дол. США. Імпорт послуг з ЄС знизився на 25% та склав 2,8 млрд. дол. США.

До основних категорій експорту послуг до ЄС у 2020 р. належали:

- телекомунікаційні послуги – 31,9%;
- транспортні послуги – 25,4%;
- послуги з переробки матеріальних ресурсів – 23,1%;
- ділові послуги – 13,2%;
- послуги з ремонту та технічного обслуговування – 1,8%.

При цьому частка країн ЄС в українському експорту послуг постійно зростає з 25,4% у 2015 р. до 33,6% у 2020 р. (див. рис. 7.9).

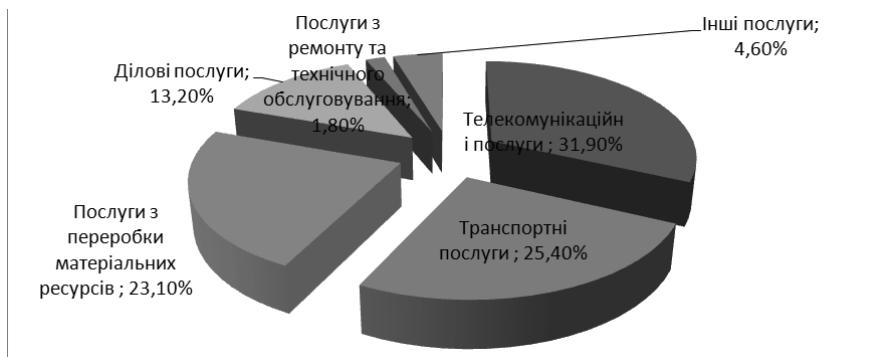


Рис. 7.8. Структура експорту українських послуг до ЄС у 2020 році
Джерело: складено автором за [9]



Рис. 7.9. Частка країн ЄС в експорті послуг України у 2015–2020 pp, %
Джерело: складено автором за [11]

У імпорті послуг з ЄС до України у 2020 р. домінували:

- ділові послуги – 22,4%;
- транспортні послуги – 19,6%;
- роялті та інші ПІВ – 15,1%;
- телекомунікаційні послуги – 13,9%;
- фінансові послуги – 10,4%.

Водночас, на сьогодні країни ЄС домінують в імпорті українських послуг з часткою у 56,9% у 2020 р. (див. рис. 7.11).

При цьому, аналіз тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі з ЄС, що ґрунтуються на торгівлі товарами, відображає пере-

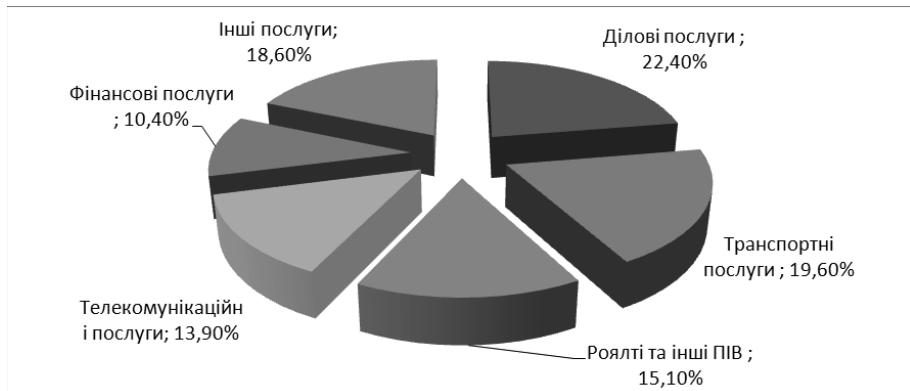


Рис. 7.10. Структура імпорту послуг з ЄС у 2020 році

Джерело: складено автором за [9]

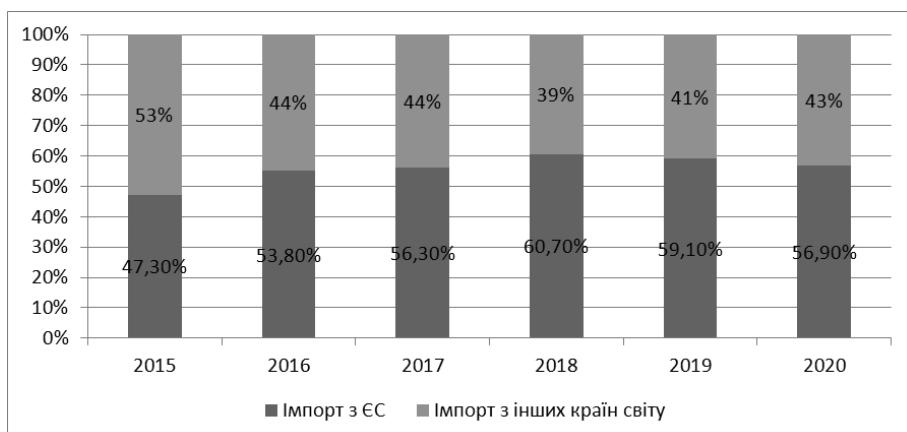


Рис. 7.11. Частка країн ЄС в імпорті послуг до України у 2015–2020 рр., %

Джерело: складено автором за [11]

важно зростання дефіциту зовнішньоторговельного балансу за загальної тенденції збільшення обсягів експорту сировинних та проміжних товарів з відносно низьким рівнем технологічної складової (див. рис. 7.12) та зростання обсягів імпорту з ЄС споживчих товарів.

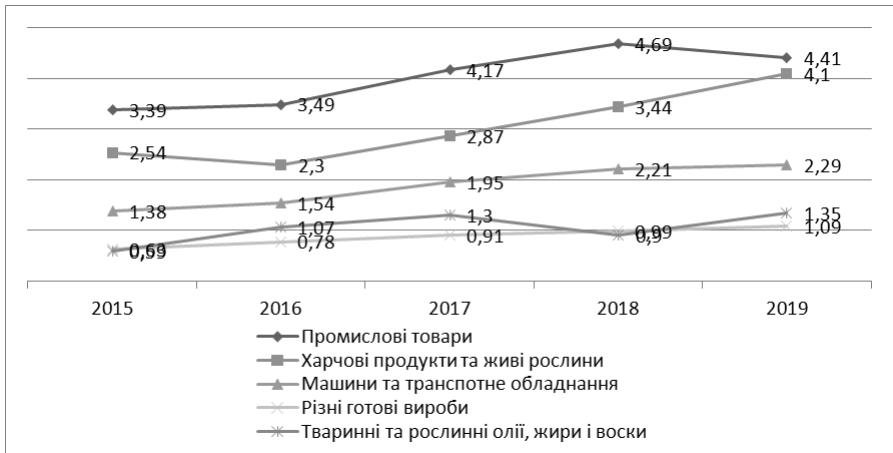


Рис. 7.12. Структура експорту України до ЄС

за широкими економічними категоріями, млрд. євро

Джерело: складено автором за [6]

Збереження відповідних тенденцій, в свою чергу, призведе до подальшого зростання імпортозалежності України від товарів з ЄС у рамках зростання негативного сальдо двосторонньої торгівлі товарами та послугами з країнами ЄС (див. рис. 7.13)

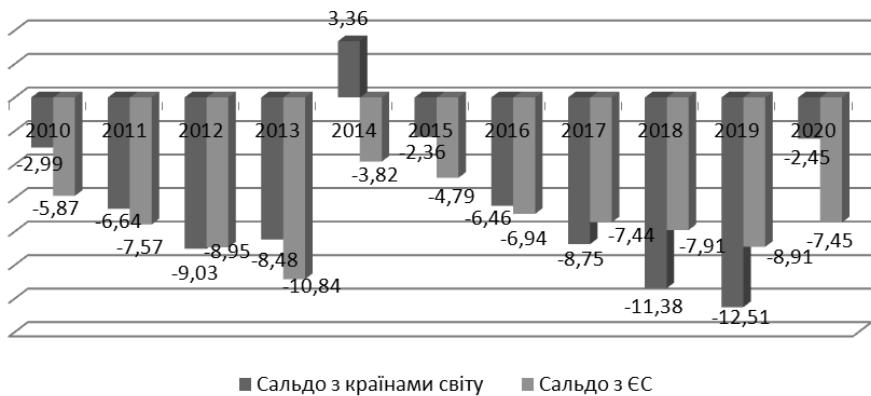


Рис. 7.13. Обсяги сальдо двосторонньої торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС у 2010–2020 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [11]

На сьогодні Європейський Союз є другою за величиною економікою світу. Так, за даними Світового банку номінальний ВВП ЄС-27 оцінюється в 15,2 трлн. дол. США у 2020 р., що становить 14,95% світової економіки. При цьому, внутрішній ринок ЄС-27 є одним з найпривабливіших ринків світу. Спільний ринок ЄС-27 охоплює 448 млн. потенційних споживачів з високим рівнем купівельної спроможності (середній показник ВВП на душу населення за даними Євростату становить 34,769 тис. дол. США).

На країни ЄС приходиться 15% світового експорту та 14% світового імпорту за даними СОТ.

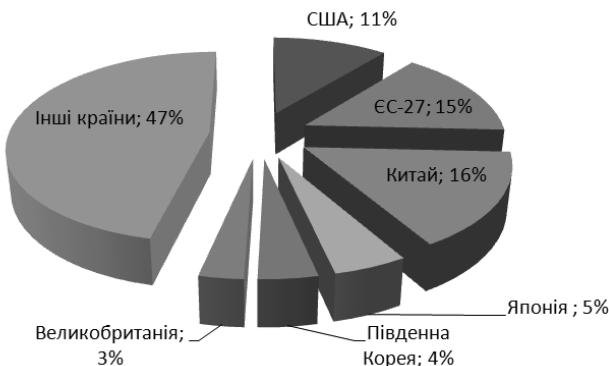


Рис. 7.14. Частки країн світу в світовому експорті товарів у 2019 р., %
Джерело: складено автором за [17]

Так, Європейський Союз є другим після США світовим імпортером товарів з обсягами імпорту у розмірі 1,7 трлн. євро за результатами 2020 р. за відповідної динаміки поступового збільшення імпорту з країн світу (див. рис. 7.16).

Незважаючи на негативні тенденції розвитку торгівлі Європейського Союзу з країнами світу за результатами 2020 р. з урахуванням глобальної економічної кризи та пандемії коронавірусу, ЄС на сьогодні залишається одним з головних глобальних торговельних лідерів світу.

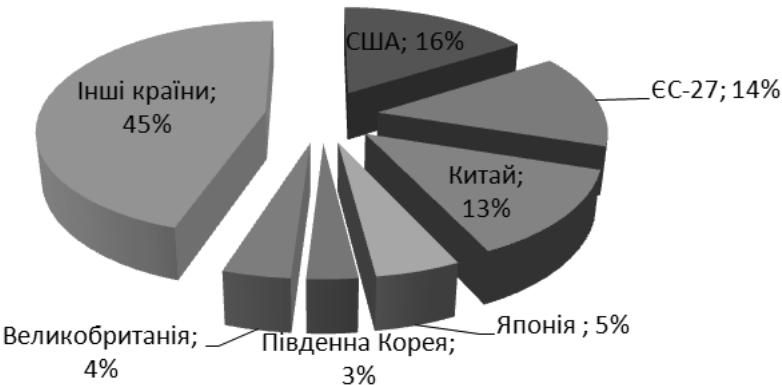


Рис. 7.15. Частки країн світу в світовому імпорті товарів у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [17]

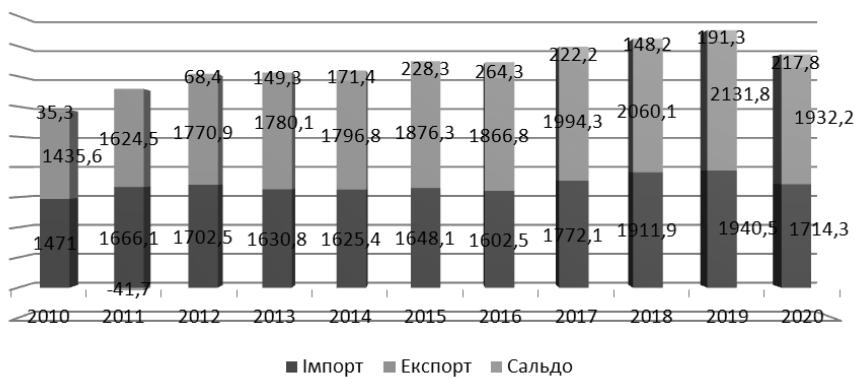


Рис. 7.16. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами ЄС з країнами світу у 2010–2020 рр., млрд. євро

Джерело: складено автором за [15]

Так, у 2020 р. загальний обсяг зовнішньої торгівлі товарами ЄС-27 становив 3,65 трлн. євро, зменшившись на 10,3% або 420 млрд. євро. При цьому експорт товарів склав 1,93 трлн. євро, зменшившись на 9,4% або 199,6 млрд. євро, а імпорт – 1,71 трлн. євро, зменшившись на 11,66% або 226,2 млрд. євро. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами ЄС-27 з країнами світу склалося по-

зитивним в обсязі 217,8 млрд. євро через значне падіння обсягів імпорту до ЄС протягом 2020 р. (у 2019 р. обсяги сальдо становили 191,3 млрд. євро).

Протягом досліджуваного періоду з 2010 по 2020 рік обсяги експорту товарів ЄС до країн світу щороку збільшувалися, зокрема, з 1,44 трлн. євро у 2010 році до 1,93 трлн. євро у 2020 році за рекордного зростання до 2,13 трлн. євро у 2019 році або на 34% протягом 2010-2020 рр. З іншого боку, протягом цього періоду обсяги імпорту товарів ЄС з країн світу збільшилися з 1,47 трлн. євро в 2010 році до 1,71 трлн. євро в 2020 році за рекордного зростання до 1,94 трлн. євро у 2019 році або на 16,3% протягом 2010-2020 рр.

У структурі зовнішньої торгівлі товарами ЄС з країнами світу третина зовнішньоторговельного обороту припадає на устаткування та транспортні засоби, частка яких становила 34 % сукупного імпорту ЄС та 39 % сукупного експорту ЄС у 2020 році. При цьому, на промислові товари припадає 60% обсягів сукупного імпорту та майже 62% сукупного експорту ЄС, а сировина становить лише 4,6% від загального обсягу європейського імпорту та 2,8% сукупного експорту ЄС (див. рис. 7.17).

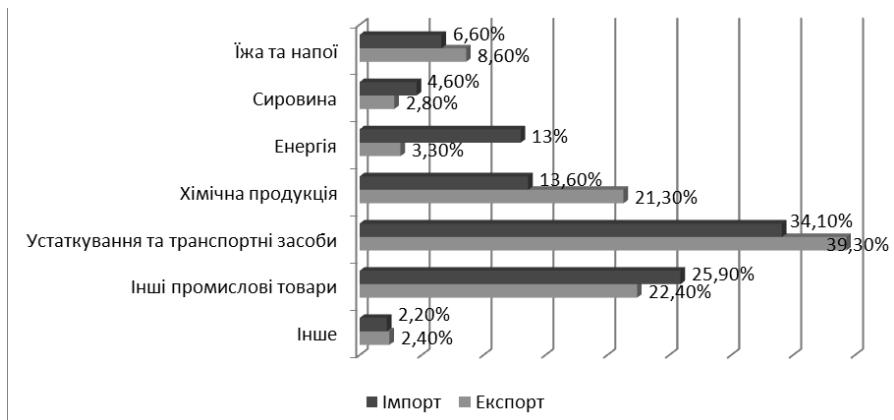


Рис. 7.17. Структура експорту та імпорту ЄС з країнами світу у 2020 р., %
Джерело: складено автором за [15]

Крім того, у структурі імпорту ЄС спостерігається тенденція щодо значного загального скорочення рівня імпорту енергії ЄС, що склав -29,2 % у період між 2015 та 2020 рр., що може бути пов'язане зі змінами цін та /або коливання обмінного курсу, за тенденції збільшення обсягів імпорту устаткування і транспортних засобів та хімічної продукції до ЄС на 15,3 %, а також сировини на 15,0 % протягом цього періоду.

При цьому, аналіз структури торгівлі товарами ЄС з країнами світу за широкими економічними категоріями свідчить про значне домінування проміжних товарів у структурі як Європейського імпорту (58,3%), так і експорту (46,8%) (див. рис. 7.18), що свідчить про активну участь Євросоюзу у глобальних ланцюгах доданої вартості.

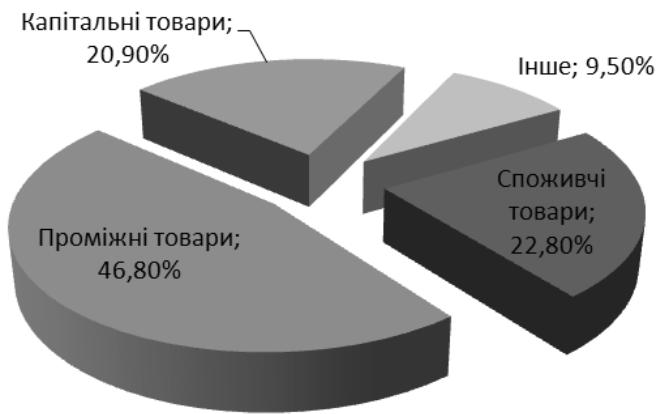


Рис. 7.18. Структура експорту ЄС за широкими економічними категоріями з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [16]

До найбільших торговельних партнерів поза межами ЄС належать Китай, США, Великобританія, Швейцарія, РФ, Туреччина та Японія (див. рис. 6.20). На ці країни припадає 60% сукупного Європейського експорту та 63% сукупного імпорту ЄС. При цьому, Китай був найбільшим постачальником товарів

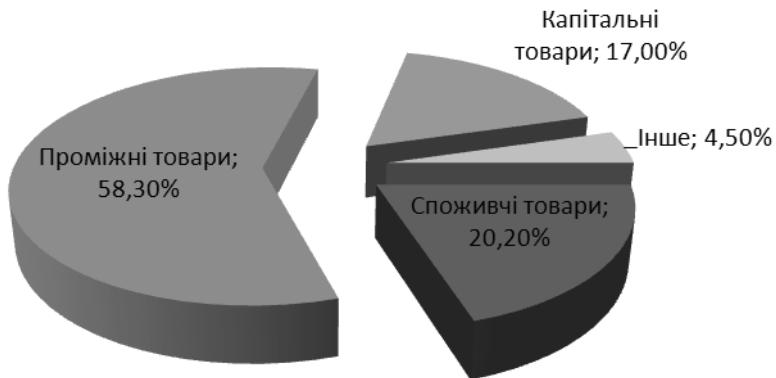


Рис. 7.19. Структура імпорту ЄС за широкими економічними категоріями з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [16]

до ЄС у 2020 році із значною часткою у 22%, Сполучені Штати Америки (11,8 %) та Сполучене Королівство (9,8 %) слідували на значній відстані.

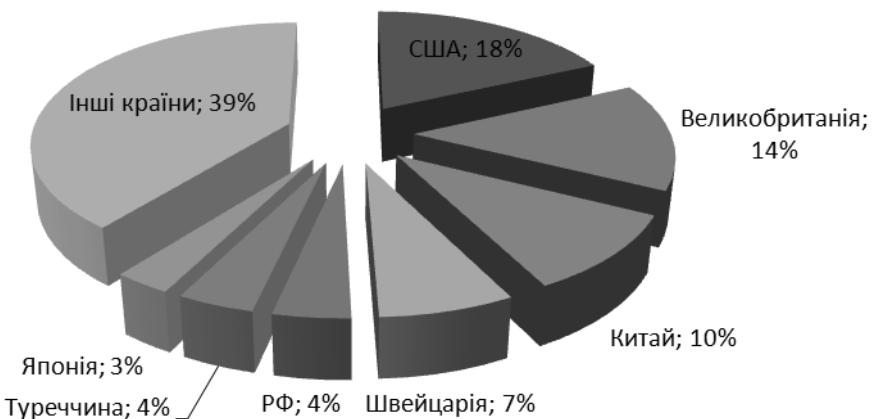


Рис. 7.20. Основні торговельні партнери ЄС в експорті товарів у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [15]

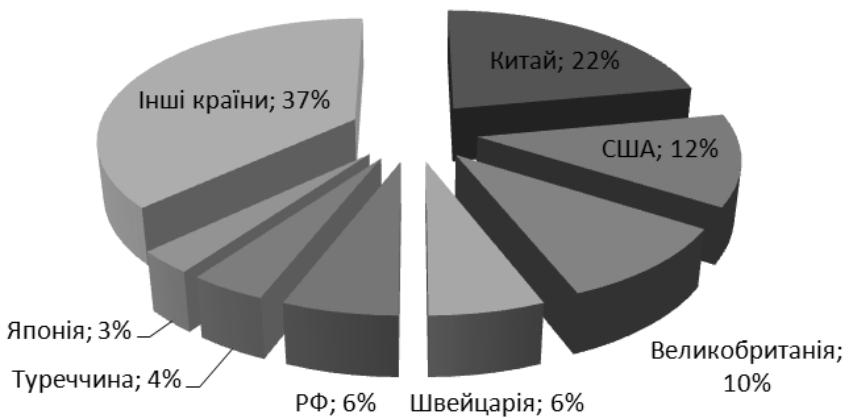


Рис. 7.21. Основні торговельні партнери ЄС в імпорті товарів у 2020 р., %
Джерело: складено автором за [15]

Водночас Україна була 18-м найбільшим партнером в експорті товарів ЄС із часткою у 1,2% у сукупному експорти ЄС та 19-м найбільшим партнером в імпорті товарів до ЄС із часткою в 1% у супному імпорті ЄС за даними Євростату.

При цьому запровадження режиму вільної торгівлі у рамках поглибленої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС з 1 січня 2016 року не створило сприятливих умов для значного збільшення товарообігу між країнами та ЗВТ з ЄС досі не спромоглася стати і системним чинником розвитку для більшості секторів української економіки, який би сприяв покращенню її структури, загальному піднесенню конкурентоспроможності та диверсифікації економічної діяльності та спектра присутності на ринках.

Для України важливим є не стільки подальше розширення експорту в його нинішній, і без того викривленій структурі, характерної для слаборозвинутих країн, скільки здійснення далекосяжної структурної корекції економічного розвитку – з виділенням в якості «локомотивів» низки високотехнологічних виробництв [6].

Починаючи з 2010 року обсяги сукупного експорту та імпорту послуг ЄС з країнами світу зростали відносно швидкими темпами, при цьому, пік зростання досяг 14,8% у 2015 році за 9,7% зростання у 2019 році. Сальдо торгівлі послугами ЄС протягом цього періоду завжди було позитивним в обсязі мінімум 65 млрд. євро в 2010 році та максимум 131 млрд. євро в 2018 році (див. рис. 7.22).

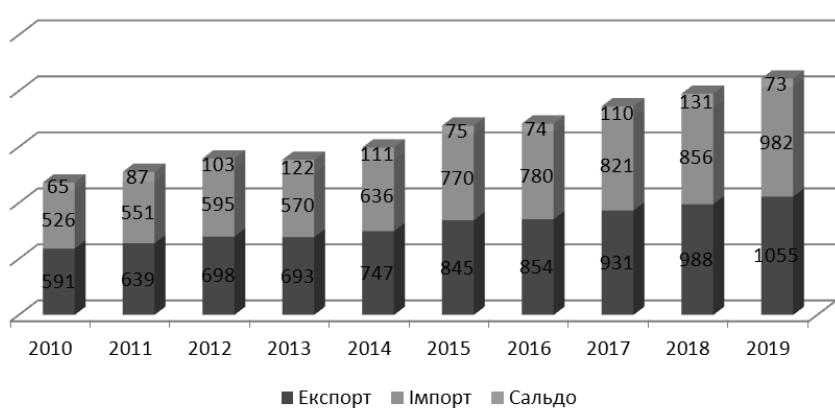


Рис. 7.22. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі послугами ЄС з країнами світу у 2010-2019 рр., млрд. євро

Джерело: складено автором за [15]

У 2019 році загальний обсяг зовнішньої торгівлі послугами ЄС з країнами світу становив 2,04 трлн. євро за зростання на 10,3% або 190 млрд. євро порівняно з 2018 роком. При цьому експорт послуг склав 1,06 трлн. євро за зростання на 6,8% або 67 млрд. євро, а імпорт – 982 млрд. євро за зростання на 14,7% або 126 млрд. євро порівняно з 2018 роком. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами ЄС з країнами світу склалося позитивним в обсязі 73 млрд. євро (у 2018 р. обсяги сальдо становили 131 млрд. євро).

Протягом дослідженого періоду з 2010 по 2019 рік обсяги експорту послуг ЄС до країн світу щороку збільшувалися, зокрема, з 591 млрд. євро у 2010 році до 1055 млрд. євро у 2019

році або на 78,5%. З іншого боку, протягом цього періоду обсяги імпорту послуг ЄС з країн світу збільшилися з 526 млрд. євро в 2010 році до 982 млрд. євро в 2019 році або на 86,7%, що свідчить про динамізм розвитку третинного сектору Європейської економіки та існування значного стабільного попиту на послуги у рамках спільногоринку ЄС.

В експорті послуг ЄС до країн світу у 2019 р. домінували послуги з наукових досліджень і розробок, професійні та консалтингові послуги (256,4 млрд. євро), туристичні послуги (194,1 млрд. євро), транспортні послуги (188,8 млрд. євро), телекомунікаційні та комп’ютерні послуги (151,9 млрд. євро) і фінансові послуги (77 млрд. євро) (див. рис. 7.23).

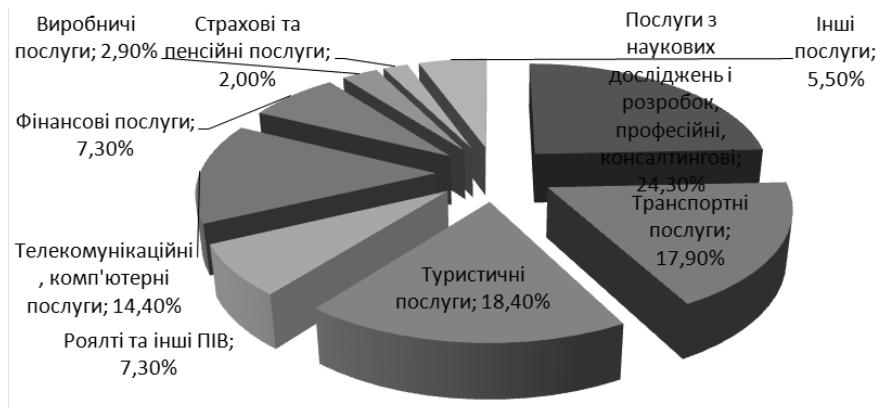


Рис. 7.23. Структура експорту послуг ЄС з країн світу у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [15]

Основу структури імпорту послуг до ЄС з країн світу у 2019 р. становили послуги з наукових досліджень і розробок, професійні та консалтингові послуги (319,2 млрд. євро), на які припадає більше третини сукупного імпорту послуг Євросоюзу, транспортні послуги (165,96 млрд. євро), туристичні послуги (163 млрд. євро), роялті та інші ПІВ (107,03 млрд. євро), телекомунікаційні та комп’ютерні послуги (81,5 млрд. євро) і фінансові послуги (57,94 млрд. євро) (див. рис. 7.24).

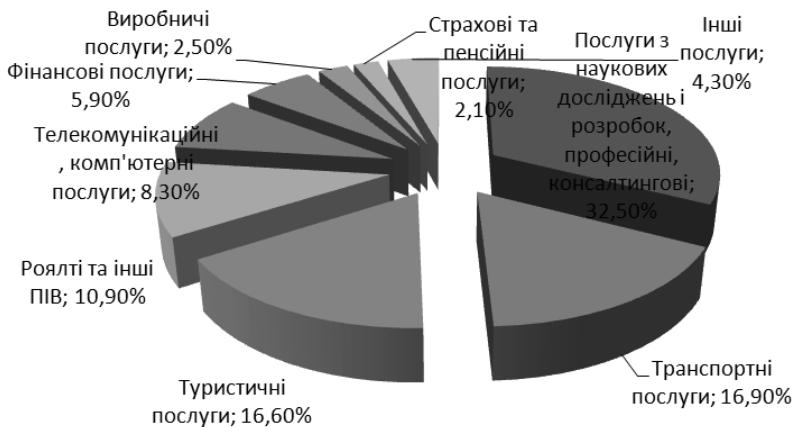


Рис. 7.24. Структура імпорту послуг ЄС з країн світу у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [15]

У 2019 році Великобританія була найбільшим торговельним партнером ЄС в експорті послуг із часткою у 21% у сукупному експорті послуг або 224 млрд. євро. Серед інших значних торговельних партнерів в експорті послуг були США (19%), Швейцарія (11%) та Китай (5%) (див. рис. 7.25). Разом на ці країни припадає 56% сукупного експорту послуг з ЄС у 2019 році.

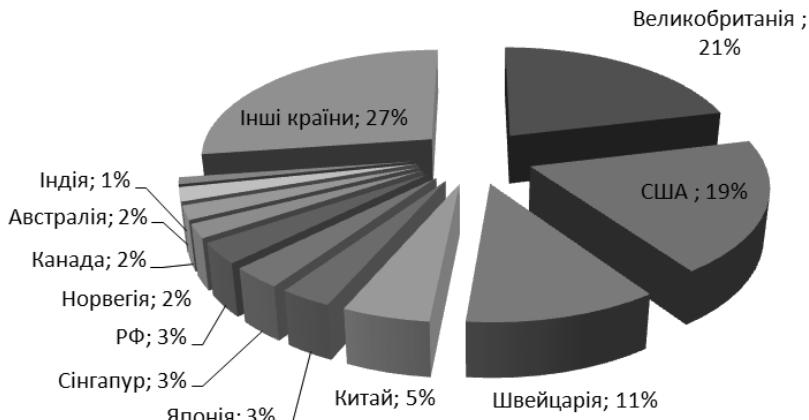


Рис. 7.25. Торговельні партнери ЄС в експорті послуг у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [15]

Найбільшим торговельним партнером ЄС в імпорті послуг стали США із часткою у 23% у сукупному імпорті послуг або 222 млрд. євро. Серед інших значних торговельних партнерів в імпорті послуг були Великобританія (18%) та Бермудські острови (10 %), Швейцарія (7%) (див. рис. 7.26). Разом на ці країни припадає 58% сукупного імпорту послуг до ЄС у 2019 році.

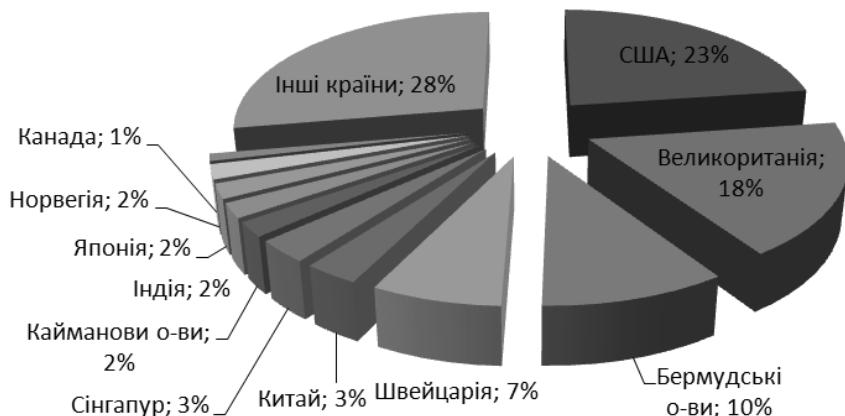


Рис. 7.26. Торговельні партнери ЄС в імпорті послуг у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [15]

При цьому частка України в сукупному експорті послуг ЄС у 2019 р. становила 0,8% або 8,5 млрд. євро, а в сукупному імпорті послуг до ЄС склала 0,34% або 3,3 млрд. євро за даними Євростату.

Враховуючи тенденції зростання попиту на послуги на внутрішньому ринку ЄС та значущість цього сектору в усіх сучасних економіках світу, серед секторів з особливим потенціалом для малого та середнього бізнесу слід виділити наступні:

- послуги за підтримки інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), так звані послуги з підтримкою ІТ або послуги на основі ІТ;

- фінансові послуги;

- транспортні послуги;
- туристичні послуги;
- кур'єрські послуги;
- культурно -розважальні послуги;
- рекламні послуги тощо.

Стійкий третинний сектор, а також збільшення доступності послуг стимулюватиме зростання національної економіки та сприятиме нарощенню експортного потенціалу послуг, у т. ч. до країн ЄС.

7.2. Специфіка трансатлантичного співробітництва зі Сполученими Штатами Америки

Наразі двостороння торгівля між Україною та США характеризується сталістю відносин країн в торговельно-економічній сфері (див. рис. 7.27).

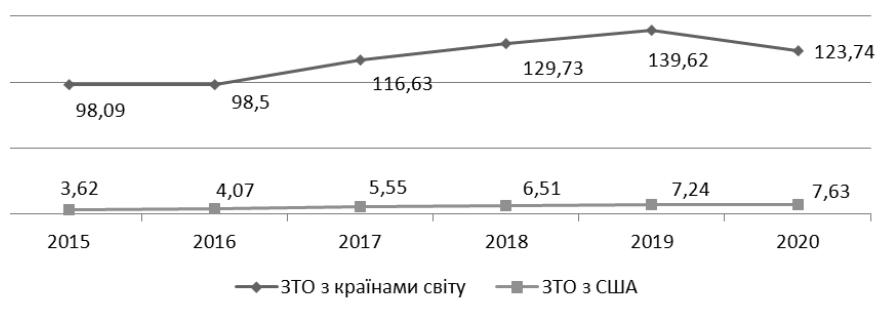


Рис. 7.27. Обсяги зовнішньоторговельного обороту товарів та послуг України з США у 2015–2020 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [11]

Так, наразі США належить до головних торговельних партнерів України, частка якого у 2020 р. склала 6,17% у зовнішньоторговельному обороті торгівлі товарами та послугами України з країнами світу порівняно з 3,7% у 2015 р. (див. табл. 7.2).

За результатами 2020 р. зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг із США у 2020 році збільшився на 5,4% або 390

Таблиця 7.2

Зовнішня торгівля товарами та послугами
між Україною та США у 2015–2020 рр., млрд. дол. США

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ЗТО торгівлі товарами та послугами України з країнами світу	98,09	98,5	116,63	129,73	139,62	123,74
у т.ч. ЗТО торгівлі товарами та послугами з США	3,62	4,07	5,55	6,51	7,24	7,63
<i>Питома вага США загальному обсязі ЗТО торгівлі товарами та послугами</i>	<i>3,7%</i>	<i>4,13%</i>	<i>4,76%</i>	<i>5,02%</i>	<i>5,19%</i>	<i>6,17%</i>
Експорт товарів та послуг всього з України	47,86	46,0	53,94	59,18	63,56	60,65
у т.ч. експорт товарів та послуг до США	1,55	1,70	2,40	3,06	3,44	3,84
<i>Питома вага США у загальному обсязі експорту товарів та послуг</i>	<i>3,2%</i>	<i>3,7%</i>	<i>4,5%</i>	<i>5,2%</i>	<i>5,4%</i>	<i>6,3%</i>
Імпорт товарів та послуг всього до України	50,22	52,46	62,69	70,56	76,07	63,1
у т.ч. імпорт товарів та послуг з США	2,07	2,37	3,15	3,45	3,80	3,79
<i>Питома вага США у загальному обсязі імпорту товарів та послуг</i>	<i>4,1%</i>	<i>4,5%</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,9%</i>	<i>5,0%</i>	<i>6,0%</i>
Сальдо зовнішньої торгівлі всього по Україні	-2,36	-6,46	-8,75	-11,38	-12,51	-2,45
у т.ч. з США	-0,52	-0,67	-0,75	-0,39	-0,36	0,05

Джерело: складено автором за [11]

млн. дол. США і становив 7,63 млрд. дол. США. Експорт товарів і послуг збільшився на 11,6% (на 400 млн. дол. США) і склав 3,84 млрд. дол. США. Імпорт товарів і послуг залишився майже на рівні 2019 року і становив 3,79 млрд. дол. США. Сальдо торгівлі товарами і послугами склалося від'ємним в обсязі 1,0 млрд. дол. США, але покращилося у порівнянні з показником 2019 року на 483,4 млн. дол. США.

За даними Державного комітету статистики України, за підсумками 2020 року загальний товарообіг торгівлі товарами між Україною та США зменшився на 7,6% і склав 3,94 млрд. дол. США. Обсяг експортних поставок товарів з України до США зрос на 0,5% у порівнянні з аналогічним показником 2019 року і склав 0,98 млрд. дол. США. Імпорт товарів з США зменшився на 10% і склав 2,95 млрд. дол. США.

При цьому, частка США у сукупному експорті українських товарів становила лише 3,3% за результатами 2020 року та може не зазнала змін у порівнянні з 2,2% у 2015 році. (див. рис. 7.28).



Рис. 7.28. Частка США в експорті товарів України у 2015–2020 pp., %

Джерело: складено автором за [11]

Основу українського експорту до США склали чорні метали та вироби з них, на які припадає понад 60% сукупного експорту до США. Іншими статтями експорту з незначною частиною в експорті були жири та олії тваринного або рослинного походження (5,7%), руди, шлаки і зола (4,8%), ядерні реактори та котли (2,6%), машини електричні машини (2,3%) та літальні апарати (2,1%) (див. рис. 7.29).

Основу американського імпорту до України у 2020 році склали поставки наземного транспорту крім залізничного, на які припадає майже третина сукупного імпорту з США. До інших статей імпорту належали паливо (20,2%), котли та машини (8,4%); електричні машини (6,8%) та оптичні прилади (4,7%).

