

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.01 – МР. 466 “С” 2021.03.16. 019 ПЗ

**ПРАСОЛА ВЛАДИСЛАВА ОЛЕКСАНДРОВИЧА**

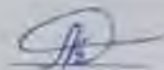
**2021 р.**

Освітня програма «Менеджмент: підвищення економічної діяльності»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Гарант освітньої програми

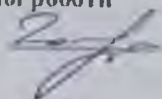
к.с.н., доц



Діброва Л.В.

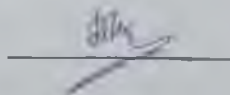
Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

к.с.н., доц



Голомша Н.С.

Виконав



Прасола В.О.

КИЇВ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри адміністративного  
менеджменту та ЗЕД

д.с.н., професор

Луц'як В.В.

"16" березня 2021 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Прасолу Владиславу Олександровичу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Диверсифікація експорту пшениці з України

затверджена наказом ректора НУБіП України від "16" березня 2021р. № 466 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2021.11.29

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Закони України, нормативно-правові акти Кабінету Міністрів України, що регламентують діяльність підприємств зернової галузі України, аналітичні матеріали Міністерства аграрної політики та продовольства України, Державної служби статистики України.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретико-методичні засади дослідження диверсифікації зовнішньої торгівлі.
2. Аналіз зовнішньої торгівлі України пшеницею.
3. Напрями розвитку диверсифікації експорту пшениці з України.

Перелік графічного матеріалу: рисунків – 9, таблиць – 19.

Дата видачі завдання "16" березня 2021 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи

Голомша Н.С.

Завдання прийняв до виконання

Прасол В.О.

НУБІП України

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота на тему «Диверсифікація експорту пшениці з України» викладена на 76 сторінках друкованого тексту, включає 19 таблиць і 9 рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Для написання магістерської роботи використано 58 літературних джерел.

**Ключові слова:** диверсифікація, диверсифікація експорту, зовнішня торгівля пшеницею, географічна диверсифікація, товарна диверсифікація, продукти переробки зерна пшениці.

**Мета магістерської роботи:** дослідження теоретичних і практичних аспектів диверсифікації експорту пшениці з України та обґрунтування напрямів щодо її вдосконалення.

**Об'єкт дослідження:** експорт пшениці з України.

**Предмет дослідження:** обґрунтування теоретичних і практичних аспектів диверсифікації експорту пшениці з України.

**Методи дослідження:** монографічний, метод аналізу та синтезу, економіко-статистичний.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в обґрунтуванні напрямів диверсифікації експорту пшениці з України, зокрема перспективних ринків збуту вітчизняної пшениці та продуктів її переробки.

**Практичне значення одержаних результатів.** Окремі пропозиції автора щодо перспективних ринків збуту української пшениці та продуктів її переробки можуть бути використані вітчизняними експортерами в процесі прогнозування своїх експортних операцій.

**Апробація результатів магістерської роботи:** результати дослідження обговорювалися та доповідалися на II Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Сучасний менеджмент. виклики та можливості» (27 квітня 2021р.); ІМ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Нові

виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації» (26-27 жовтня 2021р.)

Публікації

1. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та її

види. «Сучасний менеджмент: виклики та можливості»: матеріали II

Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (27 квітня 2021 р.). К. НУБІП України, 2021. 150 с. С. 59 – 62.

2. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація українського експорту

пшениці. «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації».

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. 26-27 жовтня 2021р. К. НУБІП України, 2021. С.

81- 84.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

# НУБІП України

ЗМІСТ

ВСТУП 6

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ 9

1.1. 10

1.2. 15

1.3. 23

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПШЕНИЦЕЮ 30

2.1. 32

2.2. 40

2.3. 46

## РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКСПОРТУ ПШЕНИЦІ З УКРАЇНИ 49

3.1. 51

3.2. 56

3.3. 61

ВИСНОВКИ 68

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 72

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Для досягнення стійких позицій на світовому ринку держави повинні постійно вносити зміни в свою діяльність. Одним з підходів, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність країни є диверсифікація. Для України її диверсифікація є одним із пріоритетних напрямів вдосконалення зовнішньої торгівлі. Сьогодні не існує майже жодної країни світу, яка спромоглася досягти високого рівня економічного розвитку, не диверсифікувавши експортні й імпорتنі поставки товарів та послуг. Кожна країна прагне оптимізувати власні товарну та географічну структури торгівлі товарами та послугами, що вимагає правильного вибору методів, шляхів та напрямів здійснення диверсифікаційного процесу в зовнішній торгівлі.