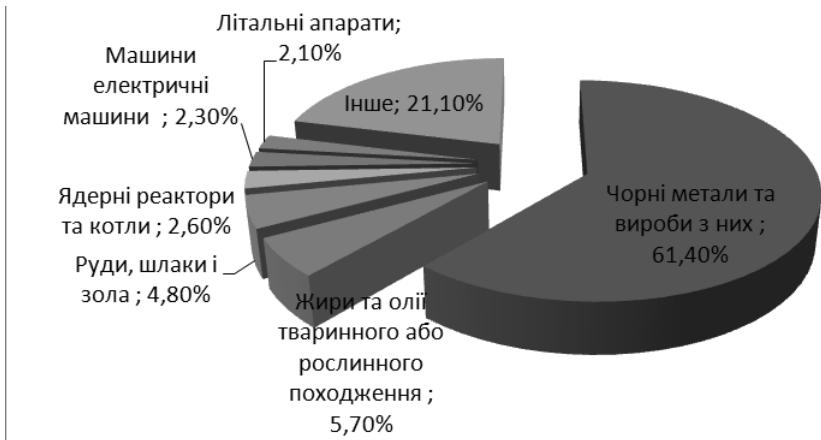


Рис. 7.29. Структура експорту товарів до США у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [7]

Також, до структури американського імпорту до України входять насіння та плоди олійних рослин, фармацевтична продукція, пластмаси та полімерні матеріали (див. рис. 7.30).

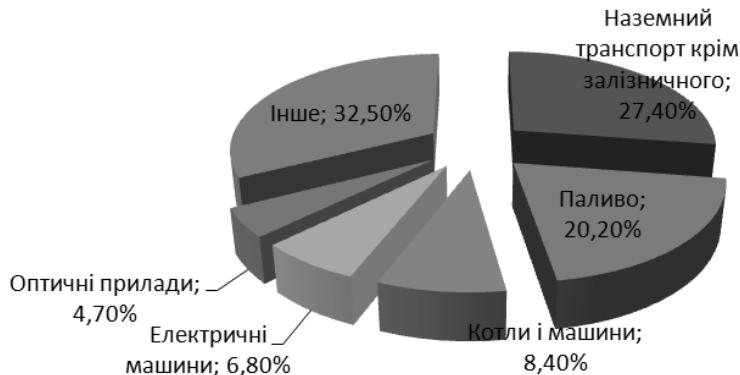


Рис. 7.30. Структура імпорту товарів з США у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [7]

При цьому, частка США у сукупному імпорті України становить 5,6% у 2020 р. у порівнянні з 3,6% у 2015 році (див. рис. 7.31).

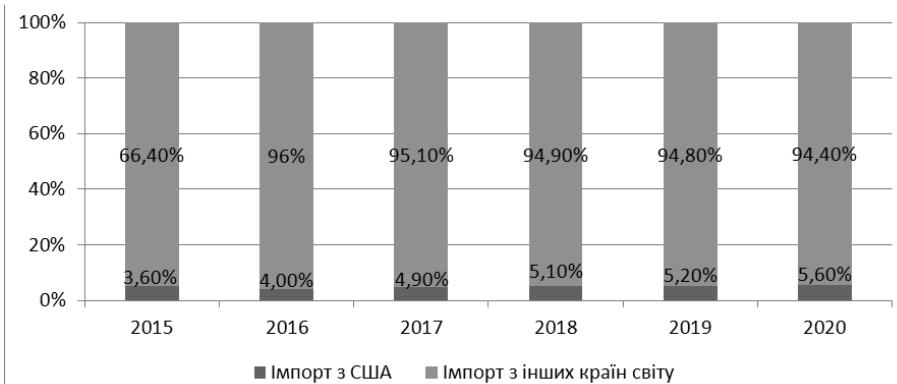


Рис. 7.31. Частка США в імпорті товарів України у 2015–2020 рр., %

Джерело: складено автором за [11]

Обсяги зовнішньоторговельного обороту торгівлі послугами між Україною та США за результатами 2020 року зросли на 2,9% у порівнянні з 2019 роком та становили 1,84 млрд. дол. США або 11,2% від загального обсягу торгівлі послугами України з країнами світу. Експорт послуг до США зрос на 7,8% у порівнянні з показником 2019 року та становив 1,39 млрд. дол. США або 18,5% від загального обсягу експорту українських послуг до країн світу.

Основу експорту склали послуги у сфері телекомуникації, комп’ютерні та інформаційні послуги; транспортні та ділові послуги.

При цьому, частка США у експорті послуг з України демонструє стійку тенденцію до зростання з 8,7% у 2015 році до 18,5% у 2020 році (див. рис. 7.32).

В свою чергу, обсяг імпорту послуг зі США зменшився на 9,5% у порівнянні з показником 2019 року та склав 454 млн. дол. США або 7,7% від загального імпорту послуг в Україну. Основу американського імпорту склали державні та урядові послуги, послуги пов’язані з фінансовою діяльністю та ділові.

Однією з особливостей виходу на американський ринок була можливість використання безмитного імпортного режиму для

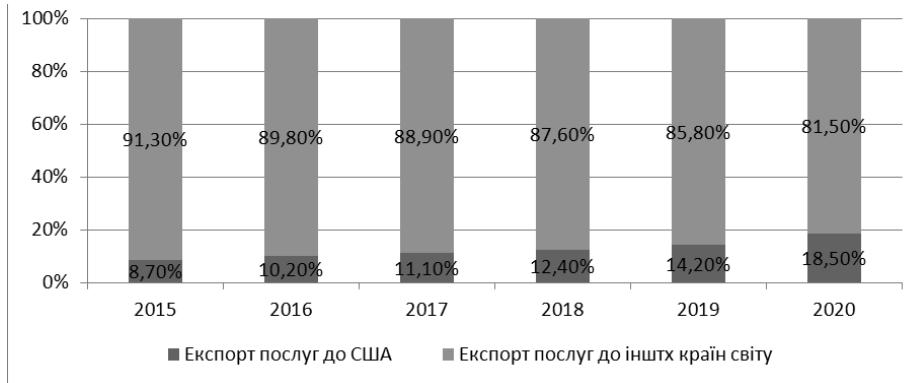


Рис. 7.32. Частка США в експорті послуг України у 2015–2020 рр., %

Джерело: складено автором за [11]

низки товарів українського походження в рамках Генералізованої системи преференцій США, яка була запроваджена 1 січня 1976 року відповідно до Закону США «Про торгівлю» 1974 року. Генералізована система преференцій США була призначена для сприяння економічному зростанню в країнах, що розвиваються, шляхом надання товарам за понад 3 500 тарифними лініями Гармонізованого тарифу США пільгового безмитного режиму

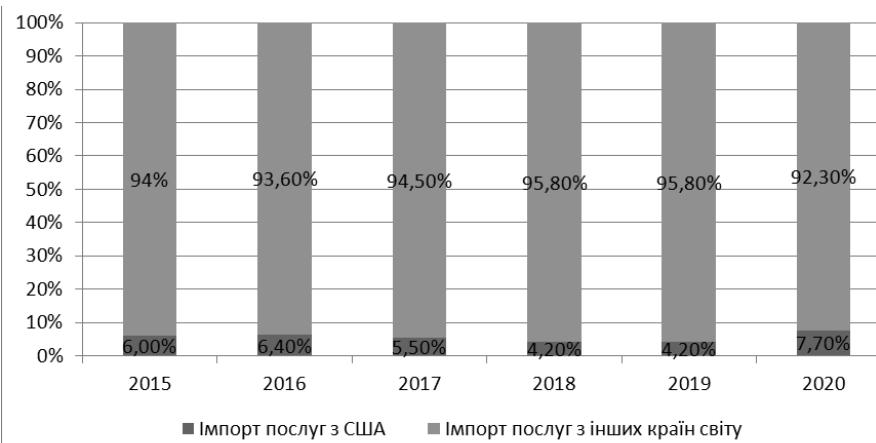


Рис. 7.33. Частка США в імпорті послуг України у 2015–2020 рр., %

Джерело: складено автором за [11]

ввезення на територію США із визначених американським урядом країн-бенефіціарів ГСП, до яких належала також Україна.

У квітні 2018 року преференції у рамках Генералізованої системи преференцій були частково призупинені через ненадання належного та ефективного захисту прав інтелектуальної власності в Україні. З 30 жовтня 2019 року преференції України в рамках Генералізованої системи преференцій були частково відновлені, враховуючи досягнутий прогрес Україною у забезпеченні відповідного та ефективного захисту прав інтелектуальної власності. При цьому, США відновили преференції в рамках Генералізованої системи преференцій щодо 138 тарифних ліній, продовжуючи призупинення дев'яти тарифних ліній.

Водночас, з 31.12.2020 р. Генералізована система преференцій припинила дію та наразі вимагає обговорення широким загалом щодо її трансформації у Сенаті США.

На сьогодні Сполучені Штати мають одну з найбільш диверсифікованих економік світу, що утримує лідерство, незважаючи на глобальну економічну кризу та пандемію коронавірусу, які призвели до значних коливань основних показників розвитку світової економіки та американської національної економіки.

Так, за даними Світового банку у 2020 році ВВП США склав 20,94 трлн. дол. США, що становить 15,9% світової економіки. Внутрішній ринок США охоплює 333,31 млн. потенційних споживачів з високим рівнем купівельної спроможності (середній показник ВВП на душу населення за даними Світового банку становить 53,749 тис. дол. США).

США є найбільшим у світі імпортером та другим за величиною експортером товарів, а також найбільшим імпортером та експортером комерційних послуг. При цьому, частка зовнішньої торгівлі товарами та послугами становить 26% ВВП країни, частка експорту товарів та послуг – майже 12% ВВП, а частка імпорту товарів та послуг – 15% ВВП у 2019 році (Світовий банк) (див. табл. 7.3).

Таблиця 7.3

Показники відкритості економіки США у 2016–2020 рр.

	2016	2017	2018	2019	2020
Зовнішньоторговельна квота товарів та послуг (у % до ВВП)	26.5	27.1	27.5	26.3	н/а
Експортна квота товарів та послуг (у % до ВВП)	11.9	12.2	12.3	11.7	н/а
Імпортна квота товарів та послуг (у % до ВВП)	14.6	15.0	15.2	14.6	н/а
Сальдо торгівлі товарами (млрд. дол. США)	-749,801	-799,340	-880,302	-864,332	-915,573
Сальдо торгівлі товарами та послугами (млрд. дол. США)	-481,172	-513,785	-579,939	-576,865	-681,707

Джерело: складено автором за [16]

Загальний обсяг зовнішньої торгівлі товарами США в 2020 році зменшився у порівнянні з 2019 роком на 9,2% або 376 млрд. дол. США і склав 3,84 трлн. дол США. При цьому експорт товарів зменшився на 13,0% або 214 млрд. дол. США і склав 1,43 трлн. дол. США, а імпорт зменшився на 6,3% або 162 млрд. дол. США і склав 2,41 трлн. дол. США. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами США з країнами світу склалося негативним в обсязі – 975 млрд. дол. США (у 2019 сальдо становило -923 млрд. дол. США) (див. рис. 7.34).

Протягом дослідженого періоду з 2015 по 2019 рік обсяги експорту товарів США залишились незмінними на рівні 1,5 трлн. дол. США за незначного збільшення обсягів імпорту в середньому на 100 млрд. дол США до 2,4 трлн. дол. США. При цьому, сальдо торгівлі товарами залишалась незмінно негативним через стійкий попит на імпортні товари з країн світу на внутрішньому ринку США.

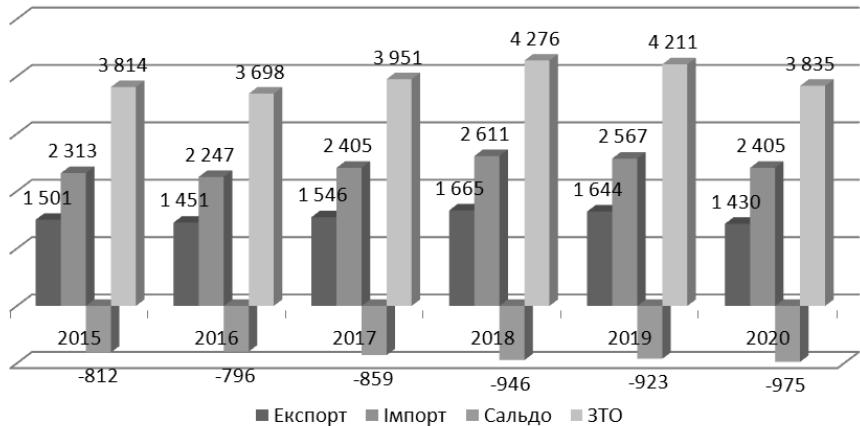


Рис. 7.34. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами США з країнами світу у 2015–2020 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [17]

Слід зазначити, що попри зменшення обсягів зовнішньої торгівлі у 2020 р. США утримує за собою статус найбільшого імпортера товарів в світі, частка якого в світовому імпорті становить 16% за даними СОТ.

Основу імпорту товарів до США у 2020 році становили:

- ядерні реактори, котли, машини та механічні прилади; його частини (364 млрд. дол. США);
- електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписувачі та відтворювачі звуку, відеомагнітофони та відтворювачі звуку та частини та аксесуари таких виробів (336 млрд. дол. США);
- транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, та їх частини та аксесуари (254 млрд. доларів США);
- фармацевтична продукція (254 млрд. доларів США);
- мінеральне паливо, мінеральні олії та продукти їх перегонки; бітумні речовини; мінеральні воски (130 млрд. дол. США);
- натуральні або культивовані перлини, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали, метали, плаковані

дорогоцінними металами та виробами з них; імітація прикрас; монети (104 млрд. дол. США);

- товари, не зазначені за видами (102 мільярди доларів США);

- оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні, прецизійні, медичні або хірургічні інструменти та апарати; їх частини та аксесуари (94 млрд. дол. США);

- меблі; постільна білизна, матраци, підставки для матраців, подушки та подібні набивні меблі; лампи та освітлювальні прилади, не зазначені та не включені в іншому місці; освітлені таблички з підсвічуванням шильдиків тощо; збірні будівлі (65 млрд. дол. США);

- пластмаси та вироби з них (62 млрд. дол. США) (див. рис. 7.35).

При цьому, транспортні засоби та електричні машини та обладнання становлять майже чверть сукупного імпорту США з країн світу за результатами 2020 року.

США є другим за величиною експортером товарів у світі за даними СОТ.



Рис. 7.35. Структура імпорту товарів США з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [18]

Основні експортні позиції США у 2020 році обіймали:

- ядерні реактори, котли, машини та механічні прилади, їх частини (170 млрд. дол. США);
 - електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписувачі та відтворювачі звуку, відеомагнітофони та відтворювачі звуку та частини та аксесуари таких виробів (161 млрд. дол. США);
 - мінеральне паливо, мінеральні олії та продукти їх перегонки; бітумні речовини; мінеральні воски (155 млрд. дол. США);
 - транспортні засоби, крім залізничного транспорту та їх частини і аксесуари (105 млрд. дол. США);
 - оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні, прецизійні, медичні або хірургічні інструменти та апарати; їх частини та аксесуари (96 млрд. дол. США);
 - літаки, космічні кораблі та їх частини (80 млрд. дол. США);
 - пластмаси та вироби з них (60 млрд. дол. США);
 - натуральні або культивовані перли, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали, метали, плаковані дорогоцінними металами та виробами з них; імітація прикрас; монети (58 млрд. дол. США);
 - фармацевтична продукція (53 млрд. дол. США);
 - інші товари, не визначені за видами (42 млрд. дол. США)

(див. рис. 7.36).

При цьому, на основі аналізу структури торгівлі товарами США з країнами світу за широкими економічними категоріями слід зазначити, що капітальні та споживчі товари складають майже 60% сукупного експорту та майже 72% сукупного імпорту США.

У 2020 р. Канада була найбільшим торговельним партнером США у експорті товарів із часткою у 17,8% у сукупному експорти товарів або 292,34 млрд. дол. США. Серед інших значних торговельних партнерів в експорті були ЄС (267,6 млрд. дол. США), Мексика (256,6 млрд. дол. США), Китай (106,6 млрд. дол. США),

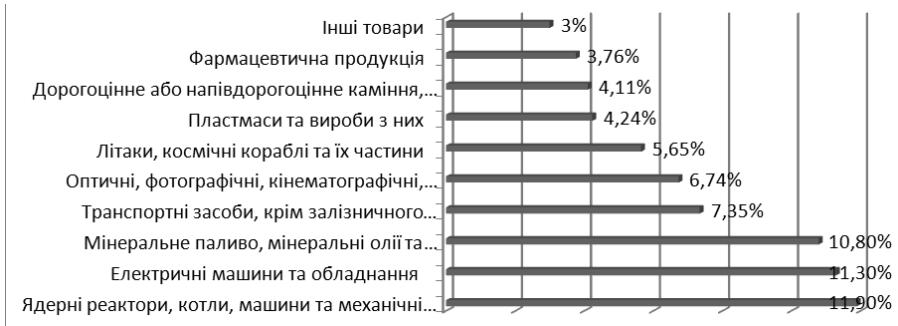


Рис. 7.36. Структура експорту товарів США з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [18]



Рис. 7.37. Структура експорту США за широкими економічними категоріями з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [16]

Японія (74,65 млрд. дол. США), Великобританія (69,1 млрд. дол. США) та Південна Корея (56,89 млрд. дол. США). Разом на ці країни припадає майже 70% сукупного експорту товарів США до країн світу (див. рис. 7.39).

У 2020 році ЄС був провідним постачальником товарів до США, що становить 20,1% сукупного імпорту товарів до США або 515 млрд. дол. США. Серед інших значних торговель-

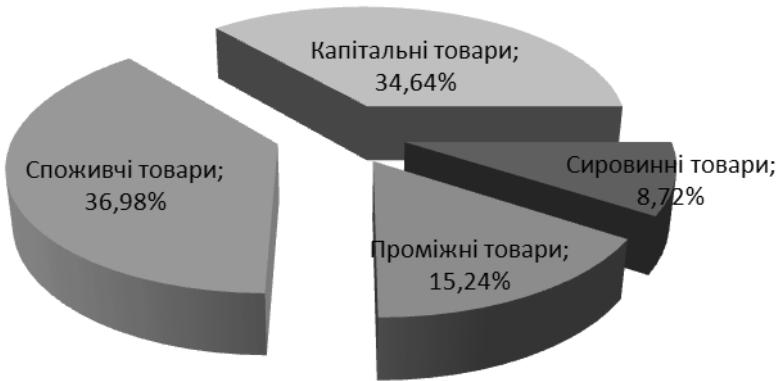


Рис. 7.38. Структура імпорту США за широкими економічними категоріями з країнами світу у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [16]

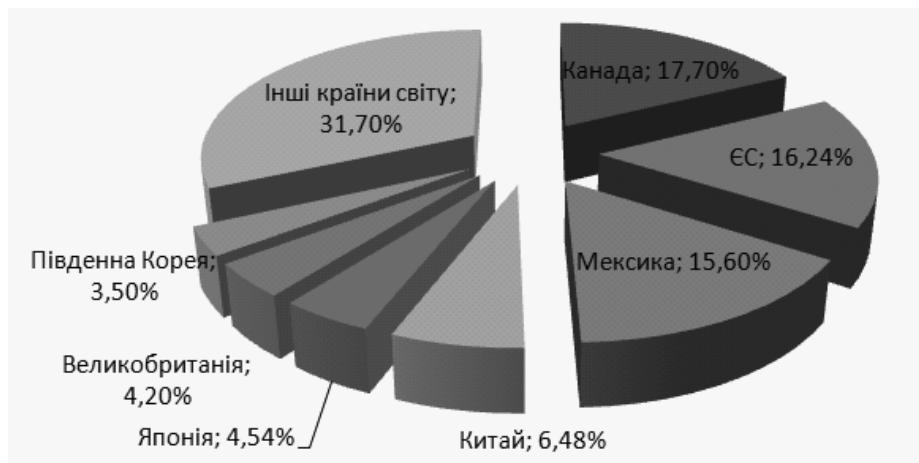


Рис. 7.39. Географічна структура експорту США у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [18]

них партнерів в імпорті товарів були Китай (472,47 млрд. дол. США), Мексика (361,32 млрд. дол. США), Канада (326,63 млрд. дол. США), Японія (146,97 млрд. дол. США) та Північна Корея (56,89 млрд. дол. США). Разом на ці країни припадає 74% сукупного імпорту товарів США з країн світу (див. рис. 7.40).

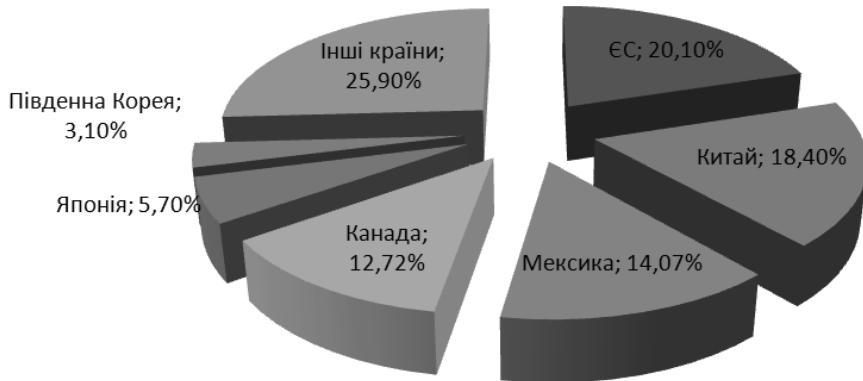


Рис. 7.40. Географічна структура імпорту США у 2020 р., %

Джерело: складено автором за [18]

Водночас Україна була 67-м найбільшим торговельним партнером США за результатами 2020 р. із часткою у 0,15% у сукупному експорті товарів США та 0,05% у сукупному імпорті товарів США за даними Світового банку.

При цьому за результатами аналізу товарної структури імпорту США найбільш перспективними напрямами для українських експортерів є поставки в США хімічної продукції, продукції машинобудівної галузі, товарів народного вжитку та легкої промисловості, продуктів харчування за відповідного рівня забезпечення конкурентоздатності вітчизняної продукції.

На сьогодні США є найбільшим експортером та імпортєром послуг. Так, загальний обсяг зовнішньої торгівлі послугами США в 2019 році збільшився у порівнянні з 2018 роком на 2,9% або 38 млрд. дол. США і склав 1,42 трлн. дол США. При цьому експорт послуг збільшився на 1% і склав 853 млрд. дол. США, а імпорт збільшився на 4,7% або 25,2 млрд. дол. США і склав 564,3 млрд. дол. США. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами США з країнами світу склалося позитивним в обсязі 289 млрд. дол. США (у 2019 сальдо становило 301,4 млрд. дол. США) (див. рис. 7.41).

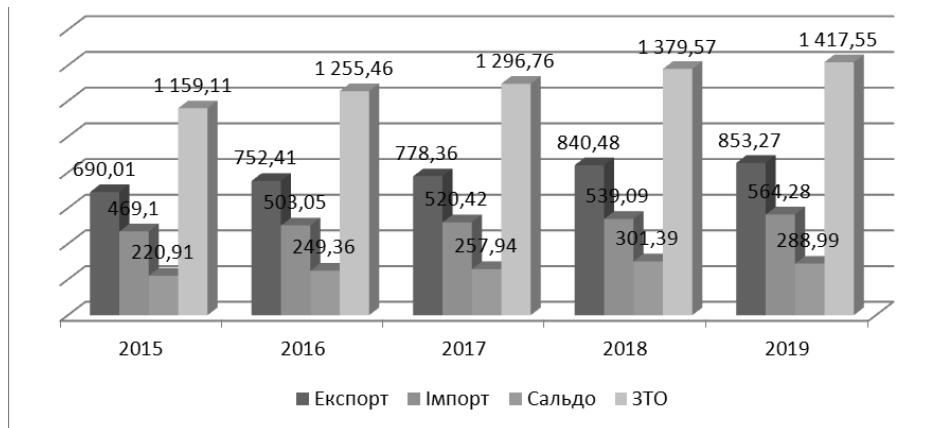


Рис. 7.41. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі послугами США з країнами світу у 2015–2019 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за [18]

Протягом досліджуваного періоду з 2015 по 2019 рік обсяги експорту послуг США до країн світу щороку збільшувалися, зокрема, з 690 млрд. дол. США у 2015 році до 853 млрд. дол. США у 2019 році або на 24%. З іншого боку, протягом цього періоду обсяги імпорту послуг США з країн світу збільшилися з 469 млрд. дол. США в 2015 році до 564 млрд. Євро в 2019 році або на 20,3%, що свідчить про стабільність розвитку третинного сектору національної економіки та існування попиту на послуги у рамках внутрішнього ринку США.

Основу експорту послуг США до країн світу становили туристичні послуги (23,3%), ділові послуги (21,05%), роялті та інші ПІВ (17,2%), фінансові послуги (13,6%) та транспортні послуги (11%). Разом на них припадає 86% сукупного експорту послуг США (див. рис. 7.42).

В імпорті послуг США домінували туристичні послуги (23%), ділові послуги (19,6%), транспортні послуги (19%), роялті та інші ПІВ (8,8%) та страхові послуги (8%). Разом на них припадає 78% сукупного імпорту США (див. рис. 7.43).

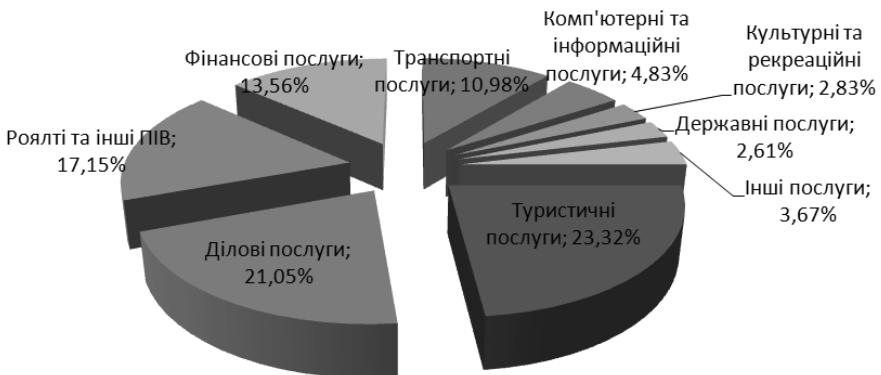


Рис. 7.42. Структура експорту послуг США з країнами світу у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [16]

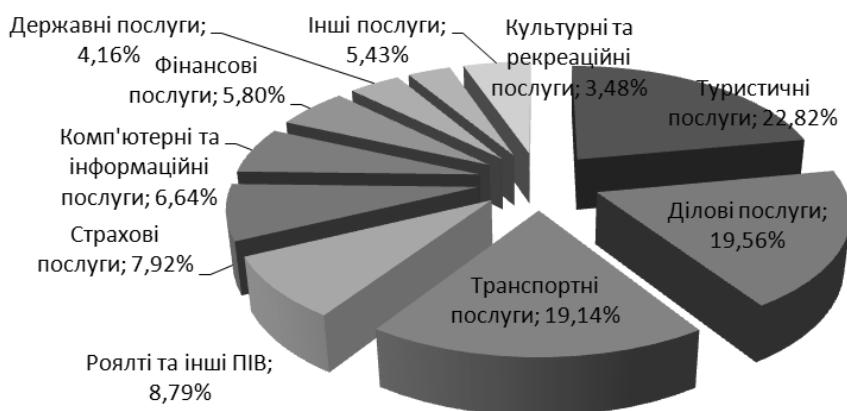


Рис. 7.43. Структура імпорту послуг США з країнами світу у 2019 р., %

Джерело: складено автором за [16]

ЄС-27 був найбільшим постачальником послуг у 2019 році з часткою у 25,85% загального імпорту послуг США або 145,9 млрд. дол. США. До інших провідних постачальників послуг США у 2019 році належали Великобританія (62,3 млрд. дол. США), Канада (38,5 млрд. дол. США), Японія (35,8 млрд. дол. США) та Мексика (29,8 млрд. дол. США).

З огляду на глобальні економічні тенденції значна частина американських компаній розпочали переорієнтацію з азійських постачальників на постачальників з інших країн, а також опрацьовують можливості перенесення власних виробництв з Азійського в інші регіони світу.

7.3. Забезпечення конкурентоспроможності експортно-орієнтованого бізнесу України як основа для реалізації національного експортного потенціалу

Успішне функціонування підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках, а також перспектива їх подальшого розвитку залежать від існуючих та потенційних конкурентних переваг в контексті виходу, закріplення та перспективного розвитку на міжнародних ринках, що зумовлюється, насамперед, відповідною конкурентоспроможністю. М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства як порівняльну перевагу по відношенню до інших фірм, здатність суб'екта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкурючими суб'ектами [5].

Підтримка високої міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно стає більш прибутковим, ніж його міжнародні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на міжнародному ринку товарів і послуг, а його продукція користується постійним попитом у іноземних споживачів.

Визначальним чинником міжнародної конкурентоспроможності національних підприємств є наявність умов для формування їх стійких конкурентних переваг на світових ринках за відповідного рівня конкурентоспроможності національних товарів та послуг.

В даний час головною метою економічної політики як розвинених, так і країн, що розвиваються є зростання національної

конкурентоспроможності та розширення частки національних компаній на внутрішньому і світовому ринках, підвищення ефективності їх діяльності.

Присутність України у глобальній виробничій мережі все ще залишається недостатньою. Для активного включення до глобальних ланцюгів доданої вартості необхідно змінити товарну структуру українського експорту і перейти на виробництво середньо- та високотехнологічної продукції. Наразі існує потреба в оновленні технологічних процесів на українських підприємствах з метою покращення позицій України на світових ринках наукомісткої та інноваційної продукції.

Отже, експортний потенціал об'єктивно пов'язаний з конкурентоспроможністю національної продукції, призначеної для реалізації на світових ринках.

Беручи до уваги, що національна конкурентоспроможність має трирівневу структуру: країна, галузь, індивідуальне підприємство, можна стверджувати про тісний взаємозв'язок між підвищеннем конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках та збільшенням експортного потенціалу національної економіки.

Таким чином, визначальним фактором ефективної реалізації експортного потенціалу як невід'ємної складової економічного потенціалу країни є забезпечення конкурентоздатності національних підприємств в умовах поглиблення взаємозалежності національних економік під впливом процесів глобалізації.

При цьому, в якості головного чинника підвищення національної конкурентоспроможності в умовах посилення міжнародної конкуренції на світових ринках виступають інновації, що на сьогодні перетворились в головну рушійну силу національного економічного розвитку розвинених країн світу. Практичне застосування інновацій реалізується у вигляді:

- нового або вдосконалого продукту, реалізованого на відповідних ринках,

- нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності.

Досвід США, ЄС та Японії свідчить про ефективність функціонування “єдиних інноваційних підприємницьких економік” цих країн, заснованих на компліментарності малого, середнього та великого інноваційного бізнесу.

Так, інноваційна підприємницька економіка цих країн складається з трьох основних секторів:

- малого інноваційного бізнесу;
- середнього бізнесу, представленого в основному, молодими успішними компаніями;
- крупного бізнесу, представленого великими корпораціями.

При цьому, ці сектори не просто співіснують в одному просторі, але утворюють єдиний цикл економічного розвитку на основі інноваційного підприємництва.

Так, інноваційний малий бізнес все більшою мірою перетворюється в провідника підприємництва, який стає інноваційної силою, що забезпечує конкурентоспроможність та на сьогодні здійснює суттєвий вплив на національне економічне зростання. Зокрема, сектор малого інноваційного бізнесу є місцем, де запускаються малі фірми або проекти (startup's firms). Їх метою є комерціалізація продуктові і технологічні інновації на основі розвиненої системи неформального і формального венчурного фінансування.

Інноваційність фірм середнього бізнесу представлена молодими компаніями, які досягли комерційного успіху на основі застосування продуктових, технологічних та / або управлінських інновацій. Подальший розвиток таких фірм забезпечується наявністю відповідної розвиненої системи фінансування їх діяльності та розвитку. При цьому, головне місце в цій системі фінансування молодих успішних фірм середнього бізнесу займають фонди прямих інвестицій (Private Equity Funds).

Посилення конкурентного тиску на національних і міжнародних ринках, який постійно відчувають великі компанії, змушує їх здійснювати постійні інновації у всіх сферах своєї діяльності і формує стійкий попит з боку великих компаній на інноваційні продукти малого бізнесу. Крім того також змушує великі компанії постійно оновлювати портфель своїх бізнесів, відмовляючись від неперспективних та купуючи перспективні, конкурентоспроможні бізнеси, представлені успішними молодими фірмами середнього бізнесу.

Крім того, великі компанії традиційно також задовольняють свої потреби в інноваційних продуктах малого бізнесу двома основними шляхами, зокрема:

- шляхом створення у якості своїх підрозділів нового венчурного бізнесу (НВБ) або
- шляхом залучення малих інноваційних фірм до власної діяльності на контрактній основі.

Єдність інноваційної підприємницької економіки забезпечується взаємозв'язком компаній малого середнього і великого бізнесу в інноваційному процесі; динамічністю, гнучкістю інноваційних фірм малого і середнього бізнесу, а й також розвитком великих корпорацій в якості компаній підприємницького типу, що в практичній площині знаходить свою реалізацію в виробництві нової інноваційної продукції для подальшого просування на зовнішні ринки та, відповідно, підвищення конкурентоздатності відповідних підприємств на світових ринках.

Процеси глобалізації, посилення міжнародної конкуренції, що характеризують світову економіку, з'явилися об'єктивною передумовою зміни парадигми управління конкурентоспроможністю, яка полягає у відмові від традиційної промислової політики і перехід до нової системи організації виробництва, заснованої на використанні переваг спеціалізації і кооперації.

Інтенсивний розвиток технологій, логістики, засобів транспорту призвело до того, що передача інформації і рух фінан-

сових потоків стали практично миттєвими, а транспортування вантажів – дешевим і швидким. У зв'язку з цим найважливішими факторами досягнення і утримання переваги над конкурентами стають не тільки інновації, а й взаємозв'язок між підприємствами, що забезпечує умови по створенню мережевих структур – кластерів, що представляють собою сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, а також торгових об'єднань) у певних областях, що конкурують, але разом з тим і ведуть спільну роботу [4].

Кластерний підхід – це управлінська технологія, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність як окремого регіону або галузі, так і держави в цілому.

Досвід розвинених і нових індустріальних країн свідчить про те, що вдосконалення промислової структури, підвищення конкурентоспроможності національної економіки можуть бути досить ефективними при наявності диверсифікованої системи субконтрактних відносин провідних виробників з дрібними і середніми компаніями, що беруть на себе вирішення окремих вузькоспеціалізованих завдань в конструкуванні і виробництві окремих вузлів і компонентів. Так формується промисловий кластер.

Як правило, об'єднання учасників в кластер відбувається в формі некомерційного партнерства.

Підвищення конкурентоспроможності національної економіки, коли традиційні методи диверсифікації вже не можуть дати належної віддачі, використання кластерної моделі організації бізнесу в якості адекватного інструменту модернізації економіки не має альтернативи. Взаємозумовленість і взаємозв'язок між процесами кластеризації, посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності – це новий економічний феномен, який дозволяє протистояти

натиску глобальної конкуренції і належним чином відповідати вимогам національного і регіонального розвитку.

Малі та середні підприємства, що інтегруються в промисловий комплекс, стають чинником його модернізації. Це істотно змінює роль малого і середнього бізнесу в економічній системі суспільства. Малі та середні підприємства стають не тільки за собом забезпечення зайнятості населення, але, перш за все, фактором реструктуризації виробництва, підвищення його ефективності та конкурентоздатності, в т. ч. на зовнішніх ринках [4].

При цьому важливо, що в кластері досягається насамперед синергетичний ефект за рахунок спрощеного доступу його учасників до фінансових ресурсів, нових технологій, маркетингових стратегій і нових ринків. Тому участь в інноваційному кластері навіть конкурючих підприємств стає для них вигідним.

У світовій практиці найбільш ефективними інструментами підтримки розвитку кластерів є наступні:

- пряме фінансування (субсидії, позики), яке досягає 50% витрат на створення нової продукції і технологій (Франція, США та інші розвинені країни);
- спрощене оподаткування для підприємств, у т. ч. виключення з оподатковування витрат на НДДКР і списання інвестицій на НДДКР, пільгове оподаткування університетів і НДІ (Японія);
- забезпечення захисту інтелектуальної власності та авторських прав;
- надання позик, у тому числі без виплати відсотків (Швеція);
- цільові дотації на науково-дослідні розробки (практично в усіх розвинених країнах);
- створення фондів впровадження інновацій з урахуванням можливого комерційного ризику (Великобританія, Німеччина, Франція, Швейцарія, Нідерланди);
- безоплатні позики, що досягають 50% витрат на впровадження нововведень (Німеччина);

- зниження державних мит для індивідуальних винахідників і надання податкових пільг (Австрія, Німеччина, США, Японія та ін.), а також створення спеціальної інфраструктури для їх підтримки та економічного страхування (Японія);
- відстрочка сплати мит або звільнення від них, якщо винахід стосується економії енергії (Австрія);
- безкоштовне ведення діловодства за заявками індивідуальних винахідників, безкоштовні послуги патентних повірених, звільнення від сплати мит (Нідерланди, Німеччина);
- державні програми щодо зниження ризиків і відшкодування збитків при здійсненні ризикових трансакцій (Японії);
- програми щодо пошуку і залучення іноземних талановитих фахівців, що включають прискорене оформлення їм віз, надання стипендій для навчання і поліпшення умов проживання (Японія, США, Австралія) [4].

Таким чином, формування ефективної моделі організації бізнесу у рамках відповідних кластерів за участі та підтримки держави сприятиме підвищенню ефективності діяльності компаній на зовнішніх ринках та підвищенню відповідної конкурентоздатності національних суб'єктів господарювання.

Використані джерела:

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 273 с.
2. Білорус О., Мацейко Ю. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі // Економічний часопис XXI. – 2002. – №9. – С. 7-13.
3. Власкин Г.А., Ленчук Е.Б. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран – URL: <http://www.innoclusters.ru/uploaded/docs/ljenchuk.pdf>).
4. Казанцев А.К., Никитина И.А. Инновационные кластеры в региональных стратегиях. – С-Птб, Вестник СПБГУ, 2011. – С. 65-98.
5. Порттер М. Конкуренция: Пер с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.