**Об'єктом дослідження** є експорт пшениці з України.

**Предметом дослідження** є обґрунтування теоретичних і практичних аспектів диверсифікації експорту пшениці з України.

**Метою магістерської роботи** є дослідження теоретичних і практичних аспектів диверсифікації експорту пшениці з України та обґрунтування напрямів її вдосконалення.

Для досягнення мети в роботі поставлені наступні **завдання**:

- обґрунтувати значення зовнішньої торгівлі та необхідність її диверсифікації;
- узагальнити сутність поняття “диверсифікація зовнішньої торгівлі” та дослідити її види;
- обґрунтувати методик дослідження зовнішньої торгівлі та напрямів її диверсифікації;
- проаналізувати тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України пшеницею;
- дослідити зміни в географічній структурі вітчизняного експорту пшениці;

- встановити тенденції розвитку експорту продуктів переробки зерна пшениці;

- обґрунтувати стратегію розвитку експортних можливостей зернової галузі України;

- обґрунтувати перспективи експорту пшениці з України, напрями її географічної диверсифікації;

- розробити пропозиції щодо збільшення експорту продуктів переробки зерна пшениці

- обґрунтувати напрями збільшення виробництва борошна в Україні та диверсифікації його експорту.

В роботі використано наступні методи дослідження:

- монографічний – для узагальнення сутності поняття “диверсифікація зовнішньої торгівлі”;

- метод аналізу та синтезу – для деталізації об’єкту дослідження;
- економіко – статистичний – для виявлення тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі пшениці.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в обґрунтуванні напрямів диверсифікації експорту пшениці з України, зокрема перспективних ринків збуту вітчизняної пшениці та продуктів її переробки.

**Практичне значення одержаних результатів.** Окремі пропозиції автора щодо перспективних ринків збуту української пшениці та продуктів її переробки можуть бути використані вітчизняними експортерами в процесі прогнозування своїх експортних операцій.

**Апробація кваліфікаційної магістерської роботи:** результати дослідження обговорювалися та доповідалися на: II Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості» (27 квітня 2021р.); IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації» (26-27 жовтня 2021р.).



**Публікації.**

1. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та її види. «Сучасний менеджмент: виклики та можливості». матеріали II

Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (27 квітня 2021 р.). К. НУБіП України, 2021. 150 с. С. 59 – 62.

2. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація українського експорту пшениці. «Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації».

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. 26-27 жовтня 2021р. К. НУБіП України, 2021. С.

81- 84.

Кваліфікаційна магістерська робота викладена на 76 сторінках друкованого тексту, включає 19 таблиць і 9 рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Для написання магістерської роботи використано 58 літературних джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

### 1.1. Значення зовнішньої торгівлі та необхідність її диверсифікації

Взаємодія національних економік реалізується на світовому ринку через міжнародні економічні відносини. Розкриваються ж дані зв'язки через основні форми МЕВ, такі як: міжнародна торгівля, яка формується за рахунок зовнішньої торгівлі окремих країн, міграцію робочої сили та рух капіталу, що трапляються на міжнародному рівні та через валютно-кредитні відносини. Ці форми міцно пов'язані між собою, мають вплив одна на одну, і при цьому утворюють допоміжні стимули для взаємного розвитку та єдиного злагодженого систему [8].

Найбільш традиційним та розвиненішим елементом міжнародних економічних відносин є зовнішня торгівля. Вона являє собою модель, за допомогою якої відбувається взаємозв'язок між виробниками продукції з різних країн, що виникає на засадах міжнародного поділу праці та вказує на їхню взаємну економічну залежність.

Відомий американський економіст Д. Сакс (Sachs) оцінив, що зовнішня торгівля займає на сьогодні 80% усіх міжнародних економічних відносин. Якщо розглядати зовнішню торгівлю окремої країни як складову міжнародної торгівлі, то вона є знаряддям інтеграції даної країни у світовий ринок та взаємозв'язком між її виробниками товару та споживачами із різних країн. Завдяки цьому сучасні міжнародні економічні відносини стають невід'ємною частиною розвитку національних економік.

Величезна кількість досліджень присвячена питанню покращення економічного стану країни через вплив на неї зовнішньої торгівлі. Дана тема хвилювала людей з давніх-давен [26].