6. Секторальна інтеграція України до ЄС: передумови, перспективи, виклики, Центр Разумкова, 2020 – URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2021_sektor_eu_ukr.pdf

7. Стан торговельно-економічного співробітництва між Україною та Сполученими Штатами Америки [Електронний ресурс] // Посольство України в Сполучених Штатах Америки. – URL: <http://usa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-us/trade/statistics>.

8. Статистичний збірник Державного комітету статистики України «Зовнішня торгівля України» – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ10_u.htm

9. Статистичний збірник Державного комітету статистики України «Співробітництво між Україною та країнами ЄС» – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ10_u.htm

10. Статистичний збірник Національного банку України «Зовнішня торгівля товарами» – URL: https://bank.gov.ua/files/ES/Tov_BPM5_y.pdf

11. Статистичний збірник Національного банку України «Платіжний баланс України» – URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external>

12. Торговельні обмеження США щодо України [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – URL: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/econ_spivirob/usa/1693.html.

13. Швиданенко О.А. Глобальна конкурентоспроможність: Теоретичні та прикладні аспекти: Монографія. – Київ: Київський національний економічний університет, 2007. – С. 77.

14. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблематика, механізація реалізації. – К.: Наук. думка, 2003. – С. 13-14.

15. EU trade in goods // Eurostat, available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=International_trade_in_goods

16. TCdata360 // World Bank Group's, available at: <https://tcdatadata360.worldbank.org/>

17. UN trade statistic, available at: <https://comtrade.un.org/>

18. World trade statistics // World integrated trade solutions, available at: <https://wits.worldbank.org/Default.aspx?lang=en>

Розділ 8

Інтеграційне співробітництво України на пострадянському просторі: Росія як головний партнер

8.1. Особливості сучасного стану та тенденції розвитку зовнішньоекономічних відносин України та Російської Федерації

Понад два десятиліття, що минули з моменту здобуття Україною державної незалежності, її економіка залишалася тісно прив'язаною до російської в різноманітних аспектах – торгово-вельно, виробничо, фінансово та особливо – в ментальному та гуманітарному аспектах, що відбивали тривалу історію перебування в рамках однієї держави. Існували високі рівні залежності України від Росії у сферах торгівлі та інвестицій, хоча загальний рівень технологічної і ринкової залежності української економіки від російської і демонстрував довготривалу тенденцію до певного послаблення зв'язків. Цей тренд не був постійним, спостерігалися певні коливання під впливом змін у політичному кліматі взаємовідносин, але після 2011р. він набув виразності – що було спричинено значними ускладненнями, які виникли у відносинах України та Росії під впливом намірів України інтергуватися на захід (в ЄС), а не на схід (в євразійські структури) [1, с. 95].

Наразі, відносини між Російською Федерацією (РФ) та Україною визначаються насамперед міждержавним конфліктом із збройною складовою в Донецькій та Луганській областях. Спроба незаконної анексії Росією території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя в 2014 р. та їх окупації, збройне протистояння на Донбасі зумовлюють довгостроковий характер міждержавної конфронтації. Теперішня криза в українсько-російських економічних відносинах не є нетривалим явищем, відбулися докорінні зрушенні у політичному кліматі відносин

України і РФ, відмінності ментально-ціннісних позицій на рівні громадських суспільств двох держав, призвели ці відносини до своєрідної «точки неповернення» [2, с. 9-13].

Цей конфлікт є асиметричним. Для України наслідки протистояння з РФ – життєво важливі, а перебіг конфлікту впливає майже на всі значущі соціально-економічні процеси. Натомість керівництво Росії розглядає Україну переважно одним з полів конкуренції із Заходом задля «утвердження позицій Російської Федерації як одного з впливових центрів сучасного світу».

Економічний тиск Росії, який був важливим інструментом її політики щодо України й до 2014 р., після початку агресії набув якісно нового рівня. Так само як і застосування воєнних інструментів, обмеження українського експорту, припинення транзиту українських товарів російською територією, спрямоване, зокрема, на виснаження економічних ресурсів України та обмеження її розвитку, а також примушенння політичних лідерів напої держави до прийняття вимог Кремля [5, с. 3].

Російська Федерація продовжує докладати зусиль для максимального послаблення залежності від економічної співпраці з Україною. Йдеться про зменшення ролі України як транзитної держави для експорту російських енергоносіїв, розірвання установлених коопераційних зв'язків, насамперед у сфері військово-промислового комплексу.

Російська політика практично не зважає на інтереси російського бізнесу, які зберігаються на території України, попри суттєве зменшення відповідної активності порівняно з максимальними рівнями, досягнутими на початку 2010-х років. Головним пріоритетом є прагнення утримати Україну в орбіті свого впливу, що в майбутньому має забезпечити компенсацію ніппініх втрат, зокрема й економічних [6, с. 36].

Розглядаючи особливості зовнішньоекономічної співпраці між Україною та РФ, варто відмітити, що Росія залишається одним з найбільших торговельних партнерів України. За дея-

кими торговими позиціями Україна досі суттєво залежить від російського імпорту, це, зокрема, енергоносії, мінеральні продукти, ядерне паливо тощо. Більшість імпортованої російської продукції – товари, які мають стратегічне значення для України. Пошук альтернативних ринків постачання цієї продукції ускладнюється, по-перше, її транспортуванням, а по-друге, значно нижчою ціною, яку росіяни пропонують порівняно з іншими іноземними аналогами.

За останні десять років (2010-2020 рр.) обсяг зовнішньої торгівлі товарами між Україною та Росією різко скоротився з максимального значення 48,63 млрд дол. США в 2011 р. (у т. ч. експорт товарів – 19,59 млрд дол. США, імпорт – 29,04 млрд дол. США) до 10,23 млрд дол. США в 2019 р. (у т. ч. експорт товарів – 3,24 млрд дол. США, імпорт – 6,99 млрд дол. США). Маючи регресивну спрямованість, цей рівень наблизився до стану початку 2000-х років. При цьому середньорічний темп приросту мав від'ємне значення й становив 12,9 % [7].

Динаміку двосторонньої торгівлі товарами між Україною та Росією впродовж 2010–2020 рр. представлено на рис. 8.1 [7].

Протягом зазначеного періоду обсяг зовнішньої торгівлі товарами між країнами впав до мінімального значення і в 2016 р. становив 8,74 млрд дол. США (у т. ч. експорт товарів – 3,59 млрд дол. США, імпорт – 5,15 млрд дол. США). Сальдо торгівлі України з РФ зберігається негативним, хоча й суттєво зменшилося порівняно з показниками 2010–2013 рр.

Торговельні обмеження між країнами залишаються одним із визначальних чинників зовнішньої торгівлі. Тенденція щодо скорочення обсягів зовнішньої торгівлі товарами відновилася в 2019 р. та триває і в 2021-му.

Так, товарообіг України за географічними регіонами/країнами та їх питома вага в загальному обсязі зовнішньої торгівлі за період 2010–2019 рр. (рис. 8.2 та 8.3) свідчать про значне зменшення частки Росії (43% у 2012 р. та 10,2% у 2019 р.) та суттєве

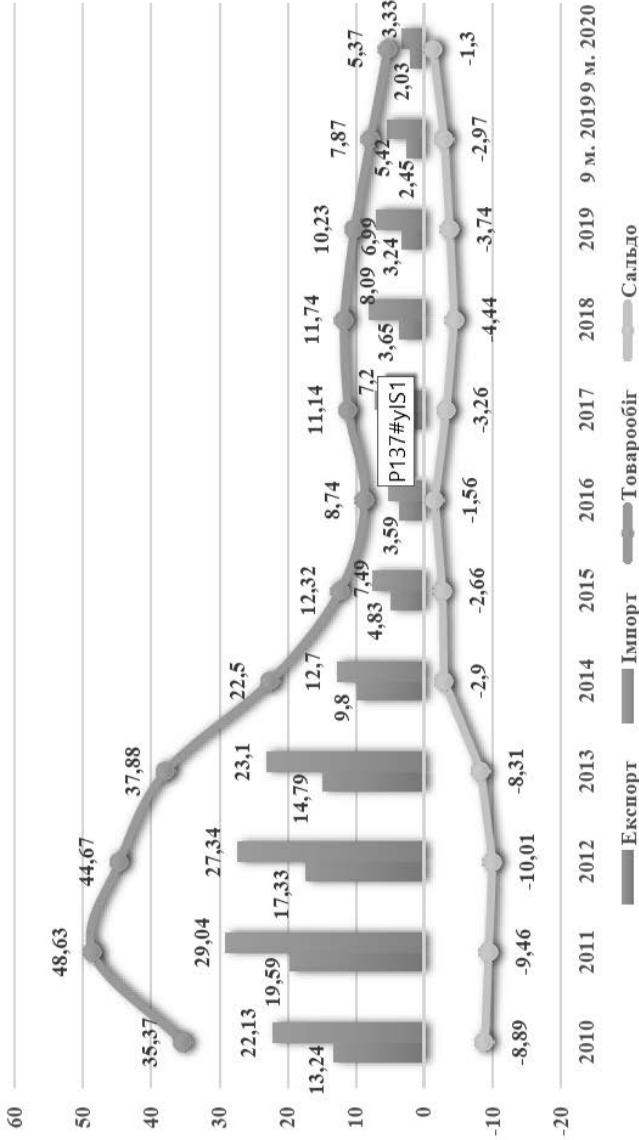


Рис. 8.1. Динаміка двосторонньої торгівлі товарами між Україною та РФ упродовж 2010–2020 рр., млрд дол. США

Джерело: [7]

збільшення країн ЄС та інших країн в загальній структурі зовнішньої торгівлі України.

Диверсифікація експортного ринку відображає також зміни в експортній продукції України. Частка сільськогосподарських товарів зросла з 38,2 % у 2015 р. до 44,2 % – у 2019 р. Водночас частка недорогоцінних металів та виробів з них зменшилася з 24,8 % у 2015 р. до 20,5 % – у 2019 р. [7].

Після кризового періоду 2013–2016 рр. зовнішня торгівля України стабільно зростає, хоча й середніми темпами (рис. 8.4). Особливо помітно розширилася торгівля України з ЄС, Китаєм, Індією, Близьким Сходом, США та деякими країнами Африки, у той час як торгівля з Росією стрімко скорочується.

Цьому періоду притаманне значне зменшення частки РФ та помірне – країн СНД (без РФ) у загальному обсязі товарообігу, які встановилися на найбільш мінімальному рівні за період – відповідно 9,2 та 7,6 %.

Отже, зменшення частки РФ та країн СНД (без РФ) у зовнішній торгівлі України компенсувалося збільшенням часток інших країн (зокрема, країн Азії, Африки, Америки та ін.) та ЄС.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що негативні чинники цього періоду, пов’язані зі збройною агресією, втратою тимчасово окупованих територій та частини економічного потенціалу, подолані.

Важливо звернути увагу на те, що в 2019 р. спостерігався вищий темп зростання торгівлі з країнами, які не входять до ЄС (врешті їх частка зросла до 41,9 %, а з країнами ЄС – зменшилась до 41,3 %).

Уповільнення темпів зростання торгівлі з ЄС свідчить про вичерпання потенціалу для розвитку взаємної торгівлі в рамках зони вільної торгівлі (ЗВТ), якій на заваді постали як тарифні, так і нетарифні бар’єри.

Тому в торговельних відносинах із ЄС відчувається нагальна потреба перейти до наступного етапу поглибленої лібераліза-

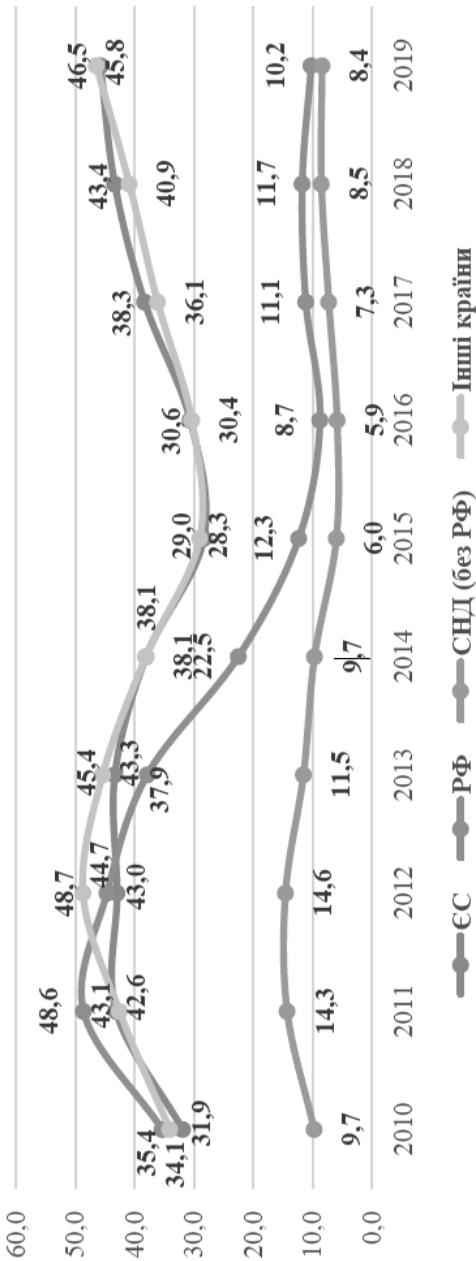


Рис. 8.2. Товарообіг України за географічними регіонами/країнами в 2010–2019 рр., млрд дол. США
Джерело: [7]

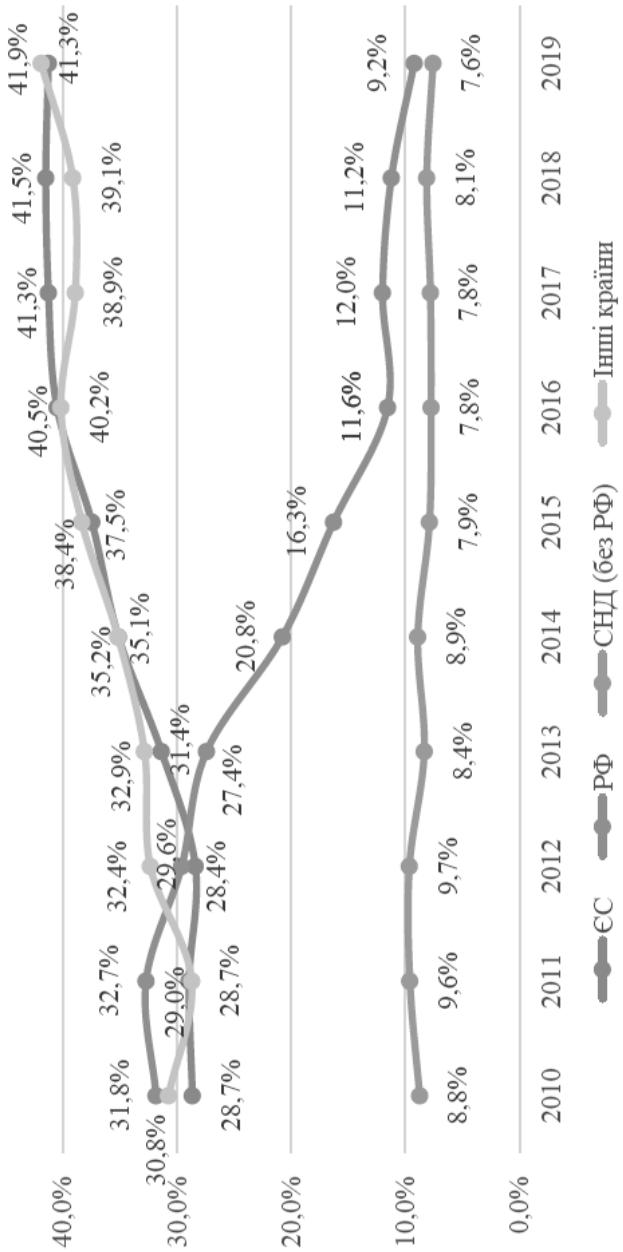


Рис. 8.3. Питома вага регіону / країни в загальному обсязі товарообігу України в 2010—2019 рр., %.
Джерело: [7]

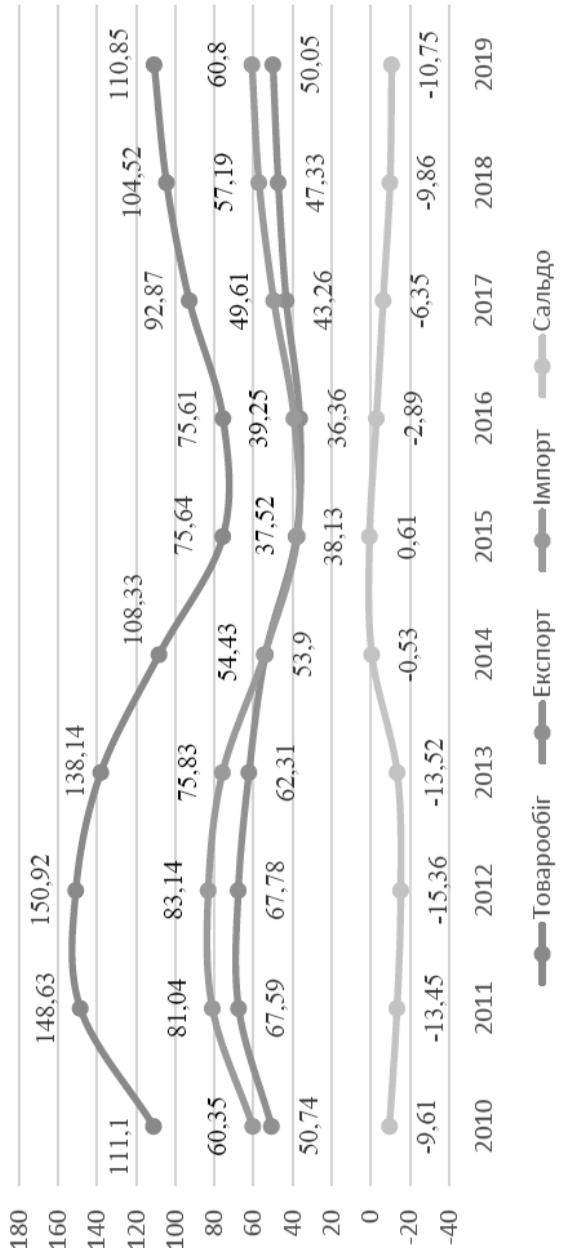


Рис. 8.4. Зовнішня торгівля товарами України впродовж 2010–2019 рр., млрд дол. США

Джерело: [7]

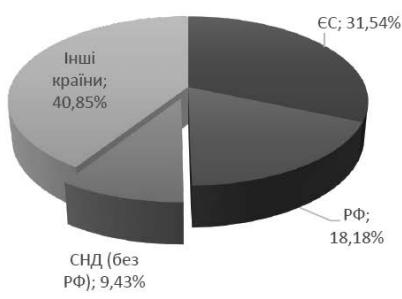
ції торгівлі. Амбітний перегляд умов зони вільної торгівлі з ЄС відкриє нові додаткові взаємовигідні можливості для обох сторін. Водночас ці можливості важливіші для України.

Рисунки 8.5 та 8.6 демонструють розподіл експорту та імпорту товарів за регіонами/країнами в 2014 та 2019 рр. Про стійку тенденцію щодо зменшення частки РФ та інших країн СНД нами зазначалося вище, це також підтверджується даними щодо експорту та імпорту товарів.

Основними імпортерами українських товарів у 2019 р. були країни з категорії «інші країни» (45,1 % загального експорту). Зокрема, це Китай (7,2 % загального експорту), Туреччина (5,2 %), Єгипет (4,5 %), Індія (4,0 %) та США (2,0 %). До країн ЄС експортовано 41,5 % товарів, із них до Польщі – 6,6 %, Італії – 4,8 %, Німеччини – 4,8 %, Нідерландів – 3,7 %, Угорщини – 3,1 %. На країни СНД (без РФ) припадає 7 % загального експорту, в т. ч. на Білорусь – 3,1 %, Молдову – 1,5 %, Азербайджан – 0,8 %, Казахстан – 0,7 %, Узбекистан – 0,4 %. Експорт до РФ становить 6,5 % від загального експорту.

Україна ж імпортувала найбільше товарів із ЄС (41,1 % від

Експорт, 2014 рік



Експорт, 2019 рік

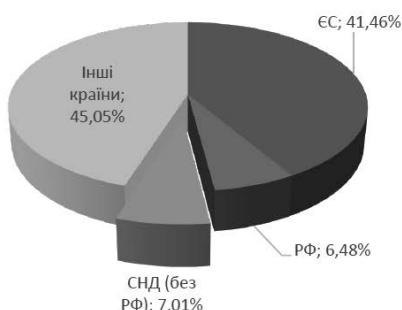
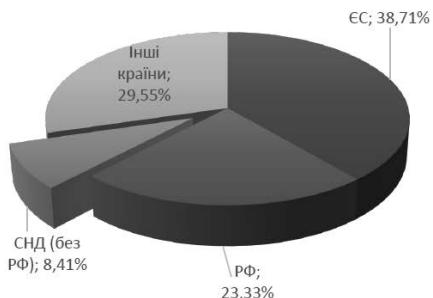


Рис. 8.5. Розподіл експорту товарів за регіонами/країнами, %

Джерело: [7]

Імпорт, 2014 рік



Імпорт, 2019 рік

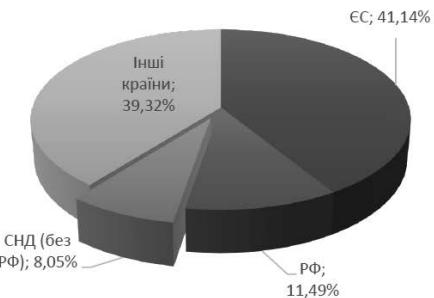


Рис. 8.6. Розподіл імпорту товарів за регіонами/країнами, %

Джерело: [7]

загального імпорту) та інших країн (39,3 %). Найбільшими постачальниками товарів до України були такі країни ЄС: Німеччина (9,8 %), Польща (6,8 %), Італія (3,4 %), Франція (2,7 %), Угорщина (2,1 %). Серед інших країн провідними країнами в імпорті були Китай (15,1 %), США (5,4 %), Туреччина (3,9 %), Швейцарія (2,6 %), Японія (1,6 %). У країнах СНД (без РФ) закуплено 8,1 % товарів, у РФ – 11,5 %.

Порівнюючи дані 2014 та 2019 рр., необхідно враховувати зміни, що відбулися серед основних країн-партнерів України в експорті та імпорті товарів (рис. 8.7 та 8.8). Насамперед Китай став найбільшою країною, що є партнером України як в експорті, так і в імпорті, витіснивши з лідерської позиції Росію. Польща посіла друге місце після Китаю серед країн призначення українського експорту, перемістивши Росію на третю позицію. Ще однією, вартої уваги обставиною, що характеризує зовнішню торгівлю України з країнами-партнерами, є активність Туреччини, яка нарощує постачання своїх товарів на український ринок.

Щодо товарної структури зовнішньої торгівлі між Україною та Росією, то в експорті українських товарів (рис. 8.9.) до Росії

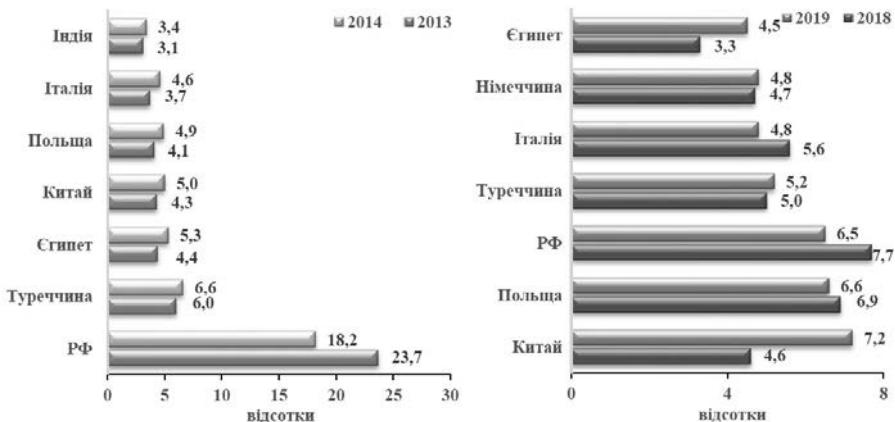


Рис. 8.7. Основні країни-партнери в експорті товарів у 2013–2014 рр. та 2018–2019 рр. %

Джерело: [7]

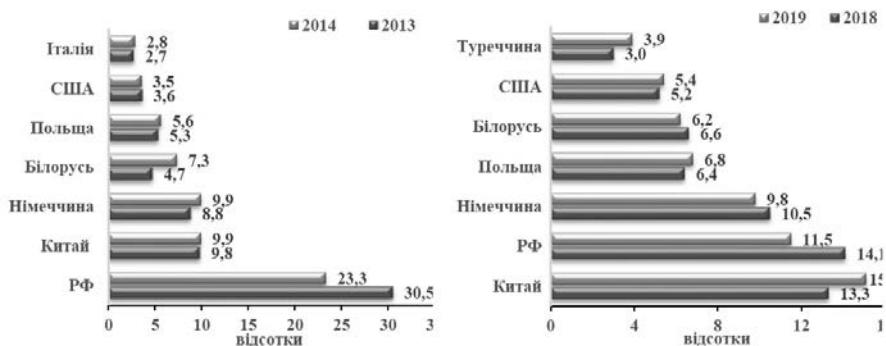


Рис. 8.8. Основні країни-партнери в імпорті товарів у 2013–2014 рр. та 2018–2019 рр., %

Джерело: [7]

переважає продукція хімічної промисловості (частка збільшилася з 13,6 % у 2014 р. до 28,8 % – у 2019 р.), метали та вироби з них (частка збільшилася з 23,4 % у 2014 р. до 28,7 % – у 2019 р.), машини, устаткування та транспорт (частка зменшилася з 33,3 % у 2014 р. до 26,6 % – у 2019 р.). Суттєво знизилися частки експор-

ту продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції (з 9,3 % – у 2014 р. до 2 % – у 2019 р.), а також деревини та целюлозно-паперових виробів (з 7,8 % – у 2014 р. до 3,3 % – у 2019 р.).

Товарна структура імпорту з Росії (рис. 8.9) не зазнала серйозних змін. Найбільшу частку в імпорті, як і раніше, становлять паливо-енергетичні товари (58 %), продукція хімічної промисловості (14 %), машини, устаткування та транспорт (11,3 %), а також метали та вироби з них (8,7 %).

Причиною падіння українського експорту до РФ було закриття російського ринку для багатьох українських товарів. Зокрема, у 2014 р. російська сторона вводила тимчасові обмеження на постачання української сільськогосподарської та харчової продукції, яка посідала значне місце в структурі українського експорту до РФ. Крім того, з 1 січня 2016 р. Росія в односторонньому порядку призупинила дію Договору про зону вільної торгівлі щодо України, а також ввела заборону на ввезення сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства й відновила дію ставок ввізного мита на імпорт товарів, країною походження яких є Україна. Наприкінці грудня 2018 р. російською стороною запроваджено нові обмеження на імпорт української промислової та харчової продукції.

У відповідь на такі недружні дії Україна з січня 2016 р. запровадила торгові санкції проти Російської Федерації (застосувала імпортні мита та ембарго на окремі види продовольчих та промислових товарів). Крім того, у березні 2018 р. Кабінетом Міністрів України зупинено дію Програми економічного співробітництва з Росією на 2011-2020 роки, метою якої було збільшення торговельно-економічної та виробничої співпраці між країнами в цілому.

З 1 квітня 2019 р. на підставі Закону України № 2643-VIII9 припинено дію Договору про дружбу, співробітництво і партнерство між Україною і Російською Федерацією, учиненого 31 травня 1997 року.

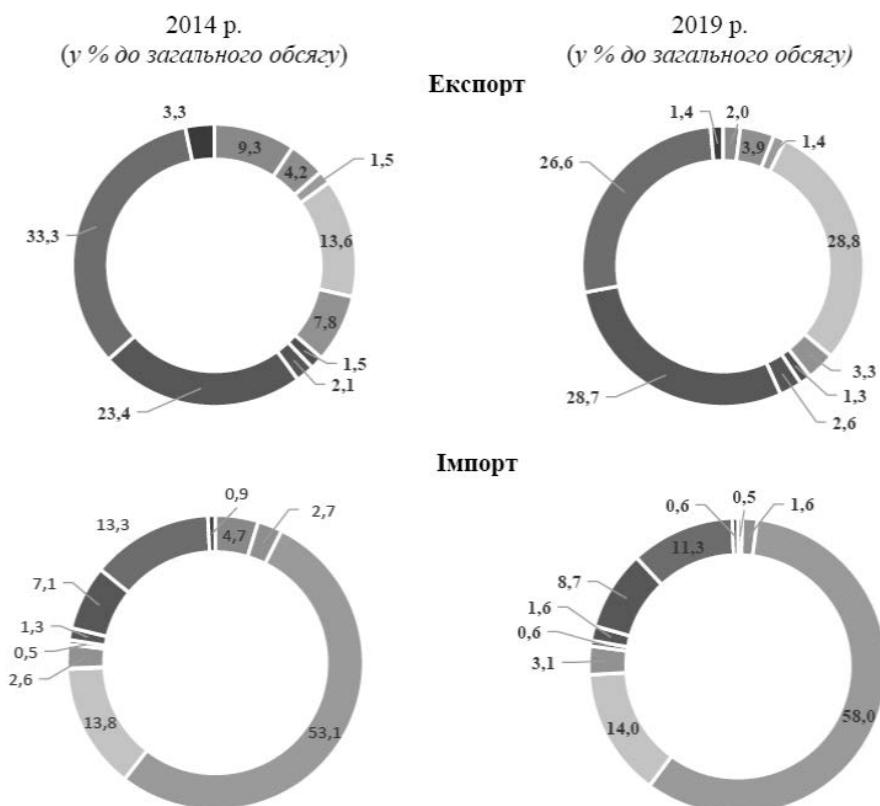


Рис. 8.9. Динаміка товарної структури українського експорту та імпорту до/з Росії у 2014 та 2019 рр.

Джерело: [7]

Разом із тим Російська Федерація залишається головним постачальником енергетичних ресурсів для України. Так, у середньому за підсумками 2019 р. року та 9 місяців 2020 р., частка РФ в загальному обсязі імпорту вугілля становила близько 60 %, нафтопродуктів – майже 38 %. Крім того, біля 36 % нафтопродуктів імпортується в Україну з Республіки Білорусь, нафтопереробна промисловість якої також базується на російській сировині.

Що стосується ядерного палива, то на сьогодні більше половини реакторів українських АЕС працюють на продукції російського виробництва. Одночасно диверсифікація постачань ядерного палива з інших країн ускладнюється передусім необхідністю його адаптації для українських реакторів.

Так, сьогодні основними постачальниками ядерного палива в Україну є російська компанія «ТВЕЛ» та американо-японська компанія «Westinghouse», яка виробляє паливо на своєму заводі в Швеції. Зокрема, у 2019 р. Україна закупила ядерного палива на загальну суму 396,9 млн дол. США, що на 24,1 % менше, ніж у 2018 р. Для українських АЕС було закуплено паливо російського виробництва на 240,91 млн дол. США (або 60,7 %), шведського – на 155,98 млн дол. США (або 39,3 %) [5, с.13-14].

Україна, Росія та країни Східної Європи використовують ядерне паливо «радянського дизайну». Технологією виробництва цього палива володіє російська компанія «ТВЕЛ». Компанія «Westinghouse» за фінансування Міністерства енергетики США в рамках Міжнародної програми США з ядерної безпеки налагодила виробництво палива альтернативної конструкції, яке підходить для використання українськими АЕС, проте це паливо де facto дорожче від російських аналогів.

Варто зазначити, що нові політико-економічні умови у відносинах із Росією, а також підписання Угоди про асоціацію з ЄС, змусили українських товаровиробників переорієнтувати своє виробництво та шукати нові ринки збуту. Одночасно Росія продовжує залишатися клочовим торговельним партнером України насамперед тому, що вона може запропонувати ємний ринок, низькі ціни й усталені зв'язки. Отже, Україна в середньо-строковій перспективі не зможе повністю відокремитися від російського ринку, навіть попри невпинно зростаючу роль ЄС як основного торгового партнера України. Українська економіка залежить від імпорту російської нафти, нафтопродуктів та ядерного палива, хоча її намагається цю залежність зменшити.

Отже, можна стверджувати, що у зовнішньоекономічних відносинах між Україною та Російською Федерацією відбулися кардинальні зміни, які заклали основу для докорінної трансформації двосторонньої торгівлі.

Україна суттєво диверсифікувала експорт, успішно переорієнтувавши його з ринку Російської Федерації до ринків інших країн світу. Як результат, усе більшої ваги набирають Європейський Союз, Китай та інші країни. Принципово знизилась економічна залежність українських експортерів від російського ринку збуту, частка якого впродовж десятиріччя скоротилася втрічі.

Проте слабке зовнішньоторговельне позиціонування України на світових ринках та відсутність дієвої системи державної підтримки експортерів є суттєвими стримуючими факторами, які обмежують можливості нарощування та диверсифікації українського експорту. До того ж український експорт складається переважно із сировини та продукції первинної обробки, що робить його вразливим від цінових коливань на світових ринках. Частка експорту, інтегрованого в глобальні ланцюги створення вартості, в Україні надзвичайно низька та становить 5,7 %, порівняно з 27 % – у Польщі, 38 % – у Румунії та Туреччині та 59 % – у В'єтнамі [8].

Досвід останніх років засвідчив, з одного боку, здатність України мобілізуватись у складних умовах і переорієнтувати зовнішню торгівлю в стислі строки з російського ринку та загалом ринків СНД, а з іншого боку – те, що Україна ще має великого нереалізованого потенціалу щодо виходу на глобальні ринки для нарощування обсягів експорту товарів і послуг, особливо з високою доданою вартістю, та стимулювання прискореного розвитку секторів економіки, які їх виробляють, з огляду на географічне розташування, багаті природні ресурси та високоосвічене населення.

Усе важливішу роль у реалізації експортного потенціалу України та забезпеченні економічної незалежності від Росій-

ської Федерації відіграватимуть інвестиції як іноземні, так і вітчизняні, а також ефективна та надійна система логістики. Розвиток за відповідними напрямами залишається пріоритетом в економічній політиці держави. Позитивні зрушенні в цій сфері вже простежуються. Так, за період 2015-2019 рр. в Україну було залучено прямих іноземних інвестицій у розмірі 17 млрд. дол. США. У результаті побудовано понад 100 заводів, де створено десятки тисяч нових робочих місць. Зокрема, німецькою компанією Bayer збудовано високотехнологічний завод із переробки насіння вартістю 200 млн. дол. США, американською компанією Cargill – зерновий термінал вартістю 150 млн дол. США. В Україні за цей період розпочали свою діяльність світові бренди – General Electric, Ryanair, HEAD, IKEA, H&M, Decathlon та багато інших [9].

Поряд із цим зберігається залежність окремих секторів української економіки від російського імпорту, зокрема енергоносіїв, мінеральних продуктів, ядерного палива. Збереження такого диспаритету дає можливість російській владі «шантажувати» Україну, обмежуючи їх постачання. Диверсифікація постачання цих критичних для української економіки товарів з інших ринків відбувається недостатніми темпами. Залишається негативним сальдо зовнішньої торгівлі. На перспективи українсько-російських економічних відносин впливають не лише політичні чинники двосторонніх відносин, а й загальний напрям трансформації економіки країн.

8.2. Інтеграційно-дезінтеграційні контроверсії у відносинах між Україною та Росією: на шляху від «роздлучення» до співіснування

Зовнішньоекономічна та зовнішньополітична ситуація України з початку 2000-х років розвивалася на фоні дедалі більш гострої геополітичної конкуренції двох європейських центрів впливу – ЄС і Росії, які реалізують принципово відмін-

ні проекти інтеграції пострадянських держав Східної Європи та Кавказу. ЄС здійснює політику розширення та/або створення кола держав-партнерів, які б будували свою внутрішню та зовнішню політику на засадах демократичних цінностей, норм і правил. Росія – домагається визнання ЄС (і світом загалом) цих держав як «зони російських привілейованих інтересів», експортування до них своєї державо-центричної та авторитарної («євразійської») моделі «керованої демократії» і створення під власною егідою потужного інтеграційного утворення, яке б діяло за її правилами.

Україна (в т. ч. в результаті своєї політики «багатовекторності», а насправді – невизначеності власного інтеграційного курсу) дедалі більшою мірою перетворювалася на епіцентр геополітичного протистояння зовнішніх центрів сил, де один з його учасників – Росія, як з'ясувалося, не обтяжував себе правилами «доброчесної конкуренції».

Керівництво РФ усвідомлює, що успішна євроінтеграція України – це не лише виклик російському інтеграційному проекту, але й переконливий мобілізаційний приклад для інших пострадянських країн (Молдова, Грузія) [10, с.3]. Тому його мета полягала в запобіганні будь-якою ціною європейській інтеграції України та підпорядкуванні її власним геополітичним цілям.

У цьому контексті російська політика щодо України проішла трифазову еволюцію: м'яке переконання в євразійській інтеграції під егідою РФ, жорсткий примус до неї (з використанням політико-дипломатичних, економічних, енергетичних, інформаційних важелів впливу) і нарешті – пряма військова агресія.

Слід, однак, зазначити, що попри часткову втрату позицій на ринку України, Росія все ще зберігає істотний потенціал впливу на процеси в українській економіці. Це обумовлюється серйозними позиціями російського капіталу у фінансовому секторі. Останніми роками зростала експансія на український

ринок російського фінансово-банківського капіталу, якому вдалося забезпечити присутність чотирьох контролюваних Росією банків у числі 15 банків, які НБУ відносить до першої групи: на ці російські банки припадає близько 18% сукупного капіталу (власного капіталу та залучених коштів), майже 21% статутного капіталу та понад 20% обсягу виданих кредитів банків першої групи. Лише за один рік обсяг сукупного капіталу цих чотирьох банків зрос майже на 25%, а обсяг виданих ними кредитів – на 31% – і це в умовах фронтального загального скорочення торговельно-економічних зв'язків між Україною і РФ [11].

До цього слід додати істотний вплив російського капіталу на функціонування українських фондovих ринків, насамперед, через те, що два важливі фондові майданчики України – ПФТС та Українська біржа – є дочірніми структурами Московської біржі.

Росія зберігає значний рівень контролю над виробничими ланцюгами в низці ключових галузей української економіки, включно з атомною енергетикою (в т. ч. в частині створення потужностей з фабрикації ядерного палива), а також в авіа- та ракетобудуванні.

У ситуації, коли економіка України переживає значні труднощі, які істотно посилюються повільним запровадженням системних реформ, політика Росії буде, скоріш за все, спрямована на вибіркове стимулювання внутрішніх деструктивних процесів, які б надалі погіршували стан економіки, соціально-трудової сфери і тим самим генерували масштабні соціальні протести – як передумову для подальшої внутрішньої політичної дестабілізації та зміни влади на представників проросійських політичних рухів. Такі вибіркові дії можна очікувати насамперед за наступними напрямами.

У сфері торгівлі відзначенні втрати українського експорту на російському напрямі стали наслідком застосування Росією впродовж останніх півроку низки обмежувальних торговель-

них заходів стосовно найбільш уразливих сфер українського експорту, де існує підвищений рівень залежності від російського ринку. Це, зокрема, заборона або “призупинення” ввезення молока та молочних продуктів (у т. ч. сирів), свинини, овочевих і рибних консервів, соків, картоплі, соняшнику, кондитерських виробів Roshen, АВК, “Конті”, пива компаній “Оболонь” та “Сан Інбев Україна”, а також заборона транзиту територією РФ для українських авіаліній [11].

Водночас, вказані торговельні обмеження мають розгляда-
тися лише як певна увертюра до більш масштабних торговель-
них обмежень з боку Росії. Останні вже отримали правову осно-
ву у вигляді ухваленої 19 вересня 2014р. Постанови Уряду РФ
про вилучення з режиму вільної торгівлі 174 товарних груп і
позицій (включно з продовольством, продукцією легкої і хіміч-
ної промисловості, чорної металургії, машинобудування, буді-
вельними матеріалами тощо [12]) та, відповідно, застосування
до них режиму найбільшого сприяння, тобто загальних ставок
імпортного тарифу, передбачених для держав-членів СОТ. Нові
торговельні обмеження можуть набути чинності після введен-
ня в дію положень Угоди про зону вільної торгівлі між Украї-
ною та ЄС, або ж у разі звинувачень РФ Уряду України в діях
“щодо практичного застосування зазначеної Угоди або її імп-
ліментації”. Таке формулювання практично дає можливість за-
провадити вказані обмеження в будь-який момент.

Обмежувальні заходи можуть стосуватись і сектору україн-
ського експорту послуг, де домінують транспортні послуги. Ро-
сія, скоріш за все, активізує свою політику розгортання обхід-
них транспортних маршрутів транзиту газу та інших товарів,
звинувачуючи Україну в ненадійності як країни-транзитера.

Негативні наслідки для української економіки від таких дій
РФ можуть бути значними та спричинити подальшу економіч-
ну дестабілізацію, у т.ч. зупинку виробництва на великих під-
приємствах, масові звільнення або запровадження практики

неоплачуваних відпусток, значні зовнішні платіжні ускладнення – аж до наближення до стану дефолту.

У галузі матеріального виробництва та виробничої кооперації Росія може стимулювати подальше падіння українських підприємств реального сектору, зниження їх ринкової вартості, що буде розширювати можливості їх наступного поглинання російським капіталом або ж усунення з ринку конкурентів російських компаній. Досягненню вказаної мети сприятимуть, зокрема:

- запроваджені торговельні обмеження, які зменшують обсяги реалізації і знижують прибутковість економічної діяльності;
- політика імпортозаміщення, насамперед, у галузях, де спостерігається найбільший рівень залежності від України;
- призупинення дії договорів про коопераційні постачання, що може порушувати безперервність економічних процесів і змушувати Україну до додаткових витрат на заміну постачальників;
- контроль над механізмами фінансових ринків і можливість впливати на біржові котирування тих чи інших компаній України;
- затримки розрахунків за тими чи іншими контрактами, які погіршуватимуть фінансовий стан українських підприємств.

Крім того, Росія організовуватиме або стимулюватиме перенесення на територію РФ низки українських виробництв, важливих для неї з точки зору утворення виробничих коопераційних ланцюгів, зокрема у військово-промисловому комплексі, виробництві авіатехніки та ін. Ці заходи вже здійснюються на захоплених українських територіях і можуть надалі попилюватися на інші регіони Півдня і Сходу України.

У сфері грошового обігу та валютних відносин Росія зберігає значний потенціал впливу на Україну. Маючи на українській

території розгалужену мережу комерційної присутності та функціонування дочірніх структур ряду провідних російських банків, а також контроль за фінансовими ринками, РФ має змогу впливати на процеси на ринках капіталів та на грошовому ринку через форматування попиту на них, пришвидшення або уповільнення розрахунків за комерційними контрактами, створення тих чи інших локальних дефіцитів з метою провокування ажіотажного ринкового попиту. Цьому істотно сприятиме значний російський вплив на український інформаційний простір, де підконтрольні РФ ЗМІ можуть поширювати чутки та коментарі заангажованих коментаторів з метою зниження й без того мінімальної довіри до уряду і продукування деструктивних ринкових процесів. Центральною ланкою таких дій є посилення недовіри до української валюти та організація масової втечі від неї в іноземні валюти. Подальша девальвація гривні може утворити цінові диспаритету такого масштабу, що спричинить неконтрольований обвал усієї системи економічних зв'язків, адже зробить більшу частину операцій на ринку невигідною.

Ураховуючи значну роль зовнішніх переказів українських працівників-мігрантів для платіжного балансу України, можна очікувати запровадження процедур, що ускладнюють переказ коштів українських трудових мігрантів з території Росії, на підставі посилення контролю за зовнішньою міграцією, боротьби з фінансуванням міжнародного тероризму та ін.

Зрозуміло, що нинішня глибока криза в українсько-російських економічних відносинах не є тимчасовим явищем, за яким настане повернення до обсягів взаємної торгівлі 2010-2011 рр. Ці відносини пройшли своєрідну “точку неповернення”, відбулися радикальні зрушенні у політичному кліматі відносин України та РФ, повністю зруйновані будь-які залишки довіри у стосунках, окреслилися кардинальні розбіжності ментально-ціннісних орієнтацій на рівні громадянських суспільств двох

країн. Ідеться вже не просто про неможливість участі України в будь-яких форматах євразійської інтеграції, а про проблематичність реалізації навіть партнерства і співробітництва. Тобто за нових політичних умов економічні відносини з Росією можуть будуватися поза преференційними режимами економічних відносин, винятково на основі загальновизнаних принципів міжнародного права та норм СОТ.

По суті, йдеться про завершення ери балансування України між двома векторами – західним і східним, що означатиме масштабну геоекономічну переорієнтацію національної економіки – хоча цей процес і не може відбутись одномоментно, а потребуватиме певного часу. При цьому, не повинно йтися ні про застосування Україною інструментів економічної війни стосовно РФ, ні про штучне утворення нових кордонів у Європі і блокування взаємовигідних економічних контактів на підставі сухо політико-ідеологічних міркувань. З урахуванням цих принципових аспектів, головна мотивація істотних змін системного характеру, які повинні відбутися в українсько-російських відносинах у сфері економіки, має зводитися до наступного.

По-перше, Україна потребує нагального звільнення економіки від численних елементів, сформованих у минулому, за якісно інших економічних умов і які сьогодні вже не відбивають структуру наявних порівняльних переваг національної економіки в міжнародному масштабі. Зрозуміло, що існування, наприклад, розвинутого комплексу з виробництва енергоємної хімічної продукції, могло бути виправданим в умовах гарантованих постачань з республік колишнього СРСР (і насамперед з Росією) дешевого природного газу, але тепер це стало джерелом серйозних економічних дисбалансів.

Вказана проблема має й більш загальний вимір – необхідність істотного зменшення залежності економіки України від зовнішніх постачань енергоносіїв, оскільки надмірна залеж-

ність від імпорту енергоносіїв стала останніми роками одним з найважливіших чинників пригнічення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Вирішити це завдання можна лише в контексті далекосяжної політики підвищення енергоефективності технологій, що застосовуються у виробництві та в побуті, а також кардинальної зміни структури економіки. За умови значного прогресу у вирішенні цієї проблеми та наближення до рівня енергоефективності, наприклад, скандинавських країн, Україна могла б повністю відмовитися від імпорту дорогого російського природного газу або принаймні домогтися від Росії встановлення раціонального рівня цін на цей природний ресурс.

Слід мати на увазі й те, що економіка колишнього СРСР формувалася на основі пріоритету принципу самодостатності, для підтримання якого широко застосовувалися механізми перевозподілу доходів і фінансових потоків, а також відхилення цін від їх нормального ринкового рівня (фактично це був прихований механізм перехресного субсидіювання окремих галузей і видів виробництва). Переход до ринкової економіки зламав більшість із механізмів колишньої централізованої планової економіки, а ті, що збереглися (наприклад, централізований контроль за фінансовими потоками, цінові субсидії), були істотно переформатовані. Все це в поєднанні зруйнувало основу підтримання значного масиву раніше сформованих економічних зв'язків. Саме тому вони почали згортатися ще з 1990-х років, незважаючи на проголошення політичних гасел про “історичне братерство народів” та необхідність реінтеграції в нову європейську спільноту. А відсутність необхідних інвестицій в оновлення відповідних технологій додавало ще більше аргументів для цієї фактичної прогресуючої дезінтеграції, оскільки підтримання давно сформованих зв'язків переставало бути джерелом оновлення виробництва – принаймні в масштабі, необхідному для підтримання глобальної конкурентоспроможності.

Гостра політична криза у відносинах України та Росії стала тільки каталізатором цього процесу, а зовсім не його базовою причиною. Вона лише вкрай загострила питання про необхідність відмови від багатьох застарілих зв'язків. А гучні заяви ініціаторів євразійської інтеграції про “спільний стрибок у високотехнологічне майбутнє” не виглядають переконливо, оскільки спростовуються більш ніж скромними показниками країн-учасниць у провідних міжнародних рейтингах, що стосуються інноваційного розвитку, та невиразними результатами реалізації масштабних високотехнологічних ініціатив (феномен “Сколково” достатньо підтверджує цю тезу).

По-друге, українська економіка має бути структурно скоригована за рахунок зменшення впливу тих її елементів, які створюють значні ризики в частині безпеки. Вказаний мотив стосується й зазначеної вище проблеми зменшення енергоємності. Але він набуває ще більшої значимості в контексті прив'язки українських машинобудівних підприємств до їх партнерів у рамках коопераційних виробничих ланцюгів, сформованих за колишнього СРСР з міркувань не стільки економічної ефективності, скільки військової безпеки (замкнені всередині СРСР виробничі цикли). Така прив'язка, як випливає з наведеного вище аналізу, стала джерелом істотної небезпеки для України в умовах, коли РФ використовує інструменти штучних торговельно-економічних обмежень. Але йдеться не лише про надмірно високу залежність виробництва від постачань на російський ринок, яка в багатьох випадках перевищує половину валового випуску. Не менша проблема полягає в тому, що більшість головних технологічних центрів, які мають права власності на технології, покладені в основу відповідних транспордонах виробничо-коопераційних систем у машинобудуванні, розташовані на території Росії (це особливо стосується таких стратегічно важливих секторів, як ракетно-космічний та авіаційний комплекс, інші виробництва ВПК, ядерна енергетика).

Це створює критичний рівень залежності відповідних виробництв від політики Росії, яка може дуже легко блокувати розвиток відповідних сегментів виробництва в Україні заходами обмеження технологічного трансферу та через заборону використання певних об'єктів інтелектуальної власності, пов'язаних з кооперованим виробництвом.

Але навіть якщо вони не використовувалися, подальше існування тісних коопераційних зв'язків між багатьма підприємствами України та Росії все одно буде проблематичним [13, с. 146]. Зростаючі розбіжності в нормах технічного регулювання мірою того, як Україна адаптуватиметься до якісно більш сучасних норм ЄС, збільшуватимуть розрив між країнами у сфері технічного регулювання торгівлі. Це означатиме зростання бар'єрів у взаємних виробничих зв'язках. Зниження цих бар'єрів можливе у випадку позитивного руху системи технічного регулювання в рамках Євразійського економічного союзу в напрямі гармонізації з міжнародними нормами, в т. ч. нормами технічного регулювання ЄС.

По-третє, стратегічно важливе завдання модернізації української економіки потребує істотної диверсифікації потенціалу її торговельно-економічних зв'язків, освоєння нових, нетрадиційних ринків збути, знаходження нових партнерів по кооперації, які є технологічними лідерами у своїх сферах діяльності. В умовах виконання положень Угоди про асоціацію створюватимуться нові можливості для входження українських учасників до європейських програм розвитку інновацій, коопераційних і кластерних виробничих систем. Зрозуміло, що це не може не мати певного обмежувального впливу на російсько-українські економічні зв'язки, зважаючи на наявність в їх структурі численних застарілих елементів. Водночас, у рамках такої політики можуть зберігатися та навіть створюватися нові можливості для двосторонніх взаємин в економіці, якщо вдасться знайти адекватні формати їх вбудовування у тристоронні або

багатосторонні відносини за участю партнерів з ЄС. Такі можливості, безперечно, існують як у галузі розвитку міжнародної інфраструктури (транспорт, зв'язок, інформаційні системи), так і у сфері продукування нових знань та інноваційних рішень, зокрема в контексті нової енергетики, екологізації розвитку тощо.

Водночас, не варто розраховувати на те, що всі без винятку елементи наявної в Україні структури виробництва продукції, яку прийнято вважати високотехнологічною, знайдуть альтернативні російському варіанти розвитку міжнародного виробництва. Досить високим є рівень ймовірності того, що партнери зі США та ЄС не проявлятимуть достатнього інтересу до розвитку українського потенціалу у сферах ВПК, ракетно-космічних та авіаційних технологій, або ж вимагатимуть встановлення повного контролю над цими сегментами через придбання їх ТНК контрольних пакетів у власності відповідних підприємств. У цьому контексті можна посилатися на досить проблематичний досвід країн Центральної і Східної Європи, які у процесі інтеграції до ЄС або фактично втратили більшість виробництв у високотехнологічних секторах (які до цього розвивалися в рамках міжнародної кооперації країн колишньої Ради економічної взаємодопомоги), або передали їх під контроль ТНК із збереженням випуску стандартизованої продукції «другого ешелону» технологічності [14, с. 56].

По-четверте, українсько-російські економічні відносини мають бути органічно вбудовані в ширший формат глобальних і регіональних механізмів регулювання економічних процесів. Світ став надто взаємозалежним для того, аби довільно застосовувати власні національні політичні та корпоративні бізнесові міркування. Крім того, вступ України до низки міжнародних організацій (зокрема, до СОТ) якраз і диктувався, серед іншого, міркуваннями отримання доступу до механізмів зменшення ризиків для свого розвитку, створення більш ста-

більного та передбачуваного інституційного середовища для бізнесу.

У цьому контексті слід відзначити, що Україна є досі неефективно застосовує регулятивні можливості провідних міжнародних організацій, де членом є і РФ. Зокрема, виникають численні питання щодо пасивності України в застосуванні відповідних процедур, передбачених нормами СОТ у випадках порушення країнами відповідних угод та взятих на себе під час вступу зобов'язань – адже Росія у своїй економічній політиці щодо України систематично порушувала і продовжує порушувати низку ключових норм цієї організації. Водночас, реалізація цих можливостей, очевидно, потребує певного технічного сприяння з боку більш потужних і досвідчених учасників СОТ у рамках наявних механізмів огляду торговельної політики та розгляду торговельних спорів.

Вочевидь, Україні варто активізувати контакти з Організацією економічного співробітництва та розвитку, започаткувавши програму підготовки до майбутнього набуття членства в цій організації та маючи на увазі, що Росія вже започаткувала переговори про членство (які, однак призупинені в рамках погоджених дій Заходу проти російської агресії в Україні).

По-п'яте, можливо найбільш важливий принцип, що визначатиме майбутні зміни в економічних відносинах України та Росії, полягає в тому, що Україна, навіть за нинішніх умов значного ускладнення взаємних політичних відносин, не виступала й навряд чи має надалі виступати – попри заклики окремих громадських діячів і представників політичних кіл – ініціатором штучного прискорення згортання взаємних економічних потоків. Навряд чи масштабна руйнація таких зв'язків відповідає стратегічним інтересам України мати економічно та соціально стабільну країну-сусіда, з якою можна плідно співпрацювати і взаємовигідно торгувати. І навряд чи доцільно все знищувати до решти, завдаючи непоправної шкоди і власній економіці,

для того, щоб потім замислюватися над тим, як відновлювати зв'язки на економічному пустирі в пост-путінський період розвитку Росії, який не може не настати.

У цьому сенсі важливо дотриматися принципу розумної достатності. Певні руйнівні процеси у структурі російсько-українських економічних зв'язків мають бути введені у формат політики «творчого руйнування» – створення передумов для можливого розгортання в майбутньому значно продуктивніших та ефективніших зв'язків з новою Росією, що звільниться від свого нинішнього імперського синдрому.

Україні слід бути готовою не лише до ріпучих дій з обмеження деструктивного впливу російського фактору на національну економіку, але й до дій в майбутніх умовах можливого «повернення Росії до Європи», яке станеться після зміни курсу та в результаті демократизації цієї країни, Україна, намагаючись йти шляхом європейзації, зацікавлена не в побудові велико-го муру між Європою та Євразією, а в тому, щоб бути мостом, який їх з'єднє.

Варто зазначити, що вказані зміни в українсько-російських економічних відносинах можливі винятково в контексті успішних внутрішніх реформ в Україні, її прогресуючої європейзації. Саме успіх у здійсненні європейськи спрямованих реформ може стати вирішальним чинником потужного демонстраційного впливу на російське суспільство, стимулюючи тим самим кардинальний перегляд нинішнього згубного геополітичного експансіоністського курсу РФ. З іншого боку, невдача в реалізації принципових змін у короткостроковій перспективі означатиме певний «політичний дефолт» України, наслідком якого може бути її дискредитація в очах ЄС та інших країн Заходу – що може дати попитових реанімації політичного курсу листопада–грудня 2013 р., причому у значно тяжчому для України форматі, або ж зовсім поставити під сумнів цілісність української держави.

Використані джерела

1. Сіденко В. Деградація економічних відносин України та Росії: що далі? / Сіденко В. // Центр Разумкова. Національна безпека і оборона. Економіка: наук. журн. К.: НАУ, 2014. – №5-6. – С. 92-96.
2. Будкін В.С. Політичні фактори сучасного ускладнення відносин України з новими незалежними державами / В.С. Будкін // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журн. К.: НАУ, 2014. – №2. – С. 8-13.
3. Концепция внешней политики Российской Федерации. Утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 30 ноября 2016 г. (п. 3, підпункт в). URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkB6BZ29/content/id/2542248
4. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 13.05.2017 № 208 (п. 6). URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41921>
5. Трансформація зовнішньоекономічних відносин України з Російською Федерацією: 2010–2020 роки : аналіт. доп. / Веремій І.Г., Паламарчук М.О., Юлданцев Р.Е., Гавриленко Н.М., Широкий Г.М., Серебрянський Д.М ; за заг. ред. О.В. Литвиненка та О.О. Сінайка. – Наук. електрон. вид. – Київ : НІСД, 2021. – 94 с.
6. Інтеграційні можливості України: перспективи та наслідки: наукова доповідь / за ред. академіка НАН України В.М. Гейця, чл.-кор. НАН України Л.В. Шинкарук; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2014. – 92 с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
8. Офіційний сайт Світового банку URL: <http://pubdocs.worldbank.org/en/455251538644632238/Ukraine-Special-Focus-Note-Oct-2018-ENG.pdf>
9. Invest in Ukraine NOW. URL: <https://norway.mfa.gov.ua/storage/app/sites/58/uploaded-files/4-ukrainenow-investment-brochure.pdf>
10. Європейська інтеграція України: внутрішні чинники і зовнішні впливи. Аналітична доповідь Центру Разумкова. – Національна безпека і оборона, 2013, №4-5, с.2-6. URL: <http://www.razumkov.org.ua/ukr/journal.php>

11. Черних В.В. Перспективи розвитку українсько-російських економічних відносин / В.В. Черних // Ефективна економіка: наук. журн. К.: НАУ, 2014. – №11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3531>.

12. Постановление Правительства Российской Федерации «О введении ввозных таможенных пошлин в отношении товаров, страной происхождения которых является Украина» №959 от 19 сентября 2014 г. – Официальный сайт Федеральной службы охраны РФ. URL: <http://ips.pravo.gov.ru>.

13. Федурова Л.И. Производственная кооперация предприятий Украины и Российской Федерации / Л.И. Федурова // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 5. – С. 142-154.

14. Технологична модернізація в європейській економіці: монографія / О.С. Бурміч, О.Д. Лук'яненко, Е.Г. Панченко, В.І. Чужиков; за наук. ред. В.І. Чужикова. – К.: КНЕУ, 2013. – 266 с.

Розділ 9

Африканський вектор в реалізації експортного потенціалу України

9.1. Африка як один з пріоритетних напрямків українського експорту

Африканський континент під впливом низки сприятливих політико-економічних умов та глобального науково-технічного прогресу нині стає одним з найперспективніших суб'єктів світової політики, демонструючи швидкі темпи економічного зростання і щораз більше впливаючи на міжнародні процеси. Попередне сприйняття Африки як найвідсталішого і найбіднішого континенту неухильно змінюється. Результати останніх досліджень провідних міжнародних науково-дослідних центрів свідчать, що Африка взагалі і зокрема регіон південніше Сахари, має всі перспективи стати повноправним членом так званої Тріади: Африка-Індія-Китай.

За версією агенції Bloomberg L.P., у 2020 році сім з десяти країн світу з найбільш динамічним ростом ВВП розташовані саме в Африці і лише три країни не є африканськими – Бангладеш, В'єтнам і Китай. В африканських країнах: Ефіопії, Уганаді, Кот-д'Івуарі, Єгипті, Гані, Руанді і Кенії щорічний ріст ВВП становить від 1% до 4%. За прогнозами того ж таки Bloomberg, у 2022 році п'ять африканських країн з цієї сімки неодмінно збережуть свої позиції. Тут варто нагадати, що зовсім недавно, у 2018 році в топ 10 були присутніми лише три африканські країни. Крім цього є ще кілька факторів, які сприяють цивілізаційному розвитку африканських країн: стрімке зростання населення: з більш, ніж 1 млрд. в 2020 р. до прогнозованих 2 млрд у 2050 р. (65% населення Африки складає молодь до 25 років); прогресуюча урбанізація (нині на континенті існує 42 міста з населенням більше 1 млн, а до 2025 р. таких міст буде більше 80); поліпшення ділового клімату, зменшення кількості конфліктів; зростання інвестицій; збільшення чисельності середнього класу (більше 100 млн) тощо [1].

Сьогодні розгорнулася напружена конкуренція між могутніми світовими гравцями: США, Євросоюзом, Китаєм, Індією, Росією за економічний і політичний вплив на Африканському континенті. Бразилія, Туреччина, Саудівська Аравія, інші країни світу також розгортають активні дії в африканському напрямі. У цьому змаганні складається майбутній формат геоекономічної структури світу середини та другої половини ХХІ століття [2].

Передові країни світу в процесі розробки своєї експортної стратегії керуються досягненнями сучасної науки в галузі міжнародних економічних відносин. Наукова думка в поєднанні з практичним досвідом дозволяє формувати і застосовувати інноваційні інструменти для забезпечення інтересів національних товаровиробників і експортерів. В цьому розумінні одним з найактуальніших інструментів реалізації експортного потенціалу держав є економічна дипломатія (*economy diplomacy*): і як

міжнародна практика яка стала певним цивілізаційним продуктом доби глобалізації, і як новий науковий напрям. Постіндустріальні країни успішно застосовують засоби і принципи економічної дипломатії на офіційному і громадському рівні, опановуючи нові ринки зокрема і на африканському континенті (більш докладно в Розділі 7).

З початку 2000-х років у США і країнах ЄС почалися інтенсивні наукові дослідження в галузі економічної дипломатії, які на теоретичному та емпіричному рівнях засвідчують позитивний вплив зовнішньополітичних дій держав на результативність основних показників їх зовнішньоекономічної діяльності (експорт, імпорт, ПІ). Взявши до уваги напрацювання західних фахівців, нами було проведено аналогічне дослідження щодо дієвості української економічної дипломатії. В результаті статистичного аналізу, здійсненого на основі значного масиву емпіричних даних, найсуттєвіший зв'язок між зовнішньополітичними і зовнішньоекономічними чинниками виявлено в роботі українських посольств та офіційних візитах голів держав (коефіцієнт кореляції $r = 0,9$), а також візитах високого рівня (премер-міністрів, голів парламентів, очільників МЗС) і чинних угодах з іноземними державами (у середньому $r = 0,8$).

Отже, згаданий нами статистичний аналіз, необхідно взяти до уваги, розглядаючи проблему розробки української експортної стратегії, орієнтованої на африканський континент. Про перспективність цього напрямку та активність передових країн світу вже сказано. Україні ж, яка мала за часів СРСР величезний досвід політичної, економічної, науково-технічної, військової співпраці з країнами Африки, настав час зробити африканський вектор реалізації свого експортного потенціалу одним з найприоритетніших. Але тут на заваді стоїть низка факторів, на які потрібно звернути особливу увагу.

Йдеться про доволі прохолодне ставлення українського по-літикуму (особливо вищого керівництва держави) до африкан-

ського континенту. Починаючи з 1992р. до Африки було здійснено лише 9 офіційних візити Президентів України і то лише до арабських країн Північної Африки. В країнах південніше Сахари – жодного українського чиновника найвищого рівня не було за всі роки незалежності.

54 країни африканського континенту обслуговує 11 українських посольств (табл. 9.1).

Таблиця 9.1.
Посольства України в Африці

№	Країна перебування	Зона відповідальності
1	Алжирська Народна Демократична Республіка	Мавританія, Малі
2	Республіка Ангола	
3	Федеративна Демократична Республіка Ефіопія	Південний Судан, Сейшельські острови, Джібуті
4	Арабська Республіка Єгипет	Судан
5	Республіка Кенія	Руанда, Танзанія, Коморські острови
6	Лівія	
7	Королівство Марокко	Нігер, Центральноафриканська Республіка (ЦАР)
8	Федеративна Республіка Нігерія	Бенін, Камерун, Того, Габон
9	Південно-Африканська Республіка (ПАР)	Намібія, Зімбабве, Замбія, Ботswana, Мозамбік, Мадагаскар, Есвітані, Лесото, Маврикій
10	Республіка Сенегал	Конго, Гамбія, Гвінея, Кот-д'Івуар, Гвінея-Бісау, Ліберія, Сьєрра-Леоне
11	Туніська Республіка	Чад, Буркіна-Фасо

Джерело: <https://mfa.gov.ua/>

Як бачимо, вони охоплюють не тільки країни перебування, але й інші (від 1-2 до 9 країн), які входять до зони відповідаль-

ності того чи іншого посольства. Дипломатичні представництва розташовано вздовж берегової лінії африканського континенту. Логіка тут мабуть така, що країни перебування повинні мати вихід до моря і морську транспортну інфраструктуру, а континентальні країни можуть перебувати і в зоні їх відповідальності. Таким чином, охоплено більшість країн, основних торгових партнерів України (рис. 9.1).

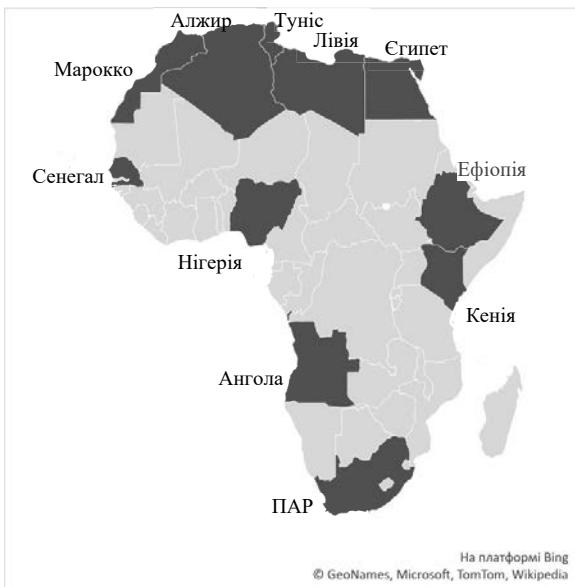


Рис. 9.1. Африканські країни, де розташовано Посольства України
Джерело: [4]

Для порівняння: США та Китай на африканському континенті мають по 50 дипломатичних представництв, Великобританія і Франція по 46, Німеччина – 40, Бразилія – 34, Японія – 31, Індія – 27, Італія – 24, Канада – 22. Але очолює цей список РФ – 54! Тобто в усіх без винятку країнах Африки є російські посольства.

Крім того, більшість українських посольств укомплектовані невиправдано малим штатом працівників. Наприклад, у

посольстві України в Ефіопії (країна визнана однією з ТОП-10 напрямів для українського експорту), до зони відповідальності якого входить ще 3 країни, – працює лише три дипломати, і жодного фахівця з міжнародної економіки. Урядове рішення щодо створення економічного відділу в складі Посольства України в Сенегалі було ухвалене ще 2013 року, але досі нема не лише відділу, але й жодного фахівця-економіста. [2]

Виходячи з даних Державної Служби Статистики України, за обсягами товарообігу найбільшими торговими партнерами України є: Алжир, Гана, Ефіопія, Єгипет, Камерун, Кенія, Кот-Д'Івуар, Лівія, Мавританія, Марокко, Нігерія, Південна Африка, Сенегал, Судан, Туніс (табл. 9.2, 9.3).

Таблиця 9.2
Показники українського експорту до країн Африки
2015–2020 рр. (млн. дол. США)

№	країни	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Алжир	205,636	236,799	535,426	390,648	584,264	357,282
2	Гана	37,459	25,637	61,391	72,609	79,466	81,548
3	Ефіопія	138,049	124,399	109,784	93,420	170,326	140,068
4	Єгипет	2079,784	2266,493	1831,313	1556,938	2254,077	1617,764
5	Камерун	10,994	11,795	29,493	40,857	32,718	51,874
6	Кенія	49,903	31,958	79,495	59,856	69,252	77,953
7	Кот-д'Івуар	23,794	10,169	67,453	58,904	47,746	42,424
8	Лівія	182,660	247,838	207,050	325,667	316,891	327,835
9	Мавританія	23,537	13,578	67,119	62,823	44,447	42,170
10	Марокко	212,502	247,324	221,306	363,208	294,070	372,969
11	Нігерія	120,877	104,222	94,709	105,220	160,443	69,317
12	ПАР	54,440	59,985	78,456	34,114	44,377	30,109
13	Сенегал	53,190	64,519	93,801	169,040	117,121	82,533
14	Судан	75,217	34,361	72,081	45,390	55,094	65,870
15	Туніс	333,507	235,815	289,570	392,009	362,587	414,821

Джерело: [5]

Таблиця 9.3

Показники українського імпорту з країн Африки
2015–2020 pp. (млн. дол. США)

№	країни	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Алжир	17,085	6,811	5,573	20,394	13,426	7,185
2	Гана	104,216	87,897	132,193	156,179	197,768	133,557
3	Ефіопія	1,386	3,125	2,873	3,309	4,235	4,434
4	Єгипет	55,613	48,717	77,030	96,783	113,150	80,914
5	Камерун	1,697	2,121	1,396	1,117	0,789	1,084
6	Кенія	5,969	6,463	7,954	8,572	9,387	12,942
7	Кот-д'Івуар	39,584	36,810	47,858	47,864	72,287	71,467
8	Лівія	0,013	–	0,146	0,106	3,116	41,973
9	Мавританія	4,031	4,189	3,552	5,250	4,782	6,657
10	Марокко	28,481	33,437	39,083	42,823	100,550	91,940
11	Нігерія	2,280	0,729	0,931	1,231	3,041	3,482
12	ПАР	151,096	117,744	171,255	135,863	78,676	86,255
13	Сенегал	0,160	0,656	1,230	4,734	1,772	3,119
14	Судан	0,238	1,037	0,190	0,218	1,158	2,206
15	Туніс	8,481	13,897	12,668	23,603	18,988	12,922

Джерело: складено автором згідно даних
Державної Служби Статистики України

Як видно з рис. 9.2, країни – найбільші торгові партнери України також є морськими державами, але не в усіх є українські дипломатичні представництва.

На діаграмах показана динаміка експортно-імпортної діяльності України на африканському континенті впродовж 6 років (рис. 9.1 – 9.4). Діаграми щодо Північної і Підсахарської Африки розділені свідомо з огляду на суттєву різницю в об'ємах українського експорту та імпорту в цих регіонах. Це, власне, наочно вказує на пріоритети української економічної політики щодо африканського континенту.

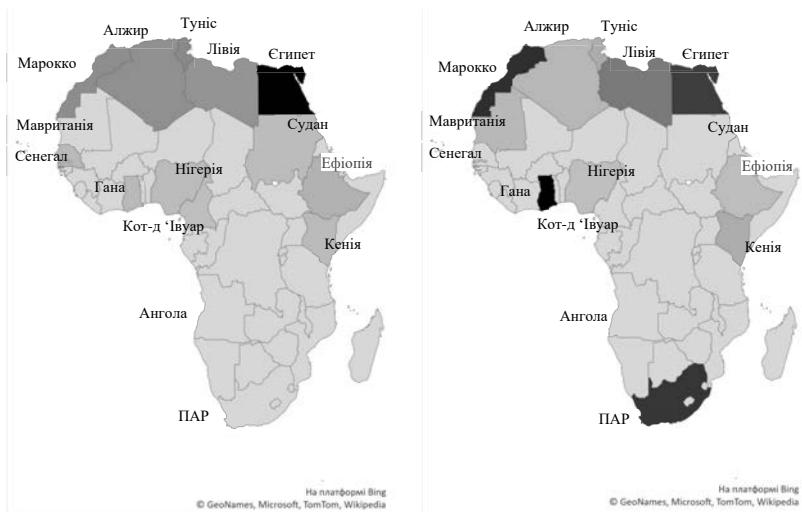


Рис. 9.2. Держави Африки – найбільші торгові партнери України за українським експортом та імпортом у 2020 році (млн. дол. США)

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби Статистики України

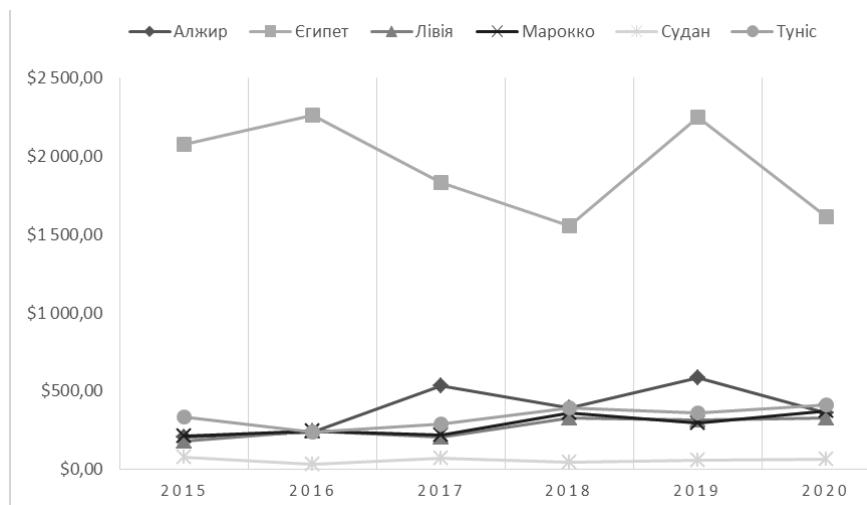


Рис. 9.3. Динаміка українського експорту до країн Північної Африки 2015–2020 рр. (млн. дол. США)

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби Статистики України

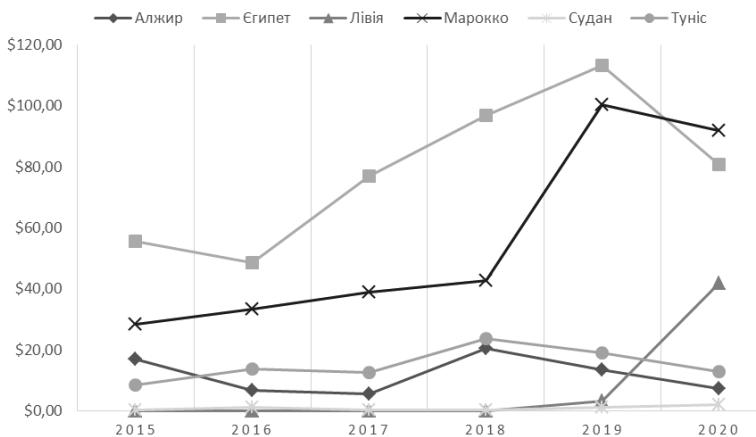


Рис. 9.4. Динаміка українського імпорту з країн

Північної Африки 2015–2020 рр. (млн. дол. США)

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби
Статистики України

Діаграми щодо Північної і Підсахарської Африки розділені свідомо з огляду на суттєву різницю в об'ємах українського експорту та імпорту в цих регіонах (рис. 9.5, 9.6).

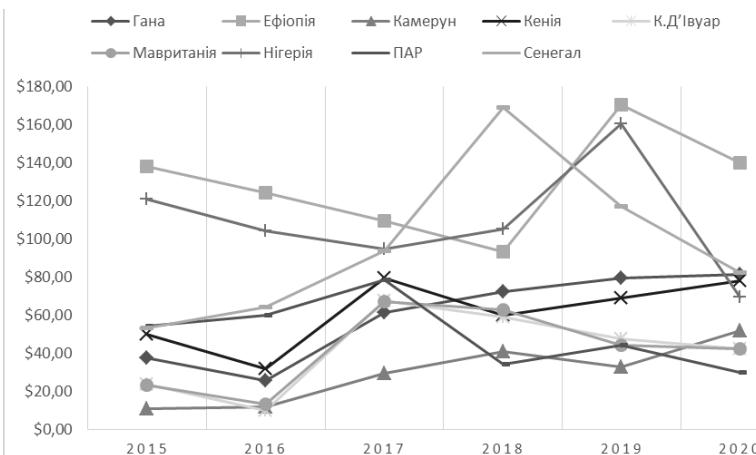
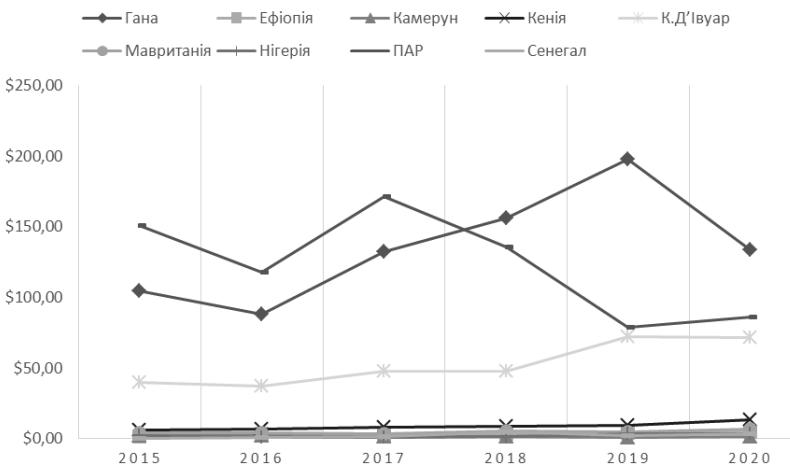


Рис. 9.5. Динаміка українського експорту до країн

Підсахарської Африки 2015–2020 рр. (млн. дол. США)

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби
Статистики України



**Рис. 9.6. Динаміка українського імпорту з країн
Підсахарської Африки 2015–2020 рр. (млн. дол. США)**

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби
Статистики України

Для більшої наочності подаємо рейтингову таблицю найбільших африканських торгових партнерів України.

Україні є що запропонувати на африканському ринку: від якісних продуктів харчування, до високих технологій. Україна зберігає потужний науково-технічний і інтелектуальний потенціал, може заливати висококваліфіковану робочу силу, що є визначальним у системі сучасного виробництва і за цими параметрами не поступається аналогічним показникам розвинених держав [3]. Тому в процесі інтернаціоналізації українського виробництва, попушку свого місця на африканському ринку, головною проблемою держави є перш за все ефективна реалізація її величезного потенціалу. І тут замало лише бажання, економічних і науково-технічних можливостей, – необхідна потужна політична воля.

У процесі збору емпіричних даних щодо зовнішньополітичних відносин України зі своїми основними африканськими

Таблиця 9.4

Рейтинг 15-ти держав Африки – найбільших
торгових партнерів України за українським
експортом та імпортом у 2020 році

№	Експорт	Млн. \$	Імпорт	Млн. \$
1	Єгипет	1617,764	Гана	133,557
2	Туніс	414,821	Марокко	91,940
3	Марокко	372,969	ПАР	86,255
4	Алжир	357,282	Єгипет	80,914
5	Лівія	327,835	К.-д'Івуар	71,467
6	Ефіопія	140,068	Лівія	41,973
7	Сенегал	82,533	Кенія	12,942
8	Гана	81,548	Туніс	12,922
9	Кенія	77,953	Алжир	7,185
10	Нігерія	69,317	Мавританія	6,657
11	Судан	65,870	Ефіопія	4,434
12	Камерун	51,874	Нігерія	3,482
13	Кот-д'Івуар	42,424	Сенегал	3,119
14	Мавританія	42,170	Судан	2,206
15	ПАР	30,109	Камерун	1,084

Джерело: складено автором згідно даних Державної Служби
Статистики України

торговими партнерами, з'ясувалася невелика, але промовиста деталь: в ООН делегації більшості африканських держав утримуються під час голосування резолюцій ГА ООН щодо підтримки територіальної цілісності України. Серед цієї більшості перебуває і Алжирська Народна Демократична Республіка (АНДР) – четверта за об'ємами українського експорту афри-

канська країна і приклад цієї країни висвітлює загальну тенденцію, характерну для африканського регіону.

Про що може свідчити відсутність підтримки України з боку африканських країн в ООН? По-перше: про системний політичний вплив РФ в регіоні. Тут мається на увазі перш за все зовнішньополітична гіперактивність вищого російського керівництва. Наприклад, за 30 років після розпаду СРСР, до АНДР здійснено 2 офіційні візити на рівні президента РФ, 1 офіційний візит голови уряду, 4 офіційні візити на рівні голів парламенту, 4 офіційні візити голови МЗС, приблизно стільки ж взаємних офіційних візитів усіх рівнів було здійснено з Алжиру до РФ. І це не кажучи про засилля російського бізнесу та системну присутність новин від «Russia today» в ефірі офіційного інформаційного агентства «Aljeri Press Service».

По-друге: це свідчить про дивовижно байдуже ставлення до цієї країни і до всього регіону з боку української політичної еліти. За всю історію взаємин, як вже було сказано, до Алжиру було здійснено один-єдиний офіційний візит високого рівня – Міністра закордонних справ України А.М. Зленка (13-15.12.2002 р.). Та ще в липні 1999 року Міністр закордонних справ України Б.І. Тарасюк відвідав АНДР, взявши участь у роботі 35-го саміту ОАЕ. Жодного офіційного візиту високого рівня з Алжиру до України не відбулося за весь період незалежності. Це власне все, що треба знати про успіхи української зовнішньої політики та дипломатії на, так би мовити, алжирському і загальноафриканському напрямку. Відповідно формуються слабкі політико-дипломатичні та економічні позиції України як в АНДР, так і в усьому регіоні.

Успішні африканські економічні проекти таких велетів як США, Канада, Китай, Індія, Бразилія та ін. починалися з налагодження політичних відносин з країнами регіону перш за все на рівні лідерів держав. Йдеться про офіційні візити керівників країн, які цілеспрямовано приїздили на континент, щоб

познайомитися з місцевим керівництвом, запросити їх у свої країни, створити атмосферу взаємоповаги і довір'я, необхідну для довготривалого і взаємовигідного економічного співробітництва. Одночасно відкривалися посольства і консульства, торгові представництва, підписувалися взаємовигідні преференційні угоди, реалізовувалися масштабні інвестиційні проекти і т. ін.

9.2. Робота українських посольств та політико-дипломатичний супровід вітчизняного експорту на африканському континенті

Ця частина аналізу у великій мірі присвячена діяльності українських посольств на африканському континенті, пошуку системного взаємозв'язку між політичними і економічними кроками української держави. З точки зору економічної дипломатії, саме посольства перебувають на передній лінії захисту національних інтересів держави в усіх куточках планети. І якщо говорити про африканський геополітичний інтерес України та про економізацію зовнішньої політики держави, то треба почати з кардинальної реорганізації та економізації складу посольств. Вже згаданий нами американський професор Ендрю Роуз, котрий вперше на основі емпіричних досліджень довів прямий зв'язок між роботою посольств і показниками результативності зовнішньоекономічної діяльності держав, назвав свою базову роботу: «Зовнішні служби та зовнішня торгівля: посольства як просування експорту». І це не просто слова, це складова практичних, цілеспрямованих дій щодо реалізації стратегічного напрямку політики реалізації експортного потенціалу всіх розвинених країн світу.

Але для того, щоб приймати виважені рішення щодо розробки нової стратегії української дипломатії і зовнішньоекономічної політики, потрібно перш за все оцінити реальну картину ефективності діючих зовнішньополітичних представництв

України в країнах регіону, побачити наскільки послідовними є зовнішньополітичні кроки української влади, і як наслідок – співставити їх з показниками експортно-імпортної та інвестиційної діяльності української держави. З точки зору сучасної економічної науки, це власне і буде основний індикатор успішності або неуспішності політики України на африканському континенті, орієнтованої на реалізацію свого експортного потенціалу.

В основу подальшого аналізу покладемо рейтинг 15-ти держав Африки – найбільших торгових партнерів України у 2020 році. Важливо співставити торговельну позицію провідних і непровідних африканських країн у зовнішній торгівлі з Україною з формальними і реальними ознаками активності українських посольств, в них представлених. За рейтингом, поданим в табл. 9.4, найбільша вага в реалізації експортного потенціалу України припадала на 10 країн: Єгипет, Туніс, Марокко, Алжир, Лівію, Ефіопію, Сенегал, Гану, Кенію та Нігерію. Останню 15-ту позицію займала ПАР. Виходячи з цього ранжування, розглянемо кожну з названих країн у відповідності з названими критеріями (дипломатичні служби України в ній та обсяги зовнішньої торгівлі з Україною).

Перша позиція в рейтингу належить Єгипту. До зони відповідальності Посольство України в Арабській Республіці Єгипет входить також Республіка Судан (11 місце в рейтингу). У складі Посольства 11 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол України в Арабській Республіці Єгипет, три Радники, два Перших секретарі (один відповідальний за сферу економіки і торгівлі), два Других секретарі, Третій секретар (консульські питання), Аташе з питань оборони, Військовий аташе. При цьому у Посольстві відділ з економічних питань відсутній.

Політичні відносини. Арабська Республіка Єгипет визнала незалежність України 03 січня 1992 р. і вже 25 січня 1992 р.

було встановлено дипломатичні відносини. Посольство України в Єгипті було відкрито 01 вересня 1993 р., у цьому ж році було відкрито Посольство Єгипту в Україні.

З часу встановлення дипломатичних відносин відбулися взаємні візити різного рівня. Зокрема візити рівня глав держав відбулися: у грудні 1992 р. – візит до Єгипту Президента України Л. Кравчука; у квітні 2008 р. – візит до Єгипту Президента України В. Ющенка. Відбулися зустрічі глав держав на міжнародних майданчиках: 15 лютого 2019 р. – зустріч Президента України П. Порошенка з Президентом Єгипту А. Аль Сісі у рамках Мюнхенської безпекової конференції; 25 вересня 2019 р. – зустріч Президента України В. Зеленського з Президентом Єгипту А. Аль Сісі у рамках участі у 74-й сесії ГА ООН. Також проводилися телефонні переговори: 24 липня 2020 р. Президент України В. Зеленський провів телефонну розмову з Президентом АРЄ А. Аль Сісі.

У березні 1997 р. та в листопаді 2010 р. відбулися офіційні візити Прем'єр-міністра України. У грудні 2002 р. відбувся візит до Єгипту голови МЗС України А. Зленка, а в грудні 2005 р. – візит до Єгипту голови МЗС України Б. Тарасюка. 6-7 грудня 2010 р. – відбувся взаємний візит до України голови МЗС Єгипту А. Абуль-Гейта. 29-30 квітня 2018 р. з офіційним візитом Єгипет відвідав голова МЗС України П. Клімкін.

Також відбувалися політичні контакти нижчого рівня. Зокрема це: візит рівня ОПУ (26-29 жовтня 2020 р. – візит до Єгипту української делегації на чолі із Заступником Керівника ОПУ І.І. Жовкви); - візити Міністрів профільних міністерств (5-7 серпня 2015 р. – візит до Єгипту Міністра аграрної політики та продовольства України О. Павленка; 23-28 квітня 2018 р. – візит в Україну Міністра у справах компаній державного сектору АРЄ Х. Бадаві, 15-17 липня 2020 р. – візит єгипетської делегації на чолі з Міністром туризму та старожитностей Єгипту

Х. Анані до України; - візити рівня МЗС (18 квітня 2016 р. у Києві відбувся 8-й раунд двосторонніх політконсультацій за співголовування заступників МЗС України та АРЄ; 11 квітня 2018 р. у Каїрі відбулися політико-безпекові консультації за співголовування Директора Департаменту країн Близького Сходу та Африки МЗС України та Директора Департаменту Східної та Південної Європи МЗС АРЄ; 04-07 квітня 2021 року – робочий візит до Єгипту Заступника Міністра закордонних справ України (CDTO) Д.Ю. Сеніка для проведення 9-го раунду політичних консультацій); - візити урядового рівня (19-20 серпня 2015 р. відбувся візит до Єгипту делегації Мінекономрозвитку України на чолі із заступником Міністра, Торговим представником України Н. Микольською; 23-26 липня 2017 р. – візит до Каїра делегації на чолі з Державним секретарем Мінекономрозвитку України О.Ю. Перевезенцевим; 03-05 листопада 2019 р. – візит до Єгипту делегації Мінекономіки України на чолі із заступником Міністра – Торговим представником України Т.А. Качкою).

У рамках Міжпарламентського співробітництва у травні 2018 р. в єгипетському парламенті було створено групу дружби та міжпарламентських зв'язків з Україною, а 18-21.12.2018 р. вже відбувся візит членів Єгипетської групи дружби в Україну. У червні 2020 р. створено Депутатську групу Верховної Ради України з міжпарламентських зв'язків з Арабською Республікою Єгипет.

Торговельно-економічне співробітництво. За підсумками 2020 р., українсько-єгипетський товарообіг склав 1,699 млн. дол. США. Експорт українських товарів до Єгипту склав 1,618 млн. дол. Імпорт України з Єгипту склав 0,081 млн дол. США. Позитивне сальдо 1,537 млн. дол.

Таблиця 9.5

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Єгиптом (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	2,080	2,266	1,831	1,557	2,254	1,618
Імпорт	0,056	0,049	0,077	0,097	0,113	0,081

Джерело: складено автором за даними ДССУ

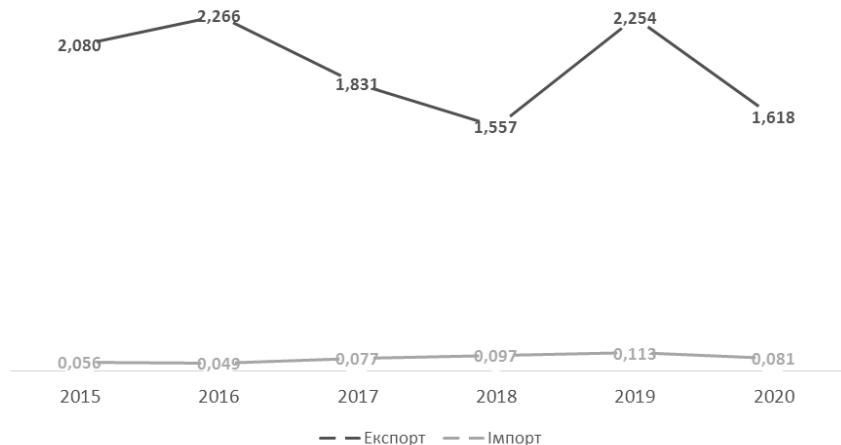


Рис. 9.7. Динаміка експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Єгиптом (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Основою товарної структури українського експорту до Єгипту традиційно є зернові культури (69,2% усього експорту), чорні метали, жири та олії тваринного або рослинного походження, тютюн і його промислові замінники. Основним продуктом українського імпорту з Єгипту є їстівні плоди (переважно цитрусові, поставки яких становлять майже 50% усього імпорту до України).

У 1993 році було засновано Міжурядову Спільну Комісію з економічного та науково-технічного співробітництва між Україною та АРЄ. Останнє – сьоме засідання МСК відбулося в Києві

Таблиця 9.6

Товарна структура українського експорту до Єгипту (2020 р.)

Товари	100%
М'ясо та їстівні субпродукти	0,8
Зернові культури	69,2
Насіння і плоди олійних рослин	2,3
Жири та олії тваринного або рослинного походження	6,1
Залишки і відходи харчової промисловості	1,3
Тютюн і промислові замінники тютюну	4,0
Руди, пілаки і зола	0,6
Чорні метали	12,3
Вироби з чорних металів	0,7
Залізничні локомотиви	0,5
Різне	3,2

Джерело: складено автором за даними ДССУ

31 жовтня – 2 листопада 2018 р. Українську частину Міжурядової Спільної Комісії з економічного та науково-технічного співробітництва між Україною та Єгиптом очолює заступник Міністра розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України-Торговий представник України, його єгипетська колега – Міністерка міжнародного співробітництва АРЄ.

Друге місце в рейтингу належить Тунісу. До зони відповідальності Посольство України в Туніській Республіці входять також Чад та Буркіна-Фасо, торговельне співробітництво з якими не увійшло до топ-15.

У Посольстві працює 5 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол України в Туніській Республіці, Радник, Перший секретар, Перший секретар (питання економіки), Другий секретар з консульських питань (Туніська Республіка), Завідуючий господарством.

Таблиця 9.7

Товарна структура українського імпорту з Єгипту (2020 р.)

Товари	100%
Овочі	8,2
Їстівні плоди та горіхи	48,9
Насіння і плоди олійних рослин	1,7
Продукти переробки овочів	1,3
Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	2,3
Фармацевтична продукція	2,5
Ефірні олії	1,0
Пластмаси, полімерні матеріали	8,0
Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	0,6
Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	3,1
Чорні метали	2,3
Електричні машини	5,1
Товари, придбані в портах	6,9
Різне	8,1

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Туніська Республіка визнала незалежність України 25 грудня 1991 р. Дипломатичні відносини між країнами було встановлено 24 червня 1992 року шляхом підписання відповідного Протоколу в ході перебування у Києві Місії дружби та доброї волі Тунісу на чолі з Міністром охорони здоров'я Далі Джазі. Посольство України в Туніській Республіці діє з вересня 1996 р., Посольство Туніської Республіки в Україні почало функціонувати 11 жовтня 1993 року; 24 червня 1997 року було оголошено про рішення Уряду Туніської Республіки закрити Посольство у Києві з фінансових міркувань. Наразі Україна належить до зони відповідальності Посольства Туніської Республіки в Республіці Польща. 27 березня 2014 р. Делегація Тунісу під час голосування

щодо проектів резолюцій ГА ООН: «Територіальна цілісність України» (A/RES/68/262) – підтримала Україну.

Візити рівня глав держав: 6-8 грудня 1993 р. – офіційний візит Президента України Л.М. Кравчука до Тунісу.

Співробітництво на рівні МЗС:

- 27-29 червня 1996 р. – перший раунд політичних консультацій під час перебування у Києві делегації МЗС Тунісу на чолі з Державним секретарем МЗС Тунісу (українську делегацію очолював заступник Міністра К.І. Грищенко);

- 17-18 лютого 1999 р. – візит до Тунісу заступника Міністра закордонних справ України О.І. Майданника з метою передачі особистого Послання Президента України Президенту Тунісу та проведення другого раунду політичних консультацій;

- 18 червня 2008 р. – третій раунд політичних консультацій (м. Київ). Українську делегацію очолював заступник Міністра закордонних справ України О.О. Горін, туніську – Державний секретар у європейських справах Міністерства закордонних справ Тунісу Х. Бен Салем;

- 10 жовтня 2018 р. – четвертий раунд політичних консультацій між зовнішньополітичними відомствами України та Тунісу, українську делегацію очолила Директор Департаменту країн Близького Сходу та Африки М. Щербатюк, туніську – Начальник Управління країн Північної та Центральної Європи, Росії та Кавказу Європейського департаменту С. Гар'яні;

- 10 грудня 2020 р. – п'ятий раунд політичних консультацій між зовнішньополітичними відомствами України та Тунісу, українську делегацію очолив Директор Департаменту країн Близького Сходу та Африки М. Нагорний, туніську – Начальник Управління країн Північної та Центральної Європи, Росії та Кавказу Європейського департаменту М. Мгадбі.

Зустрічі голів МЗС на міжнародних майданчиках: 28 вересня 2010 р. – зустріч міністрів закордонних справ К.І. Грищенка та К. Моржана у рамках 65-ї сесії ГА ООН; 29 листопада

2014 р. – зустріч між Міністром закордонних справ України П.А. Клімкіним та тодішнім Міністром закордонних справ Тунісу М. Хамді у ході 15-го Саміту Міжнародної організації Франкофонії (м. Дакар, Сенегал); 28 лютого 2017 р. – зустріч між Міністром закордонних справ України П.А. Клімкіним та Міністром закордонних справ Тунісу Х. Джгінауї у рамках 34-ї сесії Ради ООН з прав людини. З 1992 р. регулярною практикою стало проведення зустрічей міністрів закордонних справ України і Туніської Республіки під час сесій Генасамблей ООН в Нью-Йорку.

Торговельно-економічне співробітництво. За даними Державної служби статистики України, у 2020 р. товарообіг між Україною та Тунісом склав 427,7 млн. дол. США (у 2019 р. – 381,5 млн. дол.). Експорт до Тунісу у 2020 р. склав 414,8 млн. дол. США, що на 14,4% вище показника за аналогічний період 2019 року, імпорт з Тунісу – 12,9 млн. дол.

Таблиця 9.8

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Тунісом (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	333,507	235,815	289,570	392,009	362,587	414,821
Імпорт	8,481	13,897	12,668	23,603	18,988	12,922

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Основою товарної структури українського експорту до Тунісу традиційно є: зернові культури (83,6% усього експорту), чорні метали, жири та олії тваринного або рослинного походження та ін. Основним продуктом українського імпорту з Тунісу є взуття (31,5%), електричні машини, реактори ядерні, котли, машини, одяг та додаткові речі до одягу, текстильні та ін.

16-17 квітня 2019 р. у Тунісі відбулося Трете засідання Міжурядової українсько-туніської комісії з питань торговельно-економічного та технічного співробітництва.

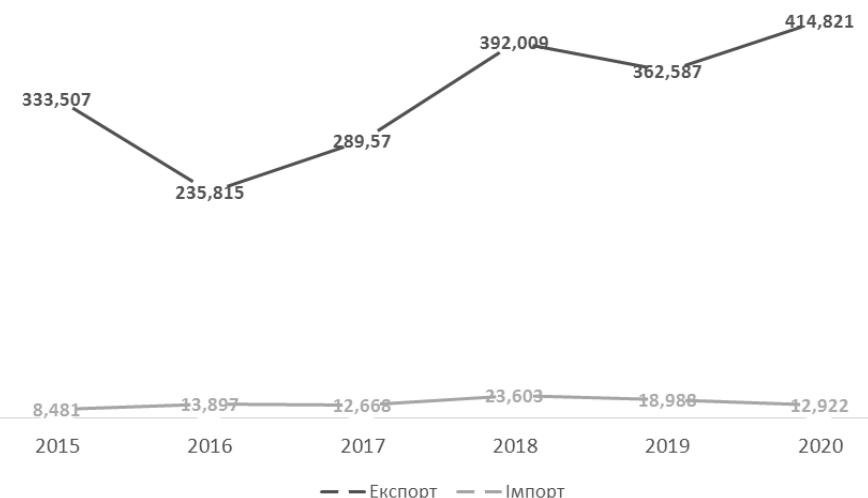


Рис. 9.8. Динаміка експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною і Тунісом (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.9
Товарна структура українського експорту до Тунісу (2020 р.)

Товари	100%
Зернові культури	83,6
Насіння і плоди олійних рослин	0,5
Жири та олії тваринного або рослинного походження	1,4
Чорні метали	13,2
Різне	1,3

Джерело: складено автором за даними ДССУ

17 квітня 2019 р. відбувся Українсько-туніський Бізнесфорум, організований за підтримки Посольства України в Тунісі, Торгово-промислової палати України та Туніського союзу промисловості, торгівлі та традиційних ремесел (UTICA). У рамках Форуму було підписано два Меморандуми між ТПП України та UTICA – «Про співробітництво» та «Про створення

Таблиця 9.10

Товарна структура українського імпорту з Тунісу (2020 р.)

Товари	100%
Овочі	5,5
Їстівні плоди та горіхи	7,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	0,9
Готові продукти із зерна	1,2
Ефірні олії	0,7
Пластмаси, полімерні матеріали	4,9
Вовна	1,1
Синтетичні або штучні	0,5
Текстильні матеріали	0,5
Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	3,1
Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	8,0
Взуття	31,5
Вироби з чорних металів	0,5
Реактори ядерні, котли, машини	12,5
Електричні машини	14,6
Засоби наземного транспорту крім залізничного	1,7
Прилади та апарати оптичні, фотографічні	2,4
Різні готові вироби	0,8
Різне	1,9

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Українсько-туніської Ділової ради». За результатами проведення в Бізнес-форуму за участі ТПП України та Туніського союзу промисловості торгівлі та традиційних ремесел (UTICA) було створено Українсько-туніську Ділову раду, діяльність якої до цього часу є доволі активною.

Діє також Міжурядова українсько-туніська комісія з питань торговельно-економічного та технічного співробітництва.

Третє засідання Комісії відбулося в Тунісі 16–17 квітня 2019 року. Економічне співробітництво з Тунісом координується Радою експортерів та інвесторів України (РЕІ) при МЗС України.

Наступна позиція в рейтингу – Марокко. Зона відповідальності Посольства України в Королівстві Марокко включає Республіку Нігер та Центральноафриканську Республіку. У Посольстві працює 7 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол України в Королівстві Марокко, Радник, Перший секретар з консульських питань, Перший секретар, Третій секретар з консульських питань, Спеціаліст з фінансових питань і діловодства, Завідувач господарства з в.о. водія. Відділ з економічних питань у посольстві відсутній.

Королівство Марокко визнало Україну 30 грудня 1991 року. Дипломатичні відносини було встановлено 22 червня 1992 року. Посольство України в Марокко розпочало роботу в листопаді 2000 року, а Посольство Марокко в Україні – у липні 2000 р. За період незалежності України відбулися наступні двосторонні політичні та міжгалузеві контакти:

- Зустрічі глав держав на міжнародних майданчиках (2002 – бесіди Президента України і Короля Марокко в рамках міжнародних багатосторонніх заходів; 2003 рр. – бесіди Президента України і Короля Марокко в рамках міжнародних багатосторонніх заходів);

- Візити рівня голів МЗС (2001 р. – візит в Марокко Міністра закордонних справ України А.М. Зленка; 2007 р. – візит в Україну Міністра закордонних справ та співробітництва Марокко М. Бенайssi);

- Зустрічі голів МЗС на міжнародних майданчиках (2008 р. – зустріч Міністрів закордонних справ під час 63-ї сесії ГА ООН в Нью-Йорку та підписання Угоди про безвізові поїздки осіб, які користуються дипломатичними, службовими та спеціальними паспортами; 2010 р. – зустріч Міністра закордонних справ України з Прем'єр-міністром Марокко у рамках 13-го саміту Міжна-

родної організації франкофонії (м. Монтре, Швейцарія); 2014 р. (30 листопада) – бесіда Міністра закордонних справ України П.А.Клімкіна з Міністром закордонних справ і співробітництва Марокко С.Мезуаром під час 15-го саміту Міжнародної організації франкофонії (Дакар, Сенегал);

- Телефонні переговори (2020 р. (14 вересня) – телефонна розмова Міністра закордонних справ України Д.І.Кулеби та Міністра закордонних справ, африканського співробітництва та у справах закордонних марокканців Королівства Марокко Н. Буріти).

Міжпарламентське співробітництво представлене: 2009 р.

- візит до Марокко делегації Верховної Ради України; 2009 р.
- 1-е засідання Міжурядової комісії з питань торговельно-економічного, науково-технічного та культурного співробітництва (Рабат); 2017 р. (19 травня, Київ) – зустріч першого заступника Голови Верховної Ради І. Геращенко з заступником Голови Палацу представників Марокко Х. Буффаррапен.

Політичні контакти нижчого рівня були представлені (а) Візитами Міністрів профільних міністерств (2013 р. – візит Міністра освіти і науки України), (б) Візитами рівня МЗС (2011 р. – візит до Києва Державного секретаря при Міністрі закордонних справ та співробітництва Марокко, зустріч з Міністром закордонних справ України та 8-й раунд політичних консультацій зі Спеціальним представником України з питань Близького Сходу та Африки; 2013 р. (20 лютого, Рабат) – 9-й раунд політичних консультацій на рівні Заступника Міністра закордонних справ України та Міністра-делегата МЗС Марокко; 2015 р. (26 листопада, Київ) – 10-й раунд політичних консультацій між МЗС України і Марокко (на рівні директорів департаментів МЗС); (в) Візитами урядового рівня (2012 р. – візит до Марокко голови Державного агентства рибного господарства України, підписання міжурядової угоди про співробітництво з метою розвитку партнерства в галузі рибальства).

У грудні 2009 року у Рабаті відбулося 1-е засідання Міжурядової українсько-марокканської комісії з питань торговельно-економічного, науково-технічного та культурного співробітництва.

Відбувається співробітництво на рівні місцевих органів влади. Зокрема укладено Угоди про співробітництво між Запорізькою областю та регіоном Орієнтал (2017 р.), а також між містами Одеса і Марракеш (2019 р.).

Торговельно-економічне співробітництво. У 2020 р. обсяг торгівлі товарами між Марокко та Україною сягнув 464,909 млн. дол. Український експорт до Марокко складає 372,969 млн. дол., імпорт марокканських товарів – 91,940 млн. дол. Позитивне сальдо – 281,057 млн. дол.

Таблиця 9.11

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Марокко (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	212,502	247,324	221,306	363,208	294,070	372,969
Імпорт	28,481	33,437	39,083	42,823	100,550	91,940

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Упродовж 2020 р. лідируючи позиції у структурі українського експорту до Марокко зайнняли такі товарні групи: зернові, феросплави і прокат, макуха й жом, рослинна олія, вершкове масло. Головними статтями імпорту з Марокко є добрива, одяг і текстиль, риба та морепродукти.

Четверта рейтингова позиція у Алжирської Народної Демократичної Республіки. Зона відповідальності українського Посольства АНДР включає також Ісламську Республіку Мавританії (14 місце у рейтингу) та Республіку Малі. У складі посольства 5 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол України в Алжирській Народній Демократичній Республіці; Перший секретар з консульських питань, консул; Перший секретар; Атапе з питань оборони, військовий, військово-повітряний,

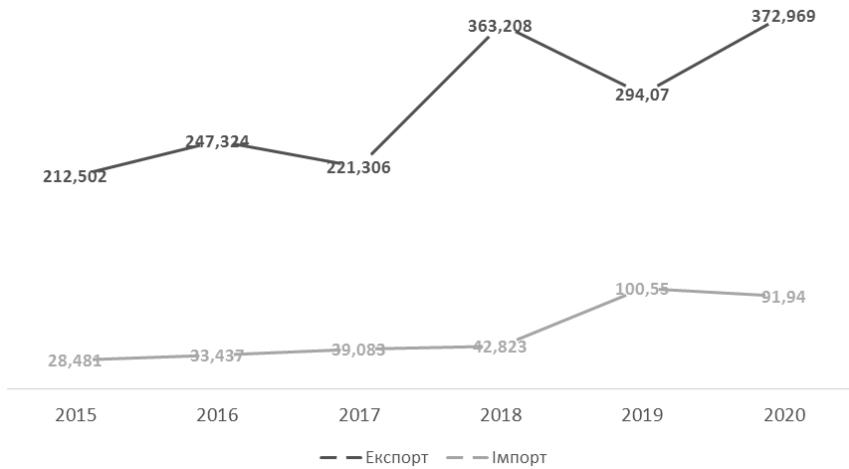


Рис. 9.9. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Марокко (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.12

Товарна структура українського експорту до Марокко (2020 р.)

Товари	100%
Зернові культури	68,8
Жири та олії тваринного або рослинного походження	2,5
Залишки і відходи харчової промисловості	16,5
Тютюн і промислові замінники тютюну	1,8
Добрива	0,9
Чорні метали	2,2
Реактори ядерні, котли, машини	1,7
Різне	9,9

Джерело: складено автором за даними ДССУ

військово-морський аташе при Посольстві України в АНДРП та Республіці Малі (за сумісництвом); Третій секретар. Відділ з економічних питань у посольстві відсутній.

Таблиця 9.13

Товарна структура українського імпорту з Марокко (2020 р.)

Товари	100%
Риба і ракоподібні	5,5
Овочі	1,2
Істівні плоди та горіхи	1,1
Кава, чай	0,6
Добрива	44,9
Пластмаси, полімерні матеріали	1,4
Каучук, гума	1,2
Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	4,6
Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	7,4
Взуття	2,1
Реактори ядерні, котли, машини	1,1
Електричні машини	5,5
Засоби наземного транспорту крім залізничного	16,8
Різне	6,6

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Алжир визнав незалежність України 27.12.1991р. Дипломатичні відносини встановлено 20.08.1992 р. Посольство АНДР в Україні відкрито 1993 року. Посольство України в АНДР відкрито у 1999 р. В ООН делегація Алжиру утримується під час голосування резолюцій ГА ООН щодо підтримки територіальної цілісності України.

Щодо Візитів рівня МЗС, то їх було лише два: у липні 1999 року Міністр закордонних справ України Б.І. Тарасюк взяв участь у роботі 35-го саміту ОАЄ, а 13–15.12.2002 р. відбувся перший офіційний візит до Алжиру Міністра закордонних справ України А.М. Зленка. Продовжуються зустрічі на міжнародних майданчиках (остання сталася 29.09.2015 р., коли Міністр

закордонних справ України П.А. Клімкін у рамках візиту до Нью-Йорку для участі у 70-й сесії ГА ООН зустрівся з Державним міністром, Міністром закордонних справ та міжнародного співробітництва АНДР Р. Лямамрою) та телефонні перемовини (наприклад, 03.10.2020 р. за ініціативи української сторони відбулась телефонна розмова Міністра закордонних справ України Д. Кулеби з його алжирським колегою С. Букадумом).

У рамках Міжпарламентських контактів у травні 2010 р. Алжир відвідала змішана парламентсько-бізнесова делегація з України на чолі з Першим заступником Глави комітету Верховної Ради України з міжнародних зв'язків Т. Чорноволом.

На відміну від інших розглянутих африканських країн, для України та Алжиру стають важливими Контакти на рівні про-відніх державних підприємств. Вперше у січні 2012 р. відбувся візит до Алжиру делегації Державного космічного агентства України, у рамках якого проведено засідання Спільного комітету з координації виконання двосторонньої міжурядової Угоди про співробітництво у сфері дослідження та використання космічного простору та мали місце переговори представників підприємств космічної галузі (КБ «Південне», ДП «Арсенал», ВАТ «АТ НДІ радіотехнічних вимірювань») з керівництвом Космічного агентства Алжиру.

Мають місце також контакти на громадському рівні. У квітні 2005 року Алжир відвідала делегація Українського союзу промисловців та підприємців (УСПП).

Країни досить активні у військовій сфері: 4–6.04.2008 р. відбувся офіційний візит до Алжиру Міністра оборони України Ю.І. Єханурова; 4–5.11.2008 р. офіційний візит до АНДР Начальника Генштабу – Головнокомандувача ЗСУ, Кириченка С.О., який здійснювався у відповідь на візит Начальника Штабу Національної Народної Армії Алжиру до України (у грудні 2007 р.); березень 2012 р. візит Першого заступника Міністра оборони України О.М. Олійника. Дипломатичне військо-технічне спів-

робітництво двох країн включає в себе і засідання спільних міжурядових комісій. У березні 2012 р. відбулося Перше засідання Міжурядової змішаної українсько-алжирської комісії з питань військово-технічного співробітництва (ВТС) за участі Первого заступника Міністра оборони України О.М. Олійника, під час якого було підписано «Положення про Міжурядову українсько-алжирську комісію з питань військово-технічного співробітництва». У вересні 2017 р. в Алжирі відбулося п'яте засідання Міжурядової українсько-алжирської комісії з питань ВТС; останнє засідання цієї комісії сталося у 2021 р. у Києві.

Торговельно-економічне співробітництво між країнами регулюється Угодою про торговельне співробітництво (01.07.1993р.) та Конвенцією між Урядом України та Урядом АНДР про уникнення подвійного оподаткування доходів і майна та попередження податкових ухилень (14.12.2002р.).

За даними ДССУ, товарообіг між країнами в 2020 році склав 364,467 млн. дол. США зі значним позитивним сальдо для України: +350,097 млн. дол США (табл. 9.14)

Таблиця 9.14
Динаміка торгівлі товарами між Україною і Алжиром

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	205,636	236,799	535,426	390,648	584,264	357,282
Імпорт	17,085	6,811	5,573	20,394	13,426	7,185

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Падіння українського експорту впродовж 2020 р. спричинене негативним впливом пандемії COVID-19 та закриттям алжирських кордонів для імпортних товарів, які могли б скласти конкуренцію місцевим виробникам (рис. 9.10).

Товарна структура експорту та імпорту єсталою заувесь за значений період і характерною для торгівлі України з країнами Північної Африки (табл. 9.15, 9.16).

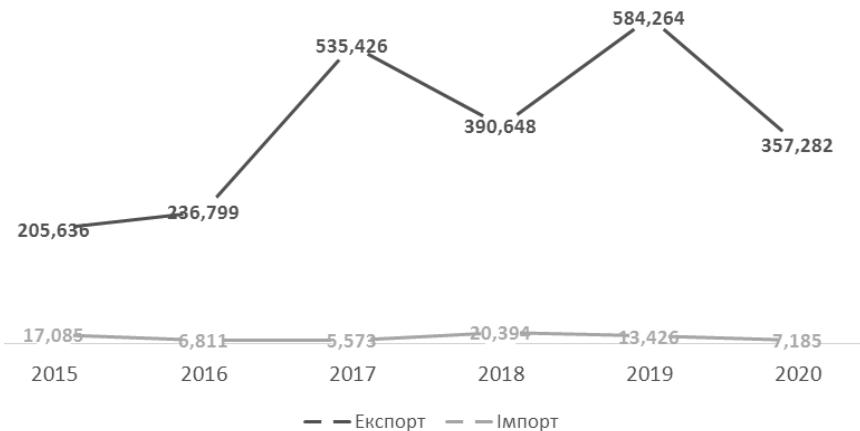


Рис. 9.10. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Алжиром за період 2015–2020 рр. (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.15

Товарна структура українського експорту до Алжиру (2020 р.)

Товари	100%
зернові культури	42,9
жири та олії тваринного або рослинного походження	2,6
руди, шлаки і зола	21,5
чорні метали	26,0
реактори ядерні, котли, машини	1,4
Різне	5,6

Джерело: складено автором за даними ДССУ

П'ята позиція рейтингу – Держава Лівія. Наразі у Посольстві працює 1 співробітник – Тимчасовий повірений у справах України в Державі Лівія.

У зв'язку зі складною безпековою ситуацією в Лівії Посольство України у цій країні було евакуйовано до Тунісу. За консульський напрямок українсько-лівійських відносин відповідає третій секретар Посольства України в Тунісі.

Таблиця 9.16

Товарна структура українського імпорту з Алжиру (2020 р.)

Товари	100%
їстівні плоди та горіхи	6,4
сіль; сірка; землі та каміння	73,3
палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	15,2
продукти неорганічної хімії	5,0

Джерело: складено автором за даними ДССУ

24 грудня 1991 року Лівія визнала незалежність України. Дипломатичні відносини між двома країнами встановлено 17 березня 1992 року. Посольство Лівії в Україні відкрито 1993 р., Посольство України в Лівії – 1999 р. Створено двосторонній орган високого рівня – Українсько-лівійську двосторонню міжурядову Комісію зі співробітництва. Відбулося п'ять засідань Комісії (у 1995, 2001, 2003, 2009 і 2010 рр.). Делегація Лівії проголосувала за резолюцію ГА ООН «Територіальна цілісність України» 27 березня 2014 р.

Дипломатичні відносини між країнами функціонують у формі:

- Візити рівня глав держав (2003 р. – державний візит до Лівії Президента України Л. Кучми; 2008 р. – офіційний візит до Лівії Президента України В. Ющенка; 2008 р. – державний візит в Україну Лідера лівійської революції М. Каддафі);

- Зустрічі глав держав на міжнародних майданчиках (2011 р. – зустріч Президента України з Головою Національної перехідної ради Лівії у рамках Зустрічі високого рівня щодо Лівії у ході 66-ї сесії ГА ООН у Нью-Йорку);

- Візити рівня Прем'єр-міністрів (2004 р. – візит в Україну Секретаря Вищого народного комітету (Прем'єр-міністра) Лівії; 2009 р. – два офіційні візити до Лівії Прем'єр-міністра України; 2010 р. – офіційний візит Прем'єр-міністра України до

Лівії з нагоди проведення 5-го спільногого засідання Міжурядової українсько-лівійської двосторонньої комісії з питань співробітництва; 2005 р. – візит в Україну заступника Секретаря Вищого народного комітету (віце-прем'єр-міністра) Лівії);

- Зустрічі голів МЗС на міжнародних майданчиках (2010 р. – зустріч Міністра закордонних справ України з Секретарем Головного народного комітету (міністром) зовнішніх зв’язків та міжнародного співробітництва Лівії в рамках загальнополітичних дебатів 65-ї сесії ГА ООН у Нью-Йорку; 2012 р. – зустріч Міністрів закордонних справ у рамках сесії ГА ООН у Нью-Йорку; 2013 р. – зустріч Міністрів закордонних справ у рамках сесії ГА ООН у Нью-Йорку);

- Телефонні переговори (11 жовтня 2015 р. – телефонна розмова Міністра закордонних справ України з Міністром закордонних справ Держави Лівія; 21 квітня 2020 р. – телефонна розмова Міністра закордонних справ України з в. о. Міністра закордонних справ Держави Лівія; 29 липня 2021 р. – телефонна розмова Міністра закордонних справ України з Прем'єр-міністром Уряду національної єдності Держави Лівія).

Політичні контакти нижчого рівня охоплюють два рівні:

- Урядовий (2013 р. – робочий візит до Лівії Віце-прем'єр-міністра України);

- рівень МЗС (28 грудня 2020 р. – зустріч Директора Департаменту консульської служби МЗС України з Директором консульського департаменту МЗС Лівії; 28 грудня 2020 р. – зустріч ректора Дипломатичної академії ім. Г. Удовенка із заступником Директора Дипломатичного інституту Лівії; 10 грудня 2018 р. – консульські консультації (м. Київ).

Україна послідовно виступає за збереження територіальної цілісності та суверенітету Лівії, за дотримання міжнародного ембарго на постачання зброї до Лівії, за негайне виведення незаконних збройних формувань, військової техніки, бойовиків та найманців з території Лівії.

Торговельно-економічне співробітництво. Попри складну політико-безпекову ситуацію, Лівія залишається важливим ринком збуту української продукції на Африканському континенті. У 2020 році Україна експортувала до Лівії товарів на 327,8 млн. дол., імпортувала на 41,9 млн. дол. Товарообіг за результатами перших чотирьох місяців 2021 р. майже повністю склався з українського експорту і становив 103,470 млн. дол. США (зростання на 3,4 % у порівнянні з тим самим періодом попереднього року).

Таблиця 9.17

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Лівією (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	182,660	247,838	207,050	325,667	316,891	327,835
Імпорт	0,013	–	0,146	0,106	3,116	41,973

Джерело: складено автором за даними ДССУ

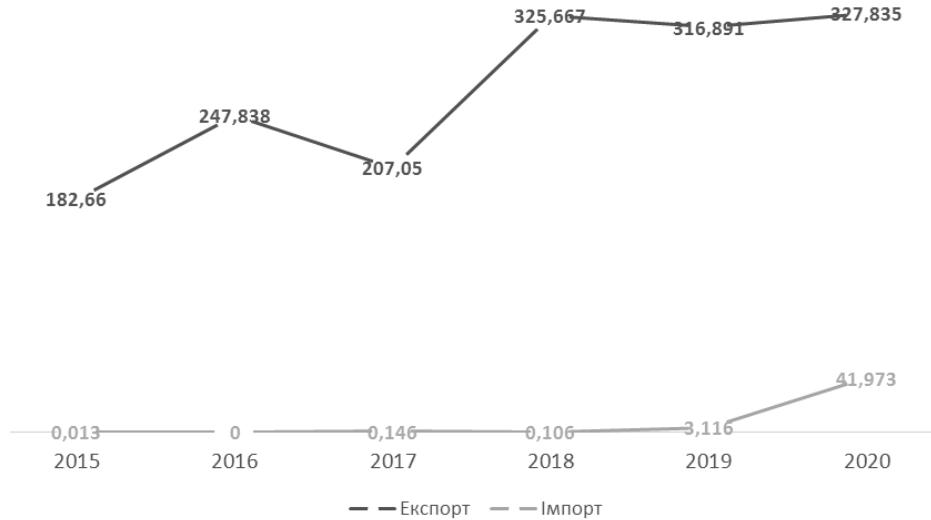


Рис. 9.11. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Лівією (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Товарна структура українського експорту до Лівії у 2020 р.: зернові культури (80,7% усього експорту), чорні метали, жири та олії тваринного або рослинного походження, готові продукти із зерна, цукор і кондитерські вироби з цукру. Товарна структура імпорту на 100% складається з палив мінеральних, нафти і продуктів її перегонки.

Таблиця 9.18

Товарна структура українського експорту до Лівії (2020 р.)

Товари	100%
Молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	0,5
Зернові культури	80,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	6,0
Цукор і кондитерські вироби з цукру	1,1
Готові продукти із зерна	1,5
Чорні метали	7,7
Різне	2,5

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Федеративна Демократична Республіка Ефіопія займає 6 місце в африканському експортному рейтингу України. В зону відповідальності Посольства України у ФДРЕ входять Джубуті, Сейшельські острови та Південний Судан. У складі посольства три співробітники: Тимчасовий Повірений у справах України в Федеративній Демократичній Республіці Ефіопія; Третій секретар з консульських питань; Аташе з питань оборони, військовий, військово-повітряний, військово-морський аташе при Посольстві України в Федеративній Демократичній Республіці Ефіопія з резиденцією у м. Алжир (АНДР). Відділ з економічних питань відсутній.

Ефіопія визнала незалежність України 2 січня 1992 року. Дипломатичні відносини між Україною та Ефіопією встановлено 1 квітня 1993 року. Посольство України в Ефіопії відкрито 2005

року. Дипломатичних і консульських представництв Ефіопії в Україні не створено. Найближче посольство Ефіопії, що відає справами України, знаходиться в Москві. 22 червня 2016 року Україна отримала статус спостерігача при Африканському Союзі.

Серед форм дипломатичних відносин Міжпарламентські контакти, контакти на рівні МЗС та контакти на рівні Кабінету Міністрів. За всі роки української незалежності як до Ефіопії, так і до України не здійснено жодного візиту високого рівня. Міжпарламентські контакти мали місце тричі: 7–11.07.2001р. відбувся візит в Україну відомого в Ефіопії політичного діяча та бізнесмена, незалежного члена Парламенту Гірми Вольдегіоргіса (який пізніше був обраний Президентом Ефіопії); 5–10.04.2009р. відбувся візит парламентської делегації України на чолі з заступником завідувача відділу Управління забезпечення міжпарламентських зв'язків В. Гамяніним; 16–20.01.2012р. до Ефіопії здійснювався візит делегації, до складу якої входила член Верховної Ради України Катерина Самойлик. На рівні Кабінету Міністрів лише один раз (25–28.02.2004 р.) відбувся візит до Ефіопії української делегації на чолі з Першим заступником Міністра Кабінету Міністрів України О.С. Шнипком. На рівні МЗС: 02.03.2001 р. відбулася зустріч Першого заступника міністра закордонних справ України Ю.А. Сергеєва з Заступником міністра закордонних справ Ефіопії Текедою Елему; 21–23.01.2002 р. відбувся візит до Ефіопії української делегації на чолі з Державним секретарем МЗС України Ю.А. Сергеєвим; 26.12.2016 р. в м. Аддис-Абеба відбувся перший раунд політичних консультацій між міністерствами закордонних справ України та Ефіопії. Українську делегацію на переговорах очолив керівник робочої групи Ради Безпеки ООН Олег Герасименко, ефіопську – Генеральний директор Департаменту країн Європи МЗС Ефіопії Касса Геберейоханнес; 5.09.2019 р. в Аддис-Абебі відбувся другий раунд українсько-ефіопських консультацій на рівні директорів територіальних департаментів МЗС обох держав.

Країни мають дипломатичні відносини у військовій сфері. 15.06.2003 р. відбувся візит до України Міністра оборони Ефіопії А. Гемеда, під час якого було обговорено стан та перспективи військово-технічного співробітництва, а 26.02-02.03.2006 р. стався візит до Ефіопії заступника Міністра оборони України М.І. Нещадима, підписано Протокол про взаєморозуміння між міністерствами оборони України та Ефіопії.

Торговельно-економічне співробітництво. За даними Державної служби статистики, у 2020 році товарообіг з Ефіопією склав 145 млн. дол. США з позитивним для України сальдо – 136 млн. Експорт послуг – 3,8 млн. дол. США. Відтак, Ефіопія зберігає за собою лідерство в експорті української продукції серед країн Підсахарської Африки та є найбільшим торгівельним партнером України у Східній Африці.

*Таблиця 9.19
Динаміка торгівлі товарами між Україною та Ефіопією (млн. \$)*

країни	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	138,049	124,399	109,784	93,420	170,326	140,068
Імпорт	1,386	3,125	2,873	3,309	4,235	4,434

Джерело: складено автором за даними ДССУ

*Таблиця 9.20
Товарна структура українського експорту до Ефіопії (2020 р.)*

Товари	100%
10 зернові культури	27,8
11 продукція борошномельно-круп'яної промисловості	1,7
15 жири та олії тваринного або рослинного походження	1,2
72 чорні метали	60,7
84 реактори ядерні, котли, машини	4,4
88 літальні апарати	0,5
90 прилади та апарати оптичні, фотографічні	0,6
Різне	3,1

Джерело: складено автором за даними ДССУ

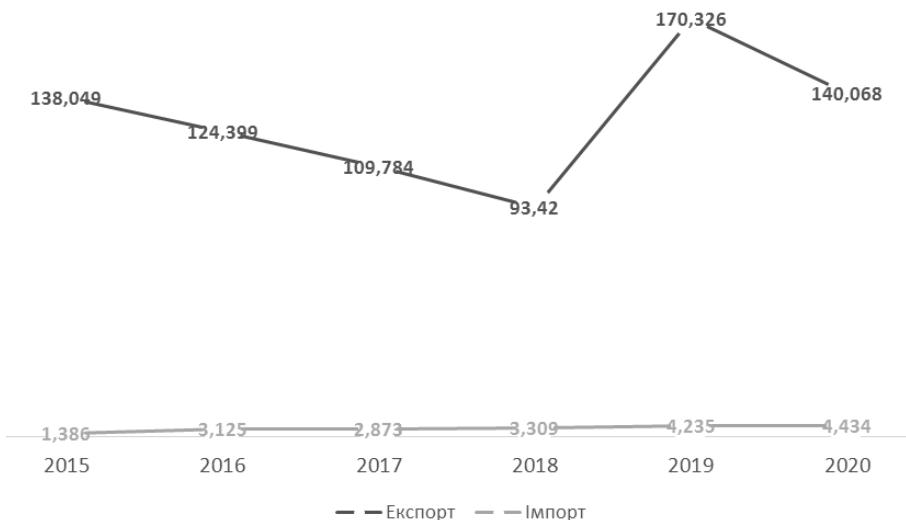


Рис. 9.12. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Ефіопією (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.21
Товарна структура українського імпорту з Ефіопії (2020 р.)

Товари	100%
06 живі дерева та інші рослини	1,1
09 кава, чай	93,5
20 продукти переробки овочів	0,5
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	3,2
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	0,8
Різне	0,9

Джерело: складено автором за даними ДССУ

На сьомий рейтинговій позиції Республіка Сенегал, в зоні відповідальності українського Посольства в якій також Конго, Гамбія, Гвінея, Кот-д'Івуар, Гвінея-Бісая, Ліберія та Сьєрра-Леоне. У Посольстві працює 3 співробітники: Тимчасовий повірений у справах України в Республіці Сенегал; Третій секретар

з консульських та адміністративних питань та Спеціаліст (фінансові питання та діловодство). Відділ з економічних питань відсутній.

Визнання Республікою Сенегал незалежності України відбулося 2 червня 1992 року. Дипломатичні відносини встановлено 25 листопада 1992 року. Сенегал не входив до сфери впливу колишнього СРСР, тому в перші роки Незалежності співробітництво розвивалося повільно. Посольство України в Республіці Сенегал є регіональним дипломатичним представництвом, його робота була започаткована 1 червня 2012 року. Делегація Сенегалу утрималась під час голосування резолюції «Територіальна цілісність України» у березні 2014 р. на ГА ООН, не зважаючи на обіцянку підтримки. Посол Сенегалу в Україні (з резиденцією у Варшаві) вручив Вірчі Грамоти Президенту України 6 червня 2017 р. У 2017 р. Сенегал офіційно підтримав заявку України на набуття статусу спостерігача в Організації ісламського співробітництва. Дипломатичні стосунки між країнами формуються на основі:

- Візитів рівня голів МЗС (у червні 2011 року відбувся перший офіційний візит до України Міністра закордонних справ Мадіке Ніянга, якого супроводжувала делегація представників міністерств економічного блоку, сенегальська делегація провела переговори в ТПП і УСПП, Мінагрополітики, Мінеконприроди, відвідала київські підприємства «Квазар», «Укргідроенерго»; 29-30 листопада 2014 р. Міністр закордонних справ України П.А. Клімкін перебував в Дакарі з метою участі у роботі XV-го саміту Міжнародної організації франкофонії, в рамках заходу проповідів низку двосторонніх зустрічей зі своїми колегами з країн-членів МОФ: Габону, Гвінеї, Гвінеї-Бісау, Кот-д'Івуару та Сенегалу);

- Зустрічей голів МЗС на міжнародних майданчиках (7 вересня 2010 року у Нью-Йорку відбулась перша зустріч керівників зовнішньополітичних відомств – Міністра К.І. Грищенка та Міністра Мадіке Ніянга; 7 листопада 2016 р. у рамках роботи

71-ї сесії ГА ООН відбулася зустріч Міністра закордонних справ України Павла Клімкіна та Міністра закордонних справ і закордонних сенегальців Манкера Ндіайя);

- Політичні контакти нижчого рівня (Візити рівня МЗС: вересні 2008 року в Дакарі відбулись перші українсько-сенегальські політичні консультації за участю Першого заступника Міністра закордонних справ України Юрія Костенка і Державного міністра закордонних справ Сенегалу Шейха Тідіан Гадіо; у грудні 2009 року проведено бесіди Посла України з Президентом і Міністром закордонних справ Сенегалу; 22-23 лютого 2013 р. Дакар з робочим візитом відвідав Заступник Міністра закордонних справ України Віктор Майко, який був прийнятий Прем'єр-міністром Сенегалу Абдулом Мбаєм та провів зустрічі з представниками ділових кіл; 30 жовтня 2019 р. у рамках 36-ї Міністерської конференції Франкофонії (Монако) відбулася зустріч Державного секретаря МЗС України Андрія Заяця з міністром закордонних справ Сенегалу Амаду Ба; 26 листопада 2020 р. – другий раунд політичних консультацій між МЗС України та Сенегалу на рівні директорів територіальних департаментів та Візитів Міністрів профільних міністерств: 16-17 червня 2013 р. Сенегал відвідав Міністр юстиції України Олександр Лавринович. Під час візиту було укладено 3 міжнародні договори у сфері правової допомоги.

Між країнами розвивається також співробітництво на громадському рівні: 3 березня 2021 р. у форматі відеоконференції відбулася зустріч керівників Торгово-промислової палати України Генадія Чіжикова та Торгово-промислової палати м. Дакар Абдулає Соу; 30 квітня 2021 р. у форматі відеоконференції відбувся бізнес-форум «Україна-Сенегал: можливості двосторонньої співпраці», під час якого було підписано Меморандум про співробітництво між двома ТПП.

Торговельно-економічне співробітництво. У 2020 р. двосторонній товарообіг склав 85,65 млн. дол. США. Експорт становив

82,53 млн. дол., що на 29,5% менше, ніж у 2019 р., імпорт – 3,12 млн. дол., що на 76% більше, ніж у 2019 р. Позитивне сальдо – 79,41 млн. дол.

Таблиця 9.22
Динаміка торгівлі товарами між Україною і Сенегалом (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	53,190	64,519	93,801	169,040	117,121	82,533
Імпорт	0,160	0,656	1,230	4,734	1,772	3,119

Джерело: складено автором за даними ДССУ

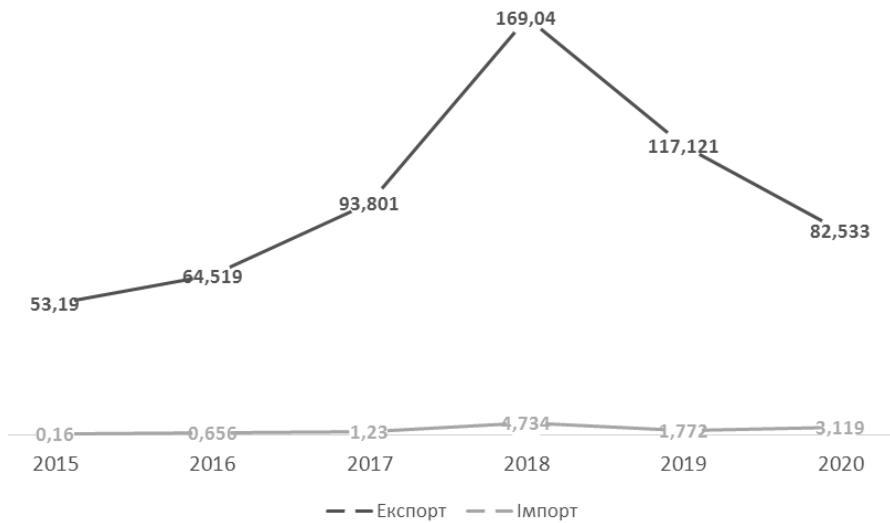


Рис. 9.13. Динаміка експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Сенегалом (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Основні статті експорту: чорні метали (73,8%), жири та олії тваринного або рослинного походження (13,7%), добрива (10,1%). Основні статті імпорту: риба і ракоподібні (54,1%), руди, плаки і зола (26,5%), овочі (8,0%), пластмаси, полімерні матеріали (5,5%), залишки і відходи харчової промисловості (4,5%).

Таблиця 9.23

Товарна структура українського експорту до Сенегалу (2020 р.)

Товари	100%
Насіння і плоди олійних рослин	0,5
Жири та олії тваринного або рослинного походження	13,7
Добрива	10,1
Чорні метали	73,8
Вироби з чорних металів	0,4
Різне	1,5

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.24

Товарна структура українського імпорту із Сенегалу (2020 р.)

Товари	100%
Риба і ракоподібні	54,1
Овочі	8,0
Їстівні плоди та горіхи	0,9
Залишки і відходи харчової промисловості	4,5
Руди, пластики і зола	26,5
Пластмаси, полімерні матеріали	5,5
Різне	0,5

Джерело: складено автором за даними ДССУ

На восьмій позиції Республіка Гана, але ми не розглядаємо її в цьому аналізі, оскільки Посольства України в цій республіці немає, країна входить до зони консульської відповідальності України в Нігерії.

Далі – Республіка Кенія та Федеративна Республіка Нігерія.

Посольство України в Республіці Кенія має також зони відповідальності. Вони включають: Бурунді, Малаві, Руанду, Союз Коморських островів, Танзанію та Уганду. У складі посольства 7 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол Української Незалежності в Республіці Кенія та 6 адміністративно-технічних співробітників.

ни у Кенії; Перший секретар; три Третіх секретарі; Спеціаліст з фінансових питань та діловодства; Завідуючий господарством з виконанням обов'язків водія. Відділ з економічних питань у Посольстві відсутній.

Республіка Кенія визнала Україну як незалежну державу 05.05.1993 р. Протокол про встановлення дипломатичних відносин було підписано того ж дня. Посольство України в Республіці Кенія відкрито у м. Найробі у січні 2004 року. Посольство Кенії в Україні за сумісництвом розташоване в Москві. МЗС Кенії позитивно розглянуло прохання України з перенесення виконання функцій Посольства Кенії за сумісництвом в Україні з Москви до однієї з європейських держав (Австрія, Віден). У Києві діє Почесне консульство Республіки Кенія. У м. Момбаса діє Почесне консульство України. Останніми роками відбувався обмін вітальними листами з різних нагод на рівні президентів та міністрів закордонних справ обох держав. Керівництво Кенії, зокрема на високому і найвищому рівнях, неодноразово висловлювало підтримку суверенітету і територіальної цілісності України.

Політичні відносини України з Кенією мають висхідну динаміку. Так, 01.12.2016 р. відбулися перші в історії українсько-кенійських відносин двосторонні політичні консультації між заступником Міністра закордонних справ України С.О. Кислицею та Головним секретарем МЗС Кенії М. Джумою, а 21–23.05.2018 р. відбувся офіційний візит Міністра закордонних справ України П. Клімкіна до Кенії. Візит став першим в історії двосторонніх відносин візитом глави зовнішньополітичного відомства України до цієї країни. Під час візиту П. Клімкін провів переговори з головою МЗС Кенії М. Джумою, зустрічі зі Спікерами обох палат Парламенту й іншими високими посадовими особами. Візит став проривом у розвитку політичного діалогу, за клав основу для подальшого поглиблення взаємин у важливих сферах двосторонньої співпраці та на міжнародній арені. Також

П. Клімкін провів прийом у Найробі з нагоди відзначення 25-ї річниці встановлення дипломатичних відносин між Україною та Кенією.

Голови МЗС зустрічаються і на міжнародних майданчиках:

- 14.09.2017 р. у рамках Афінського демократичного форуму МЗС України П. Клімкін провів робочу зустріч з головою МЗС Кенії А. Мохамедом;

- 25.09.2019 р. під час 74-ї сесії ГА ООН відбулася зустріч МЗС України В. Пристайка з МЗС Кенії М. Джумою. Позитивний розвиток українсько-кенійської взаємодії спостерігається й у рамках міжнародних організацій. Зокрема, це виявляється у взаємній підтримці кандидатур до складу органів системи ООН.

На рівні візитів МЗС 27-28.11.2017 р. відбулася поїздка Державного секретаря МЗС України А.Заяця до Кенії з метою участі в офіційній церемонії складання присяги переобраним Президентом Кенії У. Кеніяттою.

Міжпарламентське співробітництво також має місце. 20–24.03.2017 р. в Україні з офіційним візитом перебувала делегація Комітету з питань бюджету та асигнувань Національної Асамблеї Кенії; 18.05.2017 р. відбулася зустріч Голови Верховної Ради України А.Парубія зі Спікером Сенату Кенії Е. Етуро у ході його робочого візиту до Києва; 13–15.05.2019 р. відбувся офіційний візит Спікера Національної Асамблеї Республіки Кенія Джастіна Мутурі до України, який став першим в історії двосторонніх відносин офіційним візитом голови Парламенту Кенії до нашої держави. Під час візиту відбулися його зустрічі зі Спікером Верховної Ради України А. Парубієм, Прем'єр-міністром України В. Гройсманом та МЗС України П. Клімкіним.

На сьогоднішній день між Україною та Кенією підписано 3 двосторонні угоди. На розгляді сторін знаходяться інші 12 двосторонніх документів, 5 з яких мають економічне спрямування, 3 – у правовій сфері та 4 угоди вузькогалузевого спрямування.

Торговельно-економічне співробітництво. У 2020 р. товарообіг між країнами склав 90,895 млн. дол. США (експорт – 77,953 млн. дол., імпорт – 12,942 млн. дол., сальдо – 65,011 млн. дол.).

Таблиця 9.24

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Кенією (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	49,903	31,958	79,495	59,856	69,252	77,953
Імпорт	5,969	6,463	7,954	8,572	9,387	12,942

Джерело: складено автором за даними ДССУ

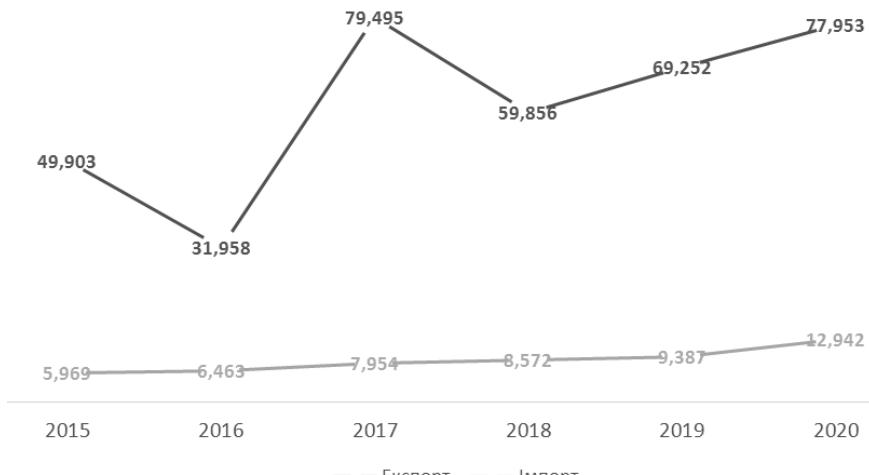


Рис. 9.14. Діаграма динаміки українського експорту та імпорту в торгівлі товарами з Кенією (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

У 2020 році основними статтями експорту товарів з України до Кенії були чорні метали (54,4% всього експорту) зернові культури, насіння і плоди олійних рослин, жири та олії тваринного або рослинного походження, та ін. (табл. 9.25). Основними статтями імпорту товарів з Кенії в Україну є: кава та чай, істівні плоди і горіхи, тютюн і промислові замінники тютюну, живі дерева та інші рослини і ін. (табл. 9.26).

Таблиця 9.25

Товарна структура українського експорту до Кенії (2020 р.)

Товари	100%
Овочі	2,7
Зернові культури	23,8
Насіння і плоди олійних рослин	10,9
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4,8
Чорні метали	54,4
Реактори ядерні, котли, машини	0,9
Різне	2,5

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.26

Товарна структура українського імпорту з Кенії (2020 р.)

Товари	100%
Живі дерева та інші рослини	8,9
Їстівні плоди та горіхи	29,6
Кава, чай	48,3
Насіння і плоди олійних рослин	3,9
Тютюн і промислові замінники тютюну	7,4
Різне	1,9

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Посольство України у Федеративній Республіці Нігерія як зони відповідальності має Республіку Бенін, Республіку Камерун, Тоголезьку Республіку, Габонську Республіку та Республіку Гана. В Посольстві працює 7 співробітників: Другий секретар; Третій секретар з консульських питань; Спеціаліст (консульські питання та діловодство); Спеціаліст (фінансові та консульські питання, два Чергових коменданти та Атапе з питань оборони, (військовий, військово-повітряний, військово-

морський атапе). Відділ з економічних питань у посольстві відсутній.

Федеративна Республіка Нігерія визнала Україну 11 березня 1992 р. Дипломатичні відносини було встановлено 10 грудня 1992 р. Цього ж дня відкрито Посольство України у Федеративній Республіці Нігерія, Посольство Нігерії в Україні відкрито в березні 2000 року.

Політичні відносини між країнами проявляються у:

- Зустрічах глав держав на міжнародних майданчиках (вересень 2000 р. – зустріч Президента України з Президентом Нігерії під час проведення Саміту Тисячоліття ООН у Нью-Йорку; вересень 2007 р. – зустріч Президента України з Президентом Нігерії в рамках 62-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН);

- Візитах рівня голів МЗС (23-26 травня 2006 р. візит до України нігерійської урядової делегації на чолі з Державним Міністром закордонних справ Нігерії);

- Зустрічах голів МЗС на міжнародних майданчиках (01 березня 2016 р. – зустріч Міністра закордонних справ України з Міністром закордонних справ Нігерії у рамках участі у Сегменті високого рівня 31-ї сесії Ради ООН з прав людини у м. Женева, Швейцарія);

- Телефонних перемовинах (16 липня 2021 р. відбулася телефонна розмова між Міністром закордонних справ України та Міністром закордонних справ Нігерії);

- Політичних контактах нижчого рівня ((а) візити рівня МЗС: 23-25 листопада 1997 р. – візит до Нігерії української урядової делегації на чолі з заступником Міністра закордонних справ України, проведення першого раунду політичних консультацій між зовнішньополітичними відомствами; 2-3 вересня 2008 р. – робочий візит в Нігерію першого заступника Міністра закордонних справ України; 27 вересня 2011 р. – другий раунд двосторонніх політичних консультацій між Міністерством закордонних справ України та Міністерством закордонних

справ Федеративної Республіки Нігерія на рівні заступників міністрів (м. Київ, Україна); 25 травня 2016 р. – черговий раунд двосторонніх політичних консультацій між Міністерством закордонних справ України та Міністерством закордонних справ Федеративної Республіки Нігерія на рівні заступників міністрів (м. Абуджа, Нігерія); 4 серпня 2021 р. – 4-тий раунд двосторонніх політичних консультацій між Міністерством закордонних справ України та Міністерством закордонних справ Федеративної Республіки Нігерія на рівні заступників міністрів у режимі відеоконференції та (б) візити урядового рівня: 5 квітня 2018 р. – зустріч Заступника Міністра економічного розвитку і торгівлі України – Торгового представника України з Віце-президентом Нігерії).

Торговельно-економічне співробітництво. У 2020 р. товарообіг між країнами склав 72,799 млн. дол. Обсяг українського експорту товарів до Нігерії – 69,317 млн. дол. США (на 56,8 % менше, ніж у 2019 р.), імпорт – 3,482 млн. дол. (на 14,5 % більше, ніж у 2019 р.). Позитивне для України сальдо: 65,835 млн. дол.

Таблиця 9.27

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Нігерією (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	120,877	104,222	94,709	105,220	160,443	69,317
Імпорт	2,280	0,729	0,931	1,231	3,041	3,482

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Основні статті українського експорту: чорні метали, вироби з чорних металів, цукор і кондитерські вироби з цукру, різні харчові продукти, алкогольні і безалкогольні напої та оцет. Основні статті імпорту із Нігерії: каучук, гума, насіння і плоди олійних рослин, пластмаси, полімерні матеріали, кава, чай, їстівні плоди та горіхи, електричні машини.

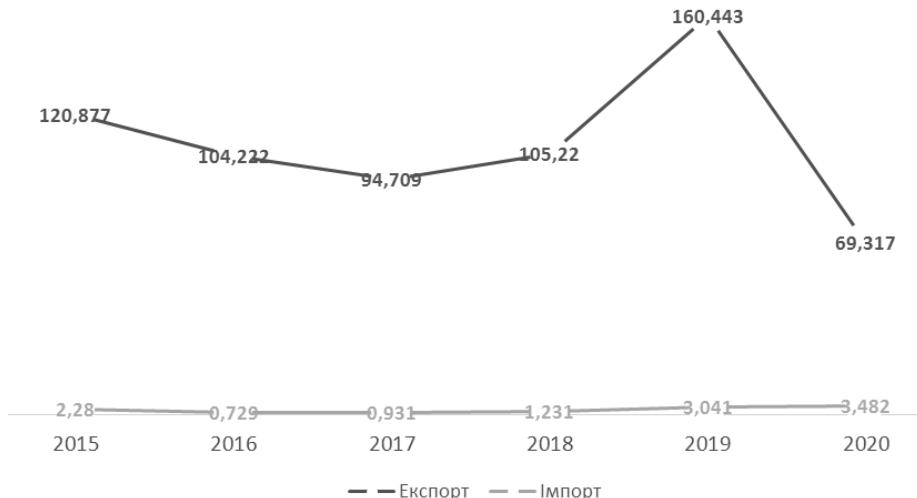


Рис. 9.15. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Нігерією (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.28

Товарна структура українського експорту до Нігерії (2020 р.)

Товари	100%
Молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	2,9
Продукти з м'яса, риби	0,7
Цукор і кондитерські вироби з цукру	4,4
Різні харчові продукти	3,1
Алкогольні і безалкогольні напої та оцет	2,0
Вата	0,7
Чорні метали	76,3
Вироби з чорних металів	7,1
Електричні машини	1,0
Різне	1,8

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.29

Товарна структура українського імпорту з Нігерії (2020 р.)

Товари	100%
Овочі	0,1
Їстівні плоди та горіхи	6,1
Кава, чай	4,1
Насіння і плоди олійних рослин	26,1
Готові продукти із зерна	0,6
Різні харчові продукти	0,6
Пластмаси, полімерні матеріали	24,0
Каучук, гума	34,5
Електричні машини	2,4
Різне	1,5

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Передостання з країн, що ми розглядаємо, це – Південно-Африканська Республіка (ПАР). Вона посідає 15 місце у африканському рейтингу реалізації експортного потенціалу України. Чотири країни, що займають рядки з 11 по 14, як і Гана, не мають українських Посольств. Отже, ПАР.

Посольство України в Південно-Африканській Республіці має також додаткові зони відповідальності: Намібія, Зімбабве, Замбія, Ботswana, Мозамбік, Мадагаскар, Есватіні (Свазіленд), Лесото, Маврикій. У Посольстві працює 10 співробітників: Надзвичайний і Повноважний Посол України в Південно-Африканській Республіці; Перший секретар (економічні питання); Перший секретар; Другий секретар (консульські питання); Третій секретар (культурні і гуманітарні питання); чотири Адміністративних співробітники та Військовий аташе.

Південно-Африканська Республіка визнала незалежність України 14 лютого 1992 року. Дипломатичні відносини між країнами було встановлено 16 березня 1992 року. Посольство ПАР

у Києві працює з жовтня 1992 року. 5 жовтня 1993 року відбулося підписання Протоколу про дружбу та співробітництво між Киевом та Преторією. Посольство України в ПАР відкрито у серпні 1994 р.

Динаміка політичного діалогу між Україною і ПАР наступна:

(а) Візити рівня глав держав (червень 2000 р. – візит Президента України до м. Кейптаун для участі у Саміті Землі),
(б) Візити високого рівня: (вересень 2000 р. – офіційний візит до України Заступника Президента ПАР), (в) Зустрічі на міжнародних майданчиках (вересень 2002 р. – зустріч Міністра закордонних справ України з Міністром закордонних справ ПАР у Нью-Йорку; квітень 2011 р. – зустріч Прем'єр-міністра України з Президентом ПАР в рамках Саміту БРИКС у КНР), (г) Співробітництво на рівні МЗС (проведено три раунди політичних консультацій між міністерствами закордонних справ України та ПАР. Останній раунд відбувся в Україні у травні 2017 року).

Торговельно-економічне співробітництво. За підсумками 2020 року товарообіг між країнами склав 116,3 млн. дол. США та зменшився у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року на 5,5%. При цьому експорт товарів з України до ПАР склав 30,109 млн. дол. (зменшення на 32,2%), а імпорт – 86,255 млн. дол. (збільшення на 9,6%). Негативне сальдо для України за цей період становило 56,1 млн. дол.

Таблиця 9.30

Динаміка торгівлі товарами між Україною і ПАР (млн.\$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	54,440	59,985	78,456	34,114	44,377	30,109
Імпорт	151,096	117,744	171,255	135,863	78,676	86,255

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Товарна структура українського експорту до ПАР упродовж 2020 року складала: зернові культури (44,0% всього експорту); чорні метали; жири та олії тваринного або рослинного похо-

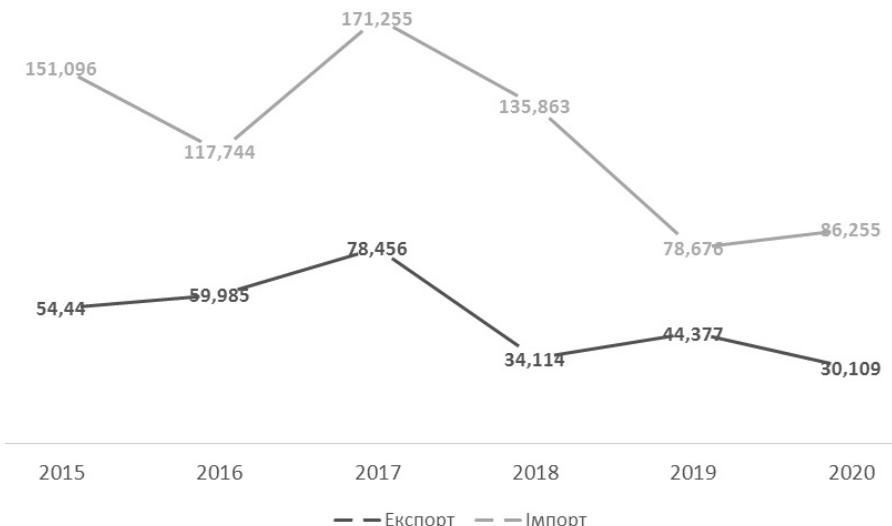


Рис. 9.16. Динаміка експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та ПАР (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

дження; овочі; продукція борошномельно-круп'яної промисловості та ін. Товарна структура українського імпорту: шкури (34% усього імпорту); їстівні плоди та горіхи; засоби наземного транспорту крім залізничного; руди, шлаки і зола; палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки.

Таблиця 9.31

Товарна структура українського експорту до ПАР (2020 р.)

Товари	100%
Молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	2,2
Овочі	6,9
Зернові культури	44,0
Продукція борошномельно-круп'яної промисловості	4,5
Насіння і плоди олійних рослин	0,7
Жири та олії тваринного або рослинного походження	9,1

Продовження табл. 9.31

Цукор і кондитерські вироби з цукру	0,9
Какао та продукти з нього	0,8
Готові продукти із зерна	2,6
Різні харчові продукти	0,6
Алкогольні і безалкогольні напої та оцет	0,5
Тютюн і промислові замінники тютюну	0,7
Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	0,9
Білкові речовини	0,5
Папір та картон	0,9
Чорні метали	13,2
Інші вироби з недорогоцінних металів	0,5
Реактори ядерні, котли, машини	3,8
Електричні машини	2,9
Засоби наземного транспорту крім залізничного	0,7
Різне	3,1

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.32

Товарна структура українського імпорту з ПАР (2020 р.)

Товари	100%
Їстівні плоди та горіхи	18,7
Насіння і плоди олійних рослин	0,5
Алкогольні і безалкогольні напої та оцет	2,8
Руди, шлаки і зола	8,0
Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	4,0
Фармацевтична продукція	1,8
Різноманітна хімічна продукція	0,8
Шкури	34,3
Чорні метали	2,5

Продовження табл. 9.32

Нікель і вироби з нього	3,7
Реактори ядерні, котли, машини	3,4
Засоби наземного транспорту крім залізничного	16,7
Різне	2,8-

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Остання з країн, на якій ми акцентуємо, це Республіка Ангола. Ця країна не потрапила до топ-15 рейтингу, але це країна, в якій діє українське Посольство. У складі посольства 3 співробітники: Перший секретар; Третій секретар з консульських питань; Спеціаліст з консульських питань і діловодства. Відділ з економічних питань у Посольстві відсутній.

Ангола визнала Україну 30.09.1993 р. Дипломатичні відносини встановлено з 30.09.1994 р. Посол Анголи в Україні представлений за сумісництвом. З 2004 по 2007 рр. Україна була представлена в Республіці Ангола на рівні посла, але в подальшому – на рівні тимчасових повірених. На сьогодні посла або тимчасово повіреного України в Анголі не призначено.

Політико-дипломатичні відносини між країнами здійснюються переважно шляхом візитів різного рівня: 24–25.06.1999 р. відбувся перший візит до Анголи офіційної делегації України на чолі з Заступником міністра закордонних справ України, який мав статус Спеціального посланника Президента України; 4–5.04.2001 р. – робочий візит в Україну заступника Міністра закордонних справ Анголи Ж. Шикоті; 1–10.03.2017 р. здійснено робочий візит в Анголу делегації ТПП України на чолі з Віцепрезидентом С.О. Свистілем у супроводі представників українського бізнесу; 11–13.05.2017 р. – візит до Анголи делегації Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів і захисту споживачів; 19–22.11.2017 р. – робочий візит до Республіки Ангола делегації Міністерства аграрної політики і продовольства України; 7–10.10.2008 р. – офіційний візит в

Україну військової делегації Збройних сил та Генштабу Анголи; 18–19.05.2013 р. – робочий візит в Україну державного Міністра, керівника військової канцелярії Президента Анголи, генерала Мануеля Елдера Війєра Діаш.

Торговельно-економічне співробітництво. У 2020 р. сталося суттєве зниження товарообігу між Україною та Анголою. Експорт українських товарів у 2020 р. становив 4.057 млн. дол. США, що склало лише 20.3% від 2019 р. (табл. 9.33, рис. 9.17).

Таблиця 9.33

Динаміка торгівлі товарами між Україною і Анголою (млн. \$)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт	5,856	15,429	29,889	23,954	20,013	4,057
Імпорт	0,050	0,299	0,072	0,020	0,251	0,035

Джерело: складено автором за даними ДССУ

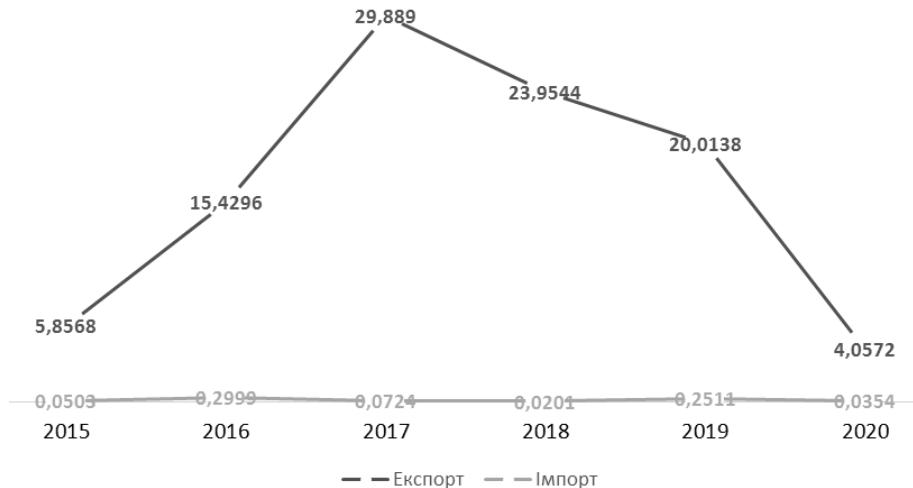


Рис. 9.17. Діаграма динаміки експорту та імпорту в торгівлі товарами між Україною та Анголою (млн. \$)

Джерело: складено автором за даними ДССУ

З Анголи у 2020 р. Україна імпортувала на суму 0,035 млн. дол. США, що становило 14,1% у порівнянні з 2019 р.

Товарна структура українського експорту та імпорту в торгівлі з Анголою в 2020 році мало чим відрізняється від попередніх років. В основному це експорт: м'ясо та істівні субпродукти, жири та олії тваринного або рослинного походження, реактори ядерні, котли, машини. Імпорт: реактори ядерні, котли, машини, засоби наземного транспорту, крім залізничного (табл. 9.34–9.35).

Таблиця 9.34
Товарна структура українського експорту до Анголи (2020 р.)

Товари	100%
м'ясо та істівні субпродукти	66,1
молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	1,8
продукція борошномельно-круп'яної промисловості	0,6
жири та олії тваринного або рослинного походження	10,6
готові продукти із зерна	0,5
різні харчові продукти	0,8
фармацевтична продукція	1,9
інші вироби з недорогоцінних металів	0,5
реактори ядерні, котли, машини	13,8
електричні машини	2,8
різні готові вироби	0,4
різне	0,2

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Таблиця 9.35
Товарна структура українського імпорту з Анголи (2020 р.)

Товари	100%
одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	0,5
одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	0,8

Продовження табл. 9.35

взуття	0,2
реактори ядерні, котли, машини	94,6
засоби наземного транспорту крім залізничного	3,9

Джерело: складено автором за даними ДССУ

Підводячи підсумок наведеним даним, можна констатувати, що:

По-перше, з одинадцяти африканських країн, в яких розміщено українські Посольства, десять країн серед топ-15 імпортерів з України (за даними 2020 р.). Лише Ангола, в якій від початку не було українського посла, а на цей час відсутній і тимчасово повірений, мала незначні обсяги українського експорту.

По-друге, чим інтенсивнішою була робота Посольства та активнішою зовнішньополітична діяльність українського керівництва, тим більші можливості мав український бізнес щодо реалізації свого експортного потенціалу в цих країнах.

Для емпіричної перевірки наведених тез було проведено статистичний аналіз економічної ефективності зовнішньополітичних дій держави та роботи українських посольств в приймаючих країнах Африки. Результати цього аналізу можуть бути корисними в процесі розробки нової, науково обґрунтованої стратегії української дипломатії і зовнішньоекономічної політики на африканському континенті. Обраний для дослідження період становить 2015–2020 рр.

Дані про експортно-імпортну діяльність України на африканському континенті взято на сайті Державної служби статистики України [5]. Фактичний матеріал про кількісний склад і роботу посольств, політико-економічні, громадські відносини України з країнами Африки, було взято на офіційному сайті МЗС України [4]. Потім цей матеріал було систематизовано у відповідності до поставленої наукової мети, що дозволило сформувати матрицю емпіричних даних для статистичного

аналізу впливу роботи посольств і зовнішньополітичної активності української влади на результативність показників зовнішньоторговельної діяльності держави: експорту та імпорту.

Стовпчики матриці «у» відображають показники українського експорту (у1) та імпорту (у2) у відносинах з 11 країнами Африки, де розташовано посольства України.

Стовпчики даних «х» мають наступні 15 значень:

Х1. Рейтинг роботи українських посольств щодо експорту в країну перебування (у % до 100% 11-ти посольств);

Х2. Кількісний склад Посольств;

Х3. Країни зони відповідальності (кількість);

Х4. Візити Президентів (кількість);

Х5. Візити високого рівня (кількість);

Х6. Візити і контакти на рівні МЗС (кількість);

Х7. Візити міністрів та заст. профільних міністерств (кількість);

Х8. Міжпарламентське співробітництво, візити парламентських груп (кількість);

Х9. Візити голів військових відомств (кількість);

Х10. Візити представників громадських організацій (кількість);

Х11. Зустрічі перших осіб держав на міжнародних майданчиках (кількість);

Х12. Телефонні перемовини найвищого і високого рівня (кількість);

Х13. Кількість засідань спільних міжурядових комісій (СМК);

Х14. Нормативно-правова база (кількість діючих угод);

Х15. Кількість африканських студентів, що навчаються в Україні (на 2020 р.)

Врешті матриця набула вигляду, необхідного для проведення статистичного аналізу методом лінійної кореляції (табл. 9.36). Кореляцію здійснено за допомогою програми Microsoft Excel.

Таблиця 9.36

Матриця політико-економічного співробітництва України з африканськими країнами, в яких розташовано українські посольства

№	Kpіhia	Eкспорт 2015-2020 pp. (Mln. \$)	Імпорт 2015-2020 pp. (Mln. \$)	Perцент погодини зосереджування експорту в Україні непевністю %	Кількість держав-партнерів	Критичні зони блікування/захисту	Бізнес риски міжнародного засобу засад.	Бізнес риски міжнародного засобу засад.	Бізнес риски міжнародного засобу засад.	Міжнародне співробітництво	Бізнес риски опр-ши	Загальні ризики міжнародного засобу	Телефонні неповідомлення	Головні ризики база (загальні)	Клієнтська ситуація в Україні			
1.	Алжир	2310,055	70,474	10,479	5	2	0	2	0	1	1	2	1	2	19	986		
2.	Ангола	99,198	0,943	0,449	3	0	1	0	0	1	0	2	1	0	0	12	171	
3.	Ефіопія	776,046	19,362	3,520	3	3	0	0	4	1	3	2	0	0	0	1	37	
4.	Спінег	11 606,37	472,207	52,650	11	1	2	6	3	6	1	0	0	2	1	7	31	3499
5.	Кенія	368,417	51,287	1,671	7	6	0	1	2	0	3	0	0	2	0	0	3	132
6.	Лівія	1607,941	45,354	7,294	1	0	3	4	3	0	0	0	0	4	3	5	35	742
7.	Марокко	1711,379	336,314	7,763	7	2	0	2	3	1	3	0	0	5	1	1	19	8233
8.	Нігерія	654,788	11,694	2,970	7	5	0	1	5	1	0	0	0	3	1	0	4	4379
9.	ПАР	301,481	740,889	1,367	10	9	1	1	3	0	0	0	0	2	0	0	5	44
10.	Сенегал	580,204	11,671	2,632	3	7	0	2	5	1	0	0	0	2	2	0	0	4
11.	Туніс	2028,309	90,559	9,201	5	2	1	0	5	0	0	0	0	3	0	3	24	846

Джерело: створено автором за результатами дослідження

Результати статистичного аналізу представлено на таблиці (табл. 9.37). Їх згруповано в три блоки: 1) коефіцієнти кореляції R; 2) значущість отриманих результатів за критерієм Стьюдента; 3) значущість t-відношення (показник імовірності та адекватності отриманих результатів).

Таблиця 9.37

Таблиця результатів кореляційного аналізу щодо впливу політико-дипломатичних факторів на результативність зовнішньої торгівлі України з країнами Африки

	1) Коефіцієнти кореляції R		2) Значущість за критерієм Стьюдента		3) Значущість t-відношення (імовірність з якою можна прийняти гіпотезу про наявність зв'язку)	
	y1	y2	t емп.			
y	1	1	y1	y2	y1	y2
x1	1	0,381546	704110,6	5,366037	1	0,999872
x2	0,523613	0,782078	7,98982	16,31469	0,999998	1
x3	-0,36819	0,333611	5,148203	4,600506	0,999813	0,999503
x4	0,437081	0,230867	6,317456	3,084606	0,999973	0,991299
x5	0,801943	0,324236	17,45105	4,45579	1	0,999352
x6	-0,00501	-0,00421	0,065182	0,054737	0,050979	0,04282
x7	0,929526	0,305679	32,76905	4,173593	1	0,998908
x8	0,010016	-0,02671	0,130213	0,347292	0,101609	0,26607
x9	-0,18492	-0,36422	2,44615	5,083994	0,970575	0,99979
x10	-0,20152	-0,35247	2,674685	4,896284	0,980907	0,999708
x11	0,058921	0,201633	0,767311	2,676189	0,543393	0,980961
x12	0,233974	-0,06713	3,128496	0,87465	0,992004	0,602364
x13	0,828803	0,212755	19,25585	2,830622	1	0,985826
x14	0,598138	0,125933	9,702845	1,650271	1	0,877173
x15	0,287641	0,232601	3,904341	3,109082	0,998189	0,9917

Джерело: створено автором за результатами дослідження

Отже, результат кореляційного аналізу повністю підтверджує гіпотезу про те, що навіть за відсутності енергійних політичних кроків вищого керівництва держави, визначальне місце у просуванні українського експорту на африканський континент займають посольства. Робота посольств (Х1) отримала найвищий з можливих показник коефіцієнта кореляції ($r=1$), а також найвищий показник адекватності отриманого результату ($t_{\text{емп.}}=704110,6$; $t_{\text{ст.}}=1$).

Теза Ендрю Роуза про те, що американські посольства є основними промоутерами експорту спровадилася і на українському рівні. За об'ємами і товарною структурою експортно-імпортні операції США і України в Африці неспівставні, але загальна тенденція очевидна. Високий коефіцієнт кореляції зафіксовано також у візитах міністрів профільних міністерств і їх заступників (Х7, $r = 0,9$), а також засідання спільних міжурядових комісій – СМК (Х13, $r = 0,8$).

Середнє значення коефіцієнта кореляції спостерігаємо в кількісному складі посольств (Х2, $r = 0,5$), у візитах президентів (Х4, $r = 0,4$) та у нормативно-правовій базі (Х14, $r = 0,5$).

Засновуючись на результатах статистичного аналізу можна зробити такі висновки:

По-перше, нарощування економічної присутності українського бізнесу на африканському континенті є об'єктивною необхідністю подальшого розвитку експортного потенціалу українських підприємств, яому мають передувати енергійні зовнішньополітичні кроки перших осіб української влади: президента, прем'єр-міністра, голови МЗС.

По-друге, на рівні ВР, АП, КМ, МЗС, СМК необхідно ретельно готувати державні візити до країн Африки, які мають передбачати політичні й економічні переговори з лідерами регіону та підписання угод для вільного доступу українських виробників на африканський ринок.

По-третє, оскільки обсяги українського експорту та імпорту залежать від роботи українських посольств і ці обсяги на порядки менші, ніж в розвинених країнах, цілком природно пропустити, що Україні життєво необхідно відкривати нові посольства перш за все в країнах, торгових партнерах України. Ці посольства одразу мають бути укомплектовані потужними відділами з економічних питань. Діючі посольства необхідно терміново посилювати економічними відділами із залученням достатньої кількості кваліфікованих економістів-міжнародників.

Використані джерела

1. Глобальні трасформаційні процеси в країнах світової периферії (регіон Субсахарської Африки): виклики та можливості для України. URL: https://elibrary.ivinas.gov.ua/822/1/Afryka_Lukash_O_I.pdf
2. Георгій Ерман. Недооцінена. Як Африка може врятувати майбутнє України. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-5298863>.
3. Горбачук О.І. Економічна дипломатія в забезпеченні економічної безпеки держави. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук зі спеціальності 21.04.01 – економічна безпека держави. Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК». Київ, 2017.
4. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/>
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Частина 4

ПЕРПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ І ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Розділ 10

Особливості сучасного розвитку експортного потенціалу України та напрямки його реформування

10.1. Державна підтримка становлення та розвитку експортного бізнесу в Україні

Експортно-орієнтований бізнес є частиною зовнішньоторговельного бізнесу, що тісно пов'язане з економічним зростанням країни, ефекти якого можуть бути доволі непередбачуваними і навіть неоднозначними. Тривалий час відбуваються різноманітні дослідження впливу зовнішньої торгівлі на економічне зростання країни. Водночас, зазначимо, що Україна вже понад 30 років намагається диверсифікувати вітчизняний експорт, і незважаючи на усі докази зусилля з боку влади здійснення експортного бізнесу залишається досить ускладненим. Причини труднощів є різні, зокрема використання застарілих методів співпраці держави і бізнесу, не достатня підтримка впровадження інновацій та виходу на закордонні ринки збути, відсутність стимулювання бізнесу щодо здійснення експортної діяльності, неефективність надання консультаційних послуг малому і середньому бізнесу та інші. Отже, уряд і бізнес визнають необхідність подальшої співпраці один з одним, переформатування взаємовідносин та сприяння розвитку експортного бізнесу в Україні.

Метою підтримки експортного бізнесу та просування експорту, як засвідчує світова практика, є сприяння експортерів шляхом інформаційного забезпечення та супроводження, особливо для малого і середнього бізнесу. Подібна практика має місце і застосовується майже у всіх країнах світу (зокрема, у Японії, США, Канаді, ВБ, Німеччині, Іспанії, Італії тощо). Інформаційне забезпечення відбувається за допомогою інформаційних бюллетенів, довідників, як для національних експортерів, що полегшує шлях виходу на міжнародні ринки, так і для іноземних покупців для придбання національних товарів, послуг.

Метою експортної стратегії є перехід до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху України на світових ринках [1]. Основними цілями експортної стратегії визначені наступні:

- створення сприятливих умов для вітчизняних експортерів, стимулювання зовнішньої торгівлі, впровадження інновацій;
- сприяння диверсифікації експортного потенціалу;
- надання консультацій та сприяння розвитку послуг з підтримки торгівлі, бізнесу, підтримка малих та середніх підприємств;
- удосконалення навичок і компетенцій малих і середніх підприємств в зовнішньоторговельній діяльності.

Формування експортної стратегії передували три етапи:

перший, Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017-2021 рр.;

другий, секторальні та крос-секторальні експортні стратегії;

третій, консолідація Дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі України, секторальних та крос-секторальних експортних стратегій.

Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017-2021 рр. визначає три основні стратегічні цілі з її реалізації [1, с.10]:

- 1) створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту;
- 2) розвиток послуг з підтримки бізнесу, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема малого та середнього підприємництва (МСП);
- 3) зміцнення навичок і компетенцій підприємства, зокрема МСП, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Враховуючи сучасний стан вітчизняної економіки, обмеженість національних ресурсів, було обрано перспективні сектори економіки для розробки секторальних та крос-секторальних експортні стратегій, та подальшого просування товарів, послуг на міжнародні ринки. Це сектори, які можуть модернізувати власне виробництво, освоювати сучасні інновації, виробляти товари з високою доданою вартістю, і, бути конкурентоспроможними на міжнародних ринках. До них віднесенено:

– інформаційно-комунікаційні технології. Даний сектор представлений стартапами, світовими центрами досліджень і розробок, дата центрами і компаніями, які спеціалізуються на інформаційно-комунікаційних технологіях (ІКТ), сервісними інтеграторами тощо. ІТ галузь в Україні займає третє місце за рівнем експорту послуг. За умов співпраці влади і бізнесу сектор має величезні перспективи зростання;

– креативні індустрії. Даний сектор характеризується стрімким зростанням як у світі, так і в Україні. Сектор охоплює рекламні послуги та зв'язки з громадськістю, аудіовізуальні послуги, послуги індустрії моди та дизайну, мистецтво, маркетингові дослідження тощо;

– машинобудування. Даний сектор завжди є пріоритетним у розвитку економіки країни, і забезпечує інші галузі економіки продукцією промислового призначення, засобами транспорту, побутовими товарами. Продукції транспортного машинобудуванню в Україні завжди належала значна частка експорту;

– технічне обслуговування і ремонт суден (повітряних, морських). Історично склалося, що в Україні було розвинуте авіа та суднобудування; тому сектор включає капітальний і посточний ремонт суден, модифікація суден та їх компонентів;

– харчова і переробна промисловість. Даний сектор отримав позитивну тенденцію розвитку за рахунок транснаціональних компаній, є достатньо забезпеченим сировинними і людськими ресурсами, має належний рівень виробництва та успішний досвід.

До крос-секторів було віднесено вдосконалення навичок, надання інформації, консультаційних послуг з просування експорту, інновації для експорту, транспортування та спрощення умов торгівлі.

Необхідність орієнтації на експорт обумовлено можливостями вітчизняного експортного потенціалу, що у свою чергу може позитивно вплинути та забезпечити стабільний, довгостроковий ріст вітчизняної економіки. Разом з тим, слід зазначити, що державне регулювання зовнішньої торгівлі, зокрема, експорту є багатогранною проблемою, рішення якої вимагає використання сучасних підходів до співпраці з бізнесом. Побудова ефективної зовнішньоторговельної політики є важливим фактором успіху економічного розвитку країни, що формує експортно-орієнтований бізнес з урахуванням тенденцій розвитку міжнародного ринку.

На сучасному етапі розвитку міжнародного ринку притаманна жорстка конкурентна боротьба. У таких умовах вітчизняному бізнесу досить важко вийти на міжнародні ринки товарів і послуг без належної політики державної підтримки.

За останні двадцять років спостерігаємо значні коливання показників торгівлі товарами та послугами. Такі коливання спричиняють як внутрішні негативні фактори, так і зовнішні. Основні показники зовнішньої торгівлі України наведені у табл. 10.1.

Таблиця 10.1

Показники зовнішньої торгівлі України

Рік	Експорт товарів, млн. дол. США	Імпорт товарів, млн. дол. США	Експорт послуг, млн. дол. США	Імпорт послуг, млн. дол. США	Темпи зростання зовнішньої торгівлі, %
1999	11581,6	11846,1	3613,9	1113,2	-
2000	14572,5	13956	3655,1	1151	18,4
2001	16264,7	15775,1	3731,9	1147,6	10,8
2002	17957,1	16976,8	4303,8	1194,9	9,5
2003	23066,8	23020,1	4524,9	1465,3	28,8
2004	32666,1	28996,8	5612,7	2062,9	33,1
2005	34228,4	36136,3	6443,2	2941,8	15,0
2006	38368	45038,6	7791,8	3730,6	19,0
2007	49296,1	60618	9435,1	4995,5	31,0
2008	66967,3	85535,3	12260,1	6481,5	37,7
2009	39695,7	45433,1	10129,7	5186,4	-41,3
2010	51405,2	60742,2	12324,2	5467,2	29,4
2011	68394,2	82608,2	11936,3	5421,6	29,6
2012	68830,4	84717,6	14180,3	6214,2	3,3
2013	63320,7	76986,8	14096,2	6650,1	-7,4
2014	53901,7	54428,7	14233,2	7523	-19,2
2015	38127,1	37516,4	11520,8	6373,1	-28,1
2016	36361,7	39249,8	9736,6	5523	-2,9
2017	43264,7	49607,2	9868	5326,5	18,9
2018	47335	57187,6	10714,3	5476,1	11,7
2019	50054,6	60800,2	15618,3	6945,5	10,5
2020	49212,9	54091,3	11167	5209,2	-10,3

Джерело: складено автором за [2]

Статистичний аналіз за останні дводцять років дозволяє виявити закономірність: торгівля має чітку тенденцію до зростання з певними коливаннями. Коливання характеризують високий рівень відкритості економіки, тобто залежність вітчизняних виробників від міжнародних ринків. Рівень відкритості, який визначається співвідношенням експорту та імпорту товарів і послуг до ВВП, наведений на рис. 10.1. За проаналізований період показник зберігається на рівні 100% (від 86% у 2009 році до 107 у 2004 році).

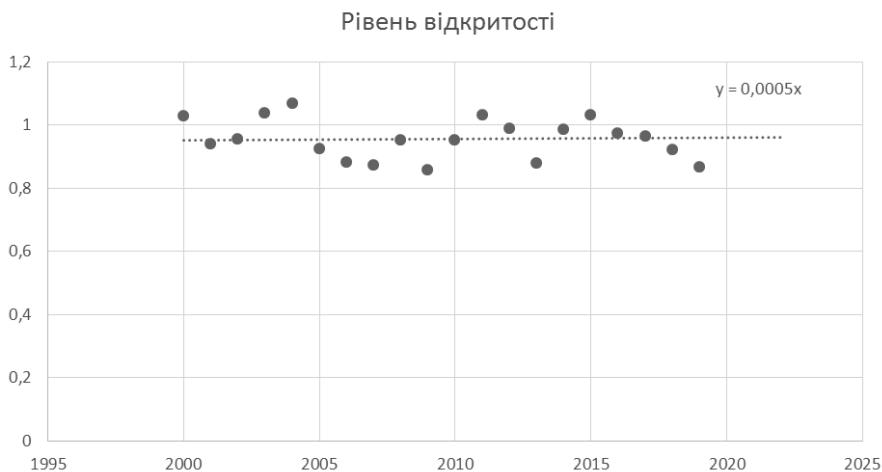


Рис. 10.1. Рівень відкритості торгівлі України, 2000–2029 рр.

Джерело: складено і розраховано автором

Тренд щодо рівня відкритості на найближчі п'ять років залишається без змін. Що стосується аналізу показників безпеки, пов'язаних з торгівлею, то вони представлені у табл. 10.2, і за даний період вони знаходяться у межах небезпечної зони.

Для отримання ефективних результатів формування та стимулювання експортного бізнесу необхідний системний і комплексний підхід застосування механізмів, які спрямовані на стимулювання експортної діяльності підприємств. Виокрем-

Таблиця 10.2

Деякі індикатори безпеки України, 2000–2019 рр.

Період	Відношення імпорту до ВВП:		Відношення експорту до ВВП:	
	імпорт товарів, у % до ВВП	імпорт послуг, у % до ВВП	експорт товарів, у % до ВВП	експорт послуг, у % до ВВП
Порогові значення: не більше 50%				
2000	43,1	3,6	45,0	11,3
2001	40,1	2,9	41,4	9,5
2002	40,0	2,8	42,4	10,2
2003	45,9	2,9	46,0	9,0
2004	44,7	3,2	50,3	8,7
2005	41,9	3,4	39,7	7,5
2006	41,8	3,5	35,6	7,2
2007	42,5	3,5	34,5	6,6
2008	47,5	3,6	37,2	6,8
2009	38,8	4,4	33,9	8,6
2010	44,5	4,0	37,7	9,0
2011	50,6	3,3	41,9	7,3
2012	48,2	3,5	39,2	8,1
2013	42,0	3,6	34,5	7,7
2014	41,3	5,7	40,9	10,8
2015	41,4	7,0	42,1	12,7
2016	42,1	5,9	39,0	10,4
2017	44,2	4,7	38,6	8,8
2018	43,7	4,2	36,2	8,2
2019	39,5	4,5	32,5	10,2

Джерело: розраховано автором на основі використання статистичних даних [2] без урахування тимчасово окупованої території АР Крим і м. Севастополя, за 2014–2019 роки, також без частини зони проведення АТО

люють механізми податково-бюджетної та грошово-кредитної політики, які спрямовані на підтримку та розвиток експортно-орієнтованого бізнесу. Зазвичай виокремлюють прямі та непрямі методи стимулування експорту. До прямих відносяться фінансове стимулування (експортні субсидії, експортні кредити, страхування експортних кредитів, фінансування досліджень і розробок, антидемпінгові та антисубсидійні інструменти); до непрямих методів – надання податкових і митних пільг, всебічна державна підтримка (урядова, інформаційна), покращення інвестиційного клімату тощо. Більшість європейських країн, а також Японія та Китай надають перевагу прямим методам стимулування експорту; США, ВБ, Німеччина, Туреччина переважно застосовують непрямі методи стимулування. Крім цього, згідно законодавства у сфері зовнішньоекономічної діяльності до основних механізмів стимулування експорту належать:

- організація партнерства місцевої влади та підприємницьких об’єднань;
- участь місцевої влади в регіональних і міжрегіональних торговельних асоціаціях;
- поширення місцевою владою інформаційних матеріалів щодо експортних та інвестиційних можливостей підприємств регіону;
- надання консалтингових послуг;
- реалізація довгострокових територіальних програм пошуку місцевих постачальників для іноземних імпортерів;
- проведення семінарів, бізнес-форумів, конференцій, виставок та обмін делегаціями за підтримки органів місцевої влади;
- підготовка кадрів у сфері міжнародної торгівлі;
- послаблення податкового тиску;
- покращання регуляторного середовища;
- акумулювання коштів на необхідні експортерам дослідження (створення пулів експортерів);

- державна підтримка фінансового лізингу та франчайзингу;
- формування інноваційної інфраструктури ринку та трансфер інновацій.

На рис. 10.2 наведені обсяги експорту та ВВП України за останні двадцять років.

На підставі статистичного аналізу спрогнозуємо подальший тренд експортної діяльності, що наведений у табл. 10.3.

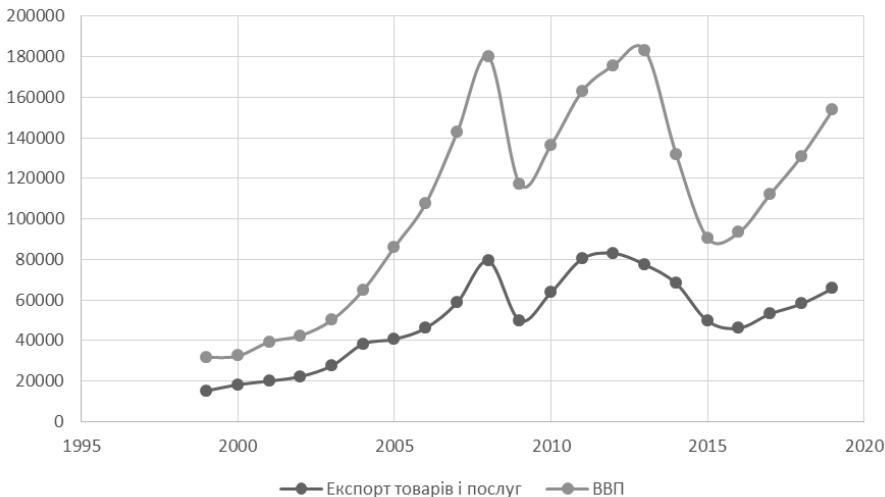


Рис. 10.2. ВВП та експорт Україна за 1999–2019 рр., млн. дол. США
Джерело: складено i розраховано автором

Таблиця 10.3

Перспективи (тренд) експортної діяльності в Україні
до 2025 року, млн. дол. США

Функція Предсказ., лінійний прогноз	Період, рік				
	2021	2022	2023	2024	2025
	76512,48	77185,42	77154,82	75966,76	73238,59

Джерело: розраховано автором

Прогноз засвідчив зростання експорту вітчизняних товарів і послуг на міжнародних ринках. Разом з тим, слід зазна-

чити, що ймовірність таких даних не є статистично значимою, величина є малою. Окрім цього, пандемія Covid-19 глобально вплинула на усі процеси й особливо торговельні, а саме, внесла корективи у структуру зовнішньої торгівлі, зокрема вплинула на експорт вітчизняної продукції. Також падіння світових цін на сировину, дестабілізація виробництва, політична ситуація в країні, що пов'язана з проведенням АТО значною мірою визначила напрямок і тенденції українського експорту. Останніми роками спостерігається зростання експорту до країн ЄС, і відповідно зменшення орієнтованості на ринки Росії, країн СНД; з 2013 року експорт вітчизняних товарів в абсолютному вимірі зменшивався.

Для покращення торговельно-економічного співробітництва з окремими країнами, групами країн Україна використовує такий інструмент, як угоди про вільну торгівлю, які охоплюють питання торгівлі товарами (промисловими, сільськогосподарськими, рибою і морською продукцією), послугами та врегулювання спорів, що є дієвим та ефективним інструментом сприяння зростанню експорту через лібералізацію доступу товарів і послуг на зовнішні ринки [3]. Зокрема, укладена Угода про вільну торгівлю з країнами ЄС, яка покриває торгівлю товарами, послугами, державні закупівлі, а також приведення законодавчої бази України до європейських стандартів; ратифікована у 2020 році Угода про вільну торгівлю з Великою Британією, Канадою тощо; у 2017 році відбулося приєднання України до Регіональної конвенції про пан'євро-середземноморські преференційні правила походження. Такі угоди сприяють активізації зовнішньої торгівлі, науково-технічного та торговельно-економічного співробітництва, сприяють залученню інновацій, інвестицій, новітніх технологій, і загалом, підвищують конкурентоспроможність експортно-орієнтованих галузей.

Саме зростання обсягів вітчизняного експорту до країн ЄС обумовлено завдяки підписання Угоди про асоціацію між

Україною та країнами ЄС, згідно з якою країні були надані торгові преференції.

Для досягнення поставлених цілей дорожньою картою передбачено вдосконалення механізму координації діяльності інституцій з підтримки торгівлі, залучених до реалізації торгової політики та розвитку експорту; а також зміцнення мережі інституцій, що надають експортерам послуги з підтримки бізнесу та торгівлі [1]. Також, у рамках експортної стратегії було затверджено перелік нових перспективних ринків, які зможуть замінити традиційні експортні ринки, доступ на які ускладнено через політичну ситуацію. Зокрема, було визначено топ-20 ринків, які, за умови вибору правильних форм та інструментів роботи з ними, здатні показати досить швидкі результати. Серед них, крім країн ЄС: Єгипет, Індія, Білорусь, Грузія, Молдова, Іран, Саудівська Аравія, Китай, Японія, США, Канада, Швейцарія та Бангладеш [1].

Результатом дії цієї Стратегії стало створення інституцій з підтримки експорту: Офісу з просування експорту України та Експортно-кредитного агентства, а також посилення роботи Ради експортерів та інвесторів при МЗС, якими було розроблено та впроваджено низку інструментів з просування експорту.

У 2018 році в Україні була створена державна установа «Офіс з просування експорту» (ОПЕ) з метою підтримки та просування експорту товарів, робіт, послуг вітчизняних виробників. ОПЕ допомагає вітчизняному бізнесу вийти на міжнародні ринки шляхом надання консультаційних послуг в сфері експортно-орієнтованого бізнесу, допомоги у налагодженні співробітництва з міжнародними партнерами, реклами вітчизняних товарів, послуг за кордоном.

Крім того, ОПЕ є учасником експортної стратегії України: дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 рр., яка була схвалена наприкінці 2017 року і розпочала діяльність з просування експорту вітчизняних товарів (послуг)

та підтримки вітчизняного бізнесу [4]. Дорожня карта визначила орієнтири для розвитку торговельних взаємовідносин, розкрила перспективи використання можливого експортного потенціалу та шляхи подолання перешкод.

Євроінтеграційний вектор спрямування економіки України надав можливість ОПЕ у 2019 року приєднатися до Робочої групи європейських організацій зі сприяння торгівлі (European Trade Promotion Organisations Working Group of Information Professionals – ETPO), що сприяє обміну та розповсюдженню інформації щодо найкращих практик і досвіду у сфері інформаційних й консалтингових послуг і став офіційним членом консорціуму ЕЕН-Україна [4]. ЕЕН (Enterprise Europe Network) – європейська мережа підприємств, що об'єднує понад 60 тисяч підприємств із 17 галузей із 65 країн, серед яких 28 країн ЄС. Членство у європейській мережі розширить можливості вітчизняному малому та середньому бізнесу знайти контрагентів на міжнародних ринках використовуючи різні інструменти зовнішньої торгівлі. Така співпраця з іноземними компаніями сприятиме залученню інвесторів, міжнародній кооперації, залученню інноваційних технологій, виходу з власними новітніми технологіями на міжнародний ринок.

Експортно-кредитне агентство (ЕКА) було створено у 2018 році відповідно до Закону України «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту» [5]. ЕКА проводить страхування та перестрахування експортних кредитів, наданих банками-кредиторами українському експортеру; страхування та перестрахування зовнішньоекономічних договорів, контрактів; страхування та перестрахування експортних кредитів, наданих іноземному покупцю або банку іноземного покупця банками-кредиторами; страхування та перестрахування прямих інвестицій з України; страхування та перестрахування

акредитивів, підтвердженіх банком українського експортера від комерційних та некомерційних ризиків; страхування та перестрахування договірних банківських гарантій; надання сек'юритизаційних гарантій банкам-кредиторам для забезпечення відшкодування отриманих ними коштів рефінансування експортних кредитів; надання тендерних гарантій; бере участь у реалізації програм часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами; здійснює консультаційну діяльність.

10.2. Напрямки сучасного розвитку експортного потенціалу України

Напрямки розвитку експортно-орієнтованого бізнесу на сучасному етапі розглядаємо через, по-перше, диверсифікацію ринків збути, по-друге, через сприяння підвищенню експортних навичок та знань.

Для українського експорту існує декілька важливих ринків, потенційні можливості яких не достатньо повно використані. У Дорожній карті визначені такі країни, як Німеччина, Сполучені Штати Америки, Франція, Велика Британія, Японія, з якими торговельний потенціал використовується не в повному обсязі [1, с. 8]. Основні країни – торговельні партнери наведені у табл. 10.4.

Статистичний аналіз підтверджує, що за останні дводцять років відбулося істотне збільшення кількості цільових ринків; вітчизняні експортні товари і послуги присутні у 89 країн світу – основних торгівельних партнерів на 2020 рік, і у понад 200 країн світу загалом.

Диверсифікацію ринків збути для вітчизняного експорту розглянемо через європейський та арабські вектори розвитку. Так, вибір європейського вектору розвитку України, наближення до європейських стандартів, підписання Угоди про асоціацію з ЄС, яка набула чинності у 2017р. потребує від нашої дер-

Таблиця 10.4

Питома вага країн – основних торговельних партнерів
України за 2015–2020 рр., млн. дол. США

№	Країни	Товаро-оборот	Частка у загальному обсязі товаро-обороту	Експорт					
				2020		2020	2019	2018	2017
1	Китайська народна Республіка	14995	15,6	7015	3521	2200	2038	1820	2379
2	Російська Федерація	6555	6,8	2206	2642	3045	3377	3069	4200
3	Німеччина	6451	6,7	1497	1769	1526	1091	852	799
4	Польща	6281	6,5	2518	2539	2465	2037	1686	1506
5	Туреччина	4751	4,9	2384	2585	2332	2485	2034	2750
6	Білорусь	4177	4,3	1317	1505	1296	1136	895	864
7	США	3886	4,0	967	955	1092	817	417	462
8	Італія	3842	4,0	1856	2286	2495	2327	1776	1822
9	Індія	2649	2,8	1936	1960	2164	2189	1902	1444
10	Нідерланди	2340	2,4	1625	1713	1434	1541	876	738
11	Франція	1979	2,1	538	549	490	375	418	468
15	Велика Британія	1386	1,4	586	572	537	440	284	320
18	Японія	1235	1,3	420	395	330	359	240	222

Джерело: складено автором за [2; 3]

жави гармонізації національного законодавства відповідно до основних принципів регіональної політики ЄС. Європейський вибір України – це рух до міжнародних стандартів демократії, постіндустріального суспільства, ринкового господарства в основу якого покладено засади верховенства права й забезпечення прав та свобод людини.

ЄС залишається одним із основних торговельних партнерів України. Питома вага торгівлі товарами та послугами становить у середньому біля 35-38% від загального обсягу торгівлі України. До 2012-2014 рр. до проведення антитерористичної операції на Сход країни спостерігалося поступове збільшення зовнішньоторговельного обороту. На жаль, з 2015 року, протягом наступних років констатується зниження обсягів торгівлі з державами-членами ЄС. Водночас, на фоні загального скорочення обсягів торгівлі України (біля 28,5%), скорочення торгівлі з державами членами ЄС відбулося на 25,4%. Експорт товарів і послуг до ЄС наведений у табл. 10.5.

Таблиця 10.5

Експорт українських товарів і послуг в країни ЄС, 2010–2019 рр.

Рік	Експорт торгівлі товарами		Експорт торгівлі послугами	
	млн. дол. США	% у загальному експорт	млн. дол. США	% у загальному експорт
2010	13085,3	25,5	3123,1	25,3
2011	18021,5	26,3	3532,9	29,6
2012	17123,7	24,9	3750,2	26,4
2013	16758,6	26,5	4195,7	29,8
2014	17002,9	31,5	3991,6	28,0
2015	13015,2	34,1	2927,9	25,4
2016	13496,3	37,1	3004,9	30,9
2017	17533,4	40,5	3452,7	35,0
2018	20157,0	42,6	3979,9	37,1
2019	20750,7	41,5	4469,0	28,6

З 2014 року без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: побудовано та розраховано автором на основі [2]

Український експорт товарів у країни ЄС останніми роками становить понад 40% (без урахування частини Донецької та Луганської областей, та АРК), експорт послуг – біля 30%. Водночас на торгівлю з країнами Центральної та Східної Європи (найбільше Польща, Естонія, Угорщина, Румунія) припадає до 45% серед усіх країн Європейського союзу. Це обумовлено у першу чергу спільним кордоном, сусідством і прикордонними територіями у розвитку міжрегіонального економічного співробітництва. Серед інших європейських країн український експорт найбільше спрямовується до Німеччини, Італії, Іспанії, Нідерландів. З моменту ратифікації Угоди про асоціацію з ЄС, з 2017 року зросли обсяги експорту товарів і послуг до країн Європейського союзу.

Окрім європейського вектору для експортно-орієнтованого бізнесу перспективними ринками збути є ринки арабських країн. Найтісніші торговельні зв'язки на сьогоднішній день в експорті послуг Україна має з Об'єднаними Арабськими Еміратами, Єгиптом, Алжиром, Ліваном, її найбільше експортує товарів Україна до Єгипту, Іраку, Саудівської Аравії, ОАЄ, Лівану (табл. 10.6). Торгівля готовою продукцією з арабськими країнами є пріоритетною, аніж експорт послуг.

Варто зазначити, що з метою диверсифікації вітчизняного експорту слід звернути увагу на арабський вектор, який є для України перспективним. Арабський ринок слід розглядати як альтернатива ринку країн СНД. Арабські країни (Бахрейн, Кувейт, ОАЄ, Саудівська Аравія, Оман) є країнами одними з найбільших ВВП за паритетом покупної спроможності. Арабський світ (22 країни), за винятком Судану і Сирії, підтримують територіальну цілісність України. Для збільшення товарообороту між Україною та арабським світом слід активізувати співробітництво на двосторонніх засадах, підписувати угоди про сприяння двосторонньої торгівлі між країнами (зокрема, у 2016 році підписана Угода з Саудівською Аравією про кооперацію з

Таблиця 10.6

Український експорт товарів і послуг в країни
арабського світу, 2015–2019 рр., млн. дол. США

Країна	послуги					товари				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Алжир	17,3	11,7	15,7	17,1	14,7	205,6	236,8	535,4	390,6	584,3
Джибути	0	0	0	0,03	0	0	0	0	0	0
Єгипет	43,6	39,4	58,4	70,6	76,6	2079,8	2266,5	1831,3	1556,9	2254,1
Ємен	0,3	0,4	0,4	0,4	0,6	0	0	0	114,2	136,7
Ірак	12,6	6,1	6,7	20,8	30,2	472,5	374,4	479,2	644,1	584,4
Йорданія	11,4	11,8	9,9	7,9	6,3	135,8	144,5	153,8	158,5	167,9
Катар	0,2	0,7	1,0	4,5	6,0	0	0	0	59,9	74,9
Ліван	25,1	21,2	10,4	4,7	5,5	300,1	338,5	427,0	404,8	372,1
Лівія	0,7	0,9	1,2	1,8	4,3	182,7	247,8	207,0	325,7	316,9
Марокко	7,7	9,6	13,1	15,5	18,2	212,2	247,3	221,3	155,6	129,0
ОАЕ	204,7	170,7	223,3	256,8	351,9	301,8	227,6	384,5	486,2	525,9
Оман	0,9	2,0	7,8	3,0	2,8	0	0	0	130,8	63,0
Саудівська Аравія	18,5	21,3	23,0	6,0	4,7	761,6	592,9	517,2	749,0	744,4
Судан	1,9	0,9	1,0	0,7	0,7	75,2	34,4	72,1	45,4	55,1
Туніс	2,3	1,8	1,6	1,9	2,3	333,5	235,8	289,6	392,0	362,6
<i>Питома вага, що припадає на араб- ський світ, %</i>	3,6	3,0	3,5	3,5	3,4	13,3	13,6	11,8	11,9	12,7

Джерело: побудовано та розраховано автором на основі [2]

організації в Саудівській Аравії літакобудівного комплексу та організації виробництва літаків АН-132); варто розглянути питання у міжнародну Організацію ісламського співробітництва (57 мусульманських країн) на правах спостерігача. Загалом вхо-

дження та завоювання ринків арабських країн вимагає комплексного підходу:

по-перше, здійснити аналіз попиту і пропозиції на арабських ринках;

по-друге, розробити ефективні механізми співробітництва з арабськими країнами;

по-третє, розробити та впровадити стратегію співробітництва з арабським світом. Усе це дозволить Україні реалізувати вітчизняний потенціал економіки та перетворити арабський вектор на один з найприбутковіших.

Водночас переважає експорт сировинної продукції, що за свідчує присутність України у глобальних виробничих мережах. Найбільша питома вага в експорти припадає на групу продовольчих товарів та сировину для їх виробництва і групу чорних й кольорових металів та виробів з них (табл. 10.7).

Разом з тим, присутність України у глобальних виробничих мережах є недостатньою. Для активного включення України до глобальних ланцюгів доданої вартості необхідно перейти на виробництво середньо- та високотехнологічної продукції. Статистичний аналіз підтверджив, що структура українського експорту, починаючи з часів незалежності, не змінювалася. Переважно Україна продовжує експортувати металопродукцію та продукцію сільського господарства, виробництво яких зазвичай не потребує новацій та високого рівня кваліфікації. Виробництво середньо- та високотехнологічної продукції вимагає не лише застосування інновацій, але й залучення інвестицій. Власних інвестицій на виробництво високотехнологічної продукції конче не вистачає, прямі іноземні інвестиції останні роки мають тенденцію до зменшення, ю особливо у нетрадиційні експортно-орієнтовані сектори. Переважно прямі іноземні інвестиції сконцентровані у металургійній промисловості, кінцевий продукт якого продається як сировина. Лише 5 % експорту класифікується як середньо- або високотехнологічний, тоді як в

Таблиця 10.7

Динаміка товарної структури експорту за 2010–2020 рр.

Структура, %	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Продовольчі товари та сировина для їх виробництва	21,0	20,5	27,8	28,8	33,0	40,9	45,4	44,7	42,9	48,0	49,1
Мінеральні продукти	10,7	11,1	9,8	10,7	10,5	7,5	7,1	8,9	9,0	9,6	11,0
Продукція хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості	8,5	9,7	9,4	8,6	7,4	6,9	5,5	5,2	5,5	4,7	5,1
Деревина та вироби з неї	3,1	3,0	2,9	3,4	3,9	4,3	4,5	,1	4,5	3,9	3,9
Промислові вироби	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6
Чорні й кольорові метали та вироби з них	36,0	35,0	28,7	28,4	29,6	25,9	24,1	24,9	26,3	21,7	19,4
Машини, устаткування, транспортні засоби та прилади	18,0	17,2	17,4	14,4	1,07	9,1	8,2	7,2	6,9	7,4	7,5
Різне	1,3	2,2	2,8	4,2	3,6	3,6	3,8	3,6	3,4	3,2	2,3

Джерело: побудовано та розраховано автором на основі [2]

інших країнах, що розвиваються, частка такої продукції складає в середньому майже 37% експорту [1, с. 11].

Експорт послуг, як й експорт товарів також характеризується коливаннями внаслідок макроекономічної нестабільності. Україна залишається нетто-експортером послуг. За дослідженний період на експорт послуг у середньому припадає біля 25% загального вітчизняного експорту. Більше 50% експорту послуг

припадає на транспортні послуги (серед них більше 60% саме трубопровідний транспорт – транспортування природного газу і нафти). Крім цього, Україна – транзитна країна, тому вітчизняний експорт у значній мірі представлений саме транспортними послугами. Послуги у сфері телекомунікації, комп’ютерні та інформаційні послуги за останні десять років збільшилися утрічі, що засвідчує позитивну тенденцію і є ознакою диверсифікації та прогресивної трансформації до сучасних видів послуг; усі інші види експорту послуг протягом останніх десять років залишилися у тих же межах (табл. 10.8).

Отже, одним з основних напрямків сучасного розвитку експортно-орієнтованого бізнесу в Україні має стати максимальне використання експортного потенціалу та диверсифікація зовнішніх ринків збути. Напрямком вітчизняного експорту середньо- або високотехнологічних товарів є високорозвинені країни (США, ВВ, Японія та інші), а напрямком для експорту сільськогосподарської продукції є країни що розвиваються (країни Близького Сходу, Північної Африки, Індії та країн Азії). Підвищення якості вітчизняної продукції, зменшення собівартості за рахунок використання енергоємних технологій сприятиме забезпеченню її конкурентоздатності на міжнародних ринках.

З 2014 року спостерігаємо диверсифікацію ринків збути вітчизняного експорту, що обумовлено військової агресією з боку колишнього найбільшого торговельного партнера РФ. Сьогодні понад 30% вітчизняного експорту припадає на ринок ЄС. Водночас основною перепоною на шляху до європейського ринку є сертифікація виробництва за міжнародними стандартами, що вимагає фінансування і часу.

За умов геополітичних і соціально-економічних викликів, що постали перед Україною, диверсифікація товарної структури вітчизняного експорту є завданням першочергової важливості, ѹ зокрема, в контексті економічної безпеки. З 2015 р. то-

Таблиця 10.8

Динаміка структури експорту послуг за 2010–2020 рр.

Структура, %	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	8,6	10,2	11,2	12,1	11,6	11,1	11,4	13,3	14,6	10,5
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	3,7	4,5	4,3	2,5	2,6	2,0	2,3	2,3	2,1	1,7
Транспортні послуги	64,2	62,4	58,8	56,1	53,0	54,1	53,7	54,7	50,3	58,3
Послуги, пов'язані з подорожами	2,1	2,1	2,8	2,5	2,0	2,1	2,1	2,3	2,6	2,1
Послуги з будівництва	1,1	1,4	1,6	1,6	2,0	3,0	3,9	1,0	1,3	0,8
Послуги зі страхування	0,6	0,8	0,8	0,6	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	4,0	2,2	1,8	2,4	1,9	2,0	0,8	0,7	0,9	0,9
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	0,3	0,3	0,4	0,7	0,8	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4
Послуги у сфері телекомуникацій, комп'ютерні та інформаційні послуги	5,6	6,1	7,9	10,4	14,5	16,3	16,7	16,4	18,2	16,5
Ділові послуги	9,5	9,7	10,1	10,8	10,9	8,4	8,0	8,6	9,1	8,2
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	0,2	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Державні та урядові послуги	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Джерело: побудовано та розраховано автором на основі [2]

варна структура українського експорту сільськогосподарської продукції переконливо свідчить про позитивні зрушенні, які відбулися в галузі, та високу конкурентоспроможність її продукції на міжнародних ринках [7, с. 29].

Другим напрямком у сучасному розвитку експортно-орієнтованого бізнесу в Україні є підвищення експортних навичок та знань через реалізацію низки освітніх програм, таких як: Export Evolution, Експортна академія, Train the Trainers, участь у яких взяло близько 2500 спеціалістів українських компаній, які працюють над виходом на зовнішні ринки.

Освітня програма Export Evolution Ukraine є національною комплексною програмою для вітчизняного експортно-орієнтованого бізнесу. Програма спрямована на бізнес, який вже експортує власну продукцію за кордон і підприємців, які бажають поглибити знання та професійні навички, так і для бізнесу, який починає експортувати. Програма складається з двох курсів – Start та Pro.

Програма Export Evolution Ukraine Start це знання та навички для підприємців, що бажають більше дізнатися про експортну діяльність в Україні, розпочати здійснювати експорт власної продукції, розглядають експорт як важливий інструменту розвитку своєї діяльності, намагаються знайти нові ринки збуту. Данна програма включає експортну основу, перевірку готовності компанії до здійснення експортної діяльності, вибір ринку для експорту власної продукції, вибір споживача та ніппи, ціноутворення експортної продукції, аналіз каналів збуту продукції. Програма заснована вітчизняному законодавстві, враховує умови внутрішнього та зовнішнього ринків, орієнтується на міжнародні практики та європейський досвід.

Програма Export Evolution Ukraine Pro – це підвищення експортних навичок і знань для досвідчених експортерів. Напрямком програми є розвиток професійних навичок менеджерів у

сфері зовнішньоекономічної діяльності та розробка стратегічного експортного плану підприємства. Програма включає вивчення та аналіз зовнішніх ринків, дослідження експортного потенціалу, аналіз поточних і перспективних планів розвитку підприємства, систем продажу, аналіз ризиків у зовнішньоекономічній діяльності тощо.

Експортна академія – це спеціалізована освітня програма, яка створена Офісом з просування експорту спільно з провідними експертами у сфері міжнародної торгівлі для вітчизняного експортно-орієнтованого бізнесу. Основним завданням експортної академії є підвищення знань щодо експортних операцій та процедур, які охоплюють усі сфери зовнішньоекономічної діяльності – фінансові, юридичні, логістичні.

Інноваційна освітня програма Train the Trainers розроблена Інститутом Маркетингу Естонії та Офісом з просування експорту України, призначена для підприємців, експортерів та консультантів в експорти, що допоможе компаніям вийти на іноземні ринки. У програмі розглядаються питання залучення нових клієнтів, побудування ефективних відносин, ведення переговорів та мотивування клієнтів до співпраці. Програма має підбір корисної інформації для учасників: кейс-стаді, статті та посилання на корисні матеріали, а також дозволяє отримати необхідний обсяг знань та досвіду для здійснення консалтингової діяльності в сфері експорту [5].

З 2021 року почалася обговорюватися Національна економічна стратегія – 2030. Національна економічна стратегія – це головні вектори, за якими розвиватиметься економіка України у найближчі 10 років: передбачаються стимули для промисловості, агросектору, видобування, ІТ та досліджень і розробок, інфраструктури та внутрішніх перевезень, енергетичного сектору. Експортна стратегія України має відповідати векторами Національної економічної стратегії – 2030.

10.3. Національні стратегії та плани подальшого розвитку експортного бізнесу в Україні

Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України запровадило моніторинг реалізації Експортної стратегії України, у відповідності до якої визначило ступінь впровадження основних завдань [8]:

- інституційна основа для інновацій – 39%;
- інноваційний потенціал для підприємств – 0%;
- умови для міжнародної торгівлі – 67%;
- інституції з підтримки торговельної політики та розвитку експорту – 78%;
- мережа інституцій, що надають послуги експортерам – 47%;
- стимулювання підприємницької діяльності – 33%;
- покращення управлінських навичок – 19%;
- відповідність системи освіти потребам підприємств – 36%.

Водночас, слід зазначити, що зростання експорту в останні п'ять років відбувалося у середньому на рівні 10%, так і планується на майбутнє (табл. 10.9).

Таблиця 10.9

Прогнозні дані на 2021 рік згідно з Експортною стратегією України

Показник	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (очікування)
Експорт товарів і послуг, млрд. дол. США*	46,1	53,1	58,0	65,7	60,4	10% зростання
Частка експорту товарів з використанням у виробництві технологій високого та середнього рівня в загальному обсязі експорту товарів, %**	17,3	16,8	17	16,4	16,4	27

* За даними Державного комітету статистики України

** Звіт про виконання Плану завдань і заходів з реалізації Експортної стратегії України 2017-2021 [8]

Аналіз експортної стратегії України показав, що більшість завдань не було виконано навіть на половину запланованих заходів. Дану стратегію слід більше вважати декларативним документом, який так і не досяг поставлених цілей та виконаних задач; створені інституційні структури тільки починають працювати; Україна продовжує експортувати більше сировинної продукції.

Водночас на початок 2021 р. світова економіка продовжує глибокий спад на тлі неконтрольованої пандемії. Подальший розвиток буде залежати від політичного середовища торгівлі, де усе більше помітні тенденції посиленого втручання держави, переход від багатосторонніх до регіональних і двосторонніх угод. З пандемією загострилася ще одна тенденція – протекціоністський захист національних ринків, зокрема, це чітко прослідковується в економіці США (захист від китайських товаровиробників). Останні два роки, за даними ЮНКТАД, посилення протекціонізму в торгівлі (тарифні і нетарифні заходи, захист стратегічних/чуттєвих секторів) призвело до зростання кількості торговельних обмежень майже вдвічі [9]. Водночас, як зазначає Е. Райнерт, ефективне поєднання протекціонізму, державного втручання і стратегічних інвестицій призводить до зростання економіки країни [10].

Зазначимо, що з 2022 року запроваджується нова Експортна стратегія України, яка спрямована на нарощування обсягів експорту продукції, забезпечення стабільного розвитку економіки та повинна бути зосереджена на ресурсному потенціалі і враховувати світові тенденції. Так, протекціоністські заходи на міжнародних ринках призводять до зростання торговельних витрат, збільшують ризик втрати технологічних ланцюгів; при регіоналізмі торговельні переваги отримують не глобальні, а регіональні ланцюги створення вартості. Отже, при розробці стратегії слід звернути увагу на регіональні вектори розвитку експортно-орієнтованого бізнесу.

Проект Національної стратегії розвитку експорту визначає такі напрямки, як розширення та закріплення присутності вітчизняних експортерів на традиційних і нових зовнішніх ринках; створення умов для сталого розвитку України на основі підвищення конкурентоспроможності національної економіки та ефективної участі у світовому поділі праці; інтеграція України в європейську та світову економічну систему; зростання обсягів експорту української продукції [11].

Передбачається, що нова Експортна Стратегія має відповісти векторам вже прийнятої Економічної стратегії до 2030 року, торговельна частина якої визначає низку амбітних стратегічних індикаторів [11]:

- досягнення загального обсягу експорту (товарів і послуг) в розмірі не менш як 150 млрд. доларів США до 2030 року (у 2020 році цей показник був на рівні 60 млрд. доларів США);
- частка експорту товарів з використанням у виробництві технологій високого і середньо високого рівня у загальному обсязі експорту товарів – 30%;
- підвищення частки малого і середнього бізнесу в експорти – до 40%.

Процес розробки нової Експортної Стратегії лише починається, проводяться опитування бізнесу щодо пріоритетності та виявлення першочергових завдань імплементації стратегії. Нова Експортна стратегія може стати інструментом підтримки виходу з постковідної кризи для експортно орієнтованих підприємств.

Для досягнення реалізації цих зазначених амбітних напрямів необхідні:

По-перше, державна підтримка розвитку експортного потенціалу. Розвиток експортного потенціалу держави в рамках міжнародної спеціалізації, що базується на вигідних для України напрямах структурних змін в економіці повинен забезпечити збалансованість між внутрішнім та зовнішнім попитом на українські товари та послуги. Україні слід покращити структу-

ру експорту на користь високоємної та науковоємної продукції, подальшого розвитку ІКТ. Держава повинна максимально підтримувати експорт високотехнологічної продукції.

Для розвитку експортно-орієнтованого бізнесу необхідні інвестиції для модернізації виробництва. Для цього слід сприяти вітчизняному капіталовкладенню та/або пільговим програмам кредитування, так і залучення іноземних інвестицій (які, до речі, останніми роками мають тенденції відтоку). Також, розвиток експортно-орієнтованого бізнесу передбачає створення робочих місць. За даними Державного комітету статистики з 2018 року спостерігається зменшення кількості зайнятого населення у промисловості. Потрібні комплексні програми для модернізації та подальшого розвитку експортно-орієнтованих галузей промисловості. Так, наприклад, країни ЄС (у відповідності до стратегії Європа 2020) приділяли увагу створенню робочих місць, особливо для малого та середнього підприємництва з акцентом на інноваційний та технологічний розвиток (напрямок «Інноваційний союз», «Індустріальна політика, спрямована на глобалізацію», «План розвитку нових компетентностей і збільшення кількості робочих місць»).

По-друге, активізація співробітництва в найбільш перспективних секторах економіки. Якщо орієнтуватися на залучення європейських інвестицій, то згідно Плану зовнішніх інвестицій ЄС, капіталовкладення спрямовуватимуться у такі пріоритетні сектори, як стала енергетика, водні ресурси, транспорт, інформаційні та комунікаційні технології, охорона навколишнього середовища, ефективне використання природних ресурсів, стало сільське господарство, лісове господарство (зелена економіка), морські ресурси та аквакультура (синя економіка), соціальна інфраструктура, здоров'я та інвестиції в людський капітал з метою покращення соціально-економічного середовища. Реалізації інвестицій повинна відповідати міжнародним узгодженим принципам, конвенціям, включаючи принципи відповідально-

го інвестування, керівних принципів ООН з питань бізнесу та прав людини, керівних принципів ОЕСР для багатонаціональних підприємств, принципів ООН в галузі продовольства та сільського господарства для відповідальних інвестицій у сектор сільського господарства та продовольства, конвенції Міжнародної організації праці та міжнародних прав людини.

Україні слід спрямовувати зусилля та ресурси для підтримки створення нових та розвитку існуючих високотехнологічних галузей та/або виробництв. Особливо це стосується нано- та біотехнологій, розвитку передових технологій агросектору, який сьогодні показує динамічність зростання експорту та має відповідний потенціал на перспективу, подальший розвиток міжнародних транспортних коридорів.

По-третє, створення умов для залучення транснаціональних компаній у перспективні експортно-орієнтовані сектори, сприяння та підтримка щодо утворення вітчизняних конкурентоспроможних транснаціональних компаній та виходу на міжнародні ринки і реалізації міжнародних коопераційних проектів. Підтримка експортно-орієнтованих секторів вимагає стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності.

Згідно з рекомендацією ЮНКТАД комплекс заходів щодо стимулювання інвестиційної діяльності у відповідності з концепцією стійкого розвитку повинен забезпечити ефективне впровадження державної інвестиційної політики та адекватне функціонування окремих економічних секторів. Інвестиційна політика національної економіки має бути спрямована на економічне зростання, зокрема й на підтримку експортно-орієнтовані секторів, і повинна включати:

- подолання диспропорції та нерівномірності економічного розвитку регіонів України;
- покращення інвестиційної привабливості, шляхом спрямування інвестиційних потоків в найбільш пріоритетні сектори;

- підвищення рівня конкурентоспроможності національної продукції на світових ринках, як ключового компонента економічного зростання країни, завдяки впровадженню інноваційних технологій, новітніх наукових розробок, стимулювання інноваційного розвитку промислових підприємств;
- забезпечення збалансованості всіх видів інвестиційних ресурсів;
- сприяння формуванню ефективної інформаційної системи, яка б надавала інформацію щодо обсягів інвестування для потенційних інвесторів;
- формування необхідної законодавчої бази щодо процесу інвестування;
- створення ефективної та дієвої інвестиційної інфраструктури та привабливого інвестиційного середовища для реалізації інвестиційних проектів;
- створення прозорих бар'єрів входу для іноземних інвесторів на ринок;
- підвищення ефективності шляхів залучення додаткових іноземних інвестиційних джерел;
- активізація міжнародного інвестиційного співробітництва;
- інтеграція країни в світовий економічний простір.

Отже, без стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності експортно-орієнтованого бізнесу, виробництва їх продукції з доданою вартістю, фінансування інструментів підтримки експортно-орієнтованого бізнесу в середині країни та потужного просування українського бізнесу за кордоном, а також зашиту на такі інструменти від бізнесу, окреслених амбітних цілей досягти буде не просто.

По-четверте, подальше сприяння поглибленню інтеграційних процесів з країнами-партнерами, реалізація стратегічних векторів соціально-економічного розвитку країни. Держава має сприяти нормативно-правовому та організаційному за-

безпеченю експортно-орієнтованому бізнесу. Україна обрала євроінтеграційний вектор, отже, сучасні умови розвитку середовища вимагають іще більше активізувати співпрацю, що сприятиме подальшим проведенням реформ, зокрема у сфері підтримки експортно-орієнтованого бізнесу та формуванню конкурентоспроможної економіки. Чинником формування сприятливого бізнес-середовища виступає законодавча база, яка сприятиме створенню привабливих умов для бізнесу з країнами-партнерами.

Законодавча база через закони, розпорядження, постанови встановлює певні правила на ринку, що сприяють (або дестабілізують) ситуації щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності, та зокрема експорту. Загалом законодавча база в Україні є сформованою. Величезна кількість вітчизняних та міжнародних нормативних актів становлять досить складну систему вітчизняного законодавства у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Загалом нормативно-правова база регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є багаторівневою, складною та забюрократизованою, що в умовах високого рівня корупції створює ризики для ефективного розвитку компаній на зовнішніх ринках. Більш того національне законодавство має тенденцію до постійних змін, що не може сприяти стабільному розвитку експортно-орієнтованого бізнесу. Тобто, для підтримки експортно-орієнтованих компаній необхідна реалізація виваженої політики в рамках існуючої договірно-правової бази, спрямованої на подальше формування зон вільної торгівлі без вилучень та обмежень з основними торговельними партнерами.

По-п'яте, диверсифікація структури зовнішньої торгівлі. Чим більш диверсифікована торгівля, тим менш вразливою є країна до коливань на світових товарних ринках, що сприятиме макроекономічній стабільності. Диверсифікація експортних товарних позицій у бік готової продукції з великою доданою вартістю сприятиме економічному зростанню. Також слід за-

значити, що переорієнтація експорту на продукцію з великою доданою вартістю можлива в першу чергу за рахунок збільшення притоку прямих іноземних інвестицій. Покращення економічної ситуації в країні, підтримка експортно-орієнтованих підприємств призводить до зростання та диверсифікації українського експорту у більшості секторах економіки. Не дивлячись на поточну кризу пов'язану також і з пандемією вважаємо, що Україна має усі передумови для створення конкурентоспроможної, експортно-орієнтованої економіки. Україна має потенціал (технологічний, інноваційний, науковий, ресурсний) для зміщення позицій на міжнародних ринках; Україна має потенціал і в міжнародній спеціалізації, зокрема в агропромисловому секторі, машинобудівному. Разом з тим, на даний час переважають саме природні, а не набуті фактори конкурентоспроможності. Товарна і географічна диверсифікація, повинна базуватися на ефективному використанні існуючих та створенні нових основних конкурентних переваг країни [12]. Конкурентоспроможність вітчизняної економіки залежить від оптимальної диверсифікації експорту. Отже, державна підтримка, особливо у напрямку стимулювання, кардинальні та якісні зміни збільшуватимуть обсяги вітчизняного експорту та підвищуватимуть конкурентоспроможність вітчизняних товарних позицій на міжнародних ринках.

По-іншосте, забезпечення збалансованості зовнішньої торгівлі України. За рахунок високого рівня відкритості економіки, що стало наслідком інтеграційних процесів та формуванням ринкової економіки, для Україні вкрай необхідним є дотримання збалансованості експортно-імпортних операцій. Рівень відкритості зазвичай розглядають через зовнішньоторговельну, експортну та імпортну квоти. Рівень відкритості в останні десятиліття становить понад 80% (рис.5.1.), для порівняння – у високо розвинутих країнах, Китаю даний показник, як правило, не перевищує 50%. Отже, для успішної інтеграції до міжнарод-

них ринків і з врахуванням безпекового та сталого економічного розвитку Україна повинна дотримуватися оптимального та збалансованого рівня зовнішньої торгівлі.

Використані джерела

1. Експортна стратегія України. Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на 2017-2021. 145 с. URL: <https://www.kmu.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України» URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Офіційний сайт Національного банку України URL: https://bank.gov.ua/files/ES/Tov_y.pdf
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Trade and Agriculture of Ukraine (2020). Free Trade Agreements. Retrieved 10 March, 2020 from: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9538dee1-a00d-4b82-8a8d-ccfaee253185&title=UgodiProVilnuTorgivliu>
5. Офіційний сайт Офісу з розвитку підприємництва та експорту URL: <https://epo.org.ua/about/>
6. Офіційний сайт ПАТ «Експортно-кредитне агентство» URL: <https://www.eca.gov.ua/>
7. Сахацький М., Ксьонжик І. Інструменти державної підтримки експортного потенціалу аграрних підприємств України. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2016, №2, с.29-36
8. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Моніторинг експортної стратегії України 2017-2021 URL: <https://exportstrategy.me.gov.ua/progress>
9. Офіційний сайт ЮНКТАД. Доклад о мировых инвестициях 2020 URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_overview_ru.pdf
10. Ерік С. Райнерт. Як багаті країни забагатіли... і чому бідні залишаються бідними. К., 2014, 444 с.
11. Офіційний сайт Державної підтримки українського експорту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Проект На-

ціональної стратегії розвитку URL:<http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html>

12. Шнирков О.І., Резнікова Н.В. Проблема трансформації товарної експортної спеціалізації України в умовах пошуку нових ринків збуту. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015, Випуск 124 (частина II), с. 121-129.

Післямова

Розвиток глобалізаційних процесів у світовій економіці досить гостро ставить питання про використання країнами свого експортного потенціалу. І хоча цей термін – «експортний потенціал» – вживается переважно у пострадянській економічній літературі, це зовсім не означає, що він не має права на життя. Саме через існування експортного сектору пострадянські країни стали інтегруватися у глобальну економіку одними з останніх, бо поділ виробництва на «для себе» і «для закордону» не дав можливості інтенсифікувати процес інтеграції і зацікавити в собі країни світу, що йшли шляхом ринкового економічного розвитку.

Радянська економічна спадщина продовжує жити, причому вона набуває не просто модифікованого вигляду, а часто викривленого у відповідності із розумінням окремих наукових, політичних та ділових кіл. Відтак, Україна продовжує розподіляти і процес виробництва, і його результати за старим радянським принципом. За умови прагнення до максимізації свого доходу і прибутку бізнес-структурі завжди будуть віддавати переваги експортній складовій своєї діяльності, нехтуючи потребами національної економіки і створюючи дисбаланси у попиті і пропозиції, як, наприклад, в цей час, коли за нестачі деревини простоюють паперові комбінати, металургійні підприємства задихаються від нестачі металобрухту, а на поліцях магазинів турецький хліб та турецькі крупи. Все це стало наслідком того, що до експортного потенціалу потрапила значна частина внутрішнього економічного потенціалу, яка мала б працювати на забезпечення національних економічних інтересів. Отже, проблема експортного потенціалу та його використання не є надуманою, вона відзеркалює особливості сучасного розвитку української економіки, і коли ці проблеми стають об'єктом наукового вивчення, вони починають відпо-

відати на питання «а що дійсно відбувається і до чого це може призвести».

Почавши дослідження проблем експортного потенціалу, ніхто і ніколи не може сказати, що дослідження завершено. Глобальна економіка створює мінливе середовище, яке весь час провокує появу нових чинників та тенденцій світового і національного економічного розвитку і викликає до життя незнані раніше моделі міжнародної взаємодії. Недаремно великий Й.-В. Гете у «Фаусті» звернув на це увагу, коли писав «Теорія завжди, мій друге, сіра, а древо жизні – золоте». Науковці будуть повертатися до проблем експортного потенціалу доти, доки він не перетвориться на звичайний інструмент функціонування українського бізнесу, без його поділу на внутрішньо- і зовнішньо-орієнтований, доки Україна та її економічні суб'єкти не займуть відповідного економічному, природному та кадровому потенціалам місця у глобальній економіці.

Проведене дослідження дозволило виявити особливості формування та розвитку експортного потенціалу країни, які, з одного боку, дозволяють Україні вирішувати проблему економічного зростання за рахунок зовнішніх чинників, а з іншого – спричиняють певний регрес цього розвитку. Пояснення цього факту лежить у специфіці формування експортного потенціалу країни, коли його основу складає природний експортний потенціал, що реалізується, наближаючись до 100%, в той час, як набутий експортний потенціал повільно занепадає, на маючи навіть своєї резервої складової. Звісно, реструктуризація української економіки, про яку говорять вже роками, могла б позитивно вплинути на вирішення цієї проблеми, але вона можлива за умови ведення інвестиційно-інноваційного виробництва, яке потребує значних капіталовкладень. Внутрішніх інвестицій для цього фактично немає, зовнішні, при наявній політичній та економічній ситуації, в країну не тільки не йдуть, а їх відпливають. У цьому контексті дуже важливим є зауважен-

ня колишнього міністра іноземних справ України П. Клімкіна, коли він пояснював, чому Німеччина не поставляє Україні оборонну зброю: в Україні немає економічного інтересу Німеччини, якби тут були німецькі компанії та банки, то було б що захищати, а нинішня Україна Німеччині не дуже цікава. Це ж саме можна сказати і про ряд інших розвинених країн. Але ж саме залучення іноземного капіталу і включення у глобальний виробничий процес (процес міжнародного виробництва) дозволить Україні ефективно вбудуватись у глобальні виробничо-збутові ланцюги, піднятись в них на більш високі ланки, які генерують суттєво вищу додану вартість. Вона, як додатковий дохід, може стати джерелом реструктуризації української економіки і формування набутого експортного потенціалу.

Проаналізовані в монографії технології використання експортного потенціалу вказують на існування в Україні значних інструментальних резервів, активізація яких могла б покращити міжнародну торговельну і виробничу позицію України. Однак їх використання потребує не лише додаткового обґрунтованого аналізу кожним економічним суб'єктом, а й цілеспрямованої діяльності держави, орієнтованої на приведення у відповідність приватних і національних економічних інтересів. Саме держава, починаючи з активізації політико-дипломатичних дій і завершуючи створенням умов для реструктуризації експортного потенціалу і його злиття з економічним потенціалом, здатна усунути дисбаланси попиту і пропозиції і створити сприятливі умови для оптимальної інтеграції українського бізнесу у глобальні виробничо-збутові ланцюги, які є реальним втіленням сучасної глобалізованої економіки.

Наукове видання

**Рокоча Віра Володимирівна
Ткаленко Світлана Іванівна
Хорошун Олексій
та ін.**

**Сучасні технології реалізації
експортного потенціалу**

Колективна монографія

Друкується за авторською редакцією

Підписано до друку
Формат 60x84/16. Гарнітура Minion.
Ум. друк. арк. 26,1. Наклад прим.
Замовлення №

Університет економіки та права «КРОК»
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру ДК № 613 від 25.09.2001 р.

Надруковано департаментом поліграфії
Університет економіки та права «КРОК»
місто Київ, вулиця Табірна, 30-32
тел.: (044) 455-69-80
e-mail: polygrafia.krok@gmail.com