Перші спроби пояснити поняття «зовнішня торгівля» можемо зустріти ще в судженнях Арістотеля, філософа античного світу, в ті часи, коли зовнішня торгівля під виглядом міждержавних економічних зв'язків в економіці стародавніх цивілізацій розповсюджувалася на-ряду з неторгівельним рухом товару (обмін подарунками, заволодіння речами у результаті військових дій).

Першими ж офіційно зафіксованими дослідженнями сутності зовнішньої торгівлі, були спричинені відкриттям Америки та морського шляху довкола Африки і належали вони представникам економічної школи меркантилізму, які сприймали зовнішню торгівлю єдиним можливим джерелом

збагачення. Найбільш блискучими представниками меркантилізму, які висловлювали свої погляди на зовнішню торгівлю, вважаються Т. Ман (Mun), А. Серра (Serra), А. Дженovesi (Genovesi) [36].

Подальшими спробами вивчення даного займалися фізіократи, представники течії економістів, на чолі з лідером Ф.Кене (Quesnay). Вони поширювали економічні погляди стосовно зовнішньої торгівлі та разом з тим піддавали критиці меркантилістські твердження щодо одержання вигоди від її проведення.

Але перші спроби визначення поняття «зовнішня торгівля» та який вона має вплив на економічний стан держави були далекими від істини.

Адам Сміт, представник школи класицизму намагався більш вичерпно висвітлити дане питання. Створивши відому нині теорію «абсолютних переваг», вигоду від зовнішньої торгівлі він розглядав у тих випадках коли країна продає за кордон товари, при виробництві яких було задіяно найменше ресурсів, а імпорт доцільний тоді, коли продукція виробляється партнером з меншими витратами, ніж це було би в країні куди відбувається її ввезення.

Класичну модель зовнішньої торгівлі асоціюють з представниками класичної школи економічної думки Р. Торенс (Torrens) та Д.Рікардо (Ricardo).

Їй на зміну прийшла неокласична теорія зовнішньої торгівлі Хекшера-Оліна (Heckscher-Ohlin), яку згодом доповнили та перетворили у теорему

Лернера–Самуельсона (Lerner – Samuelson), названа на честь двох відомих економістів-теоретиків.

Теоретичні досягнення попередників безжалюбно критикували наступні дослідники, чиї судження також будуть піддані критиці в майбутньому. Однак всі попередні моделі і теореми спростував парадокс В. Леонтьєва, який довів наявність набагато більшої кількості факторів, що виходять з моделі зовнішньої торгівлі, ніж таких вважалось раніше.

В процесі аналізу нормативних матеріалів виникають різні визначення терміну «зовнішня торгівля». А. І. Баланова та І. Т. Баланова трактують його, як форма обміну товарів між покупцями та продавцями різних країн [4]. О. П. Кірсева висловлювала думку, що зовнішня торгівля складається з товарних та грошових відносин одних країн з іншими, які є в міжнародній або в світовій торгівлі [18]. Однак в економічному словнику ця категорія розкривається трохи детальніше. Тут її розглядають як торгівлю з іншими країнами, де відбувається експорт та імпорт товарів тих чи інших країн [35].

Слід зауважити, що темпи розвитку світової торгівлі мають близьке відношення до довжини «довгих хвиль» М. Кондратьєва [55]. Їх подальші дослідження помітили неабияке пришвидшення темпів розвитку світової торгівлі у висхідній фазі, ніж при спаданні (Е. Мандел). Аналіз об'ємів валового виробництва та експорту (Т. Кушинський), кількості інновацій та виданих патентів (Х.-Д. Хаупштайн, С. Нойвірт) також підтверджують наявність довгих хвиль в світовій торговельній динаміці [19].

Через новий підхід до міжнародної торгівлі П. Кругмана, вдалося теоретично обґрунтувати об'єктивну реальність, що розкривала основні міжнародні товарні потоки, які доставали більшою мірою між подібними за рівнем розвитку країнами, так як споживачі вимагають різноманіття у виборі продуктів, який вів до ефективної економії на масштабах промислового виробництва. Отож, Кругман доводить свою думку, як кожна країна може спеціалізуватися на виробництві декількох різновидів якогось виду продукції замість продукування всієї номенклатури.

Юрист за освітою Шершневич Г. Ф., зовнішню торгівлю відносив до виду торгівлі, що відбувається між виробниками і споживачами, які належать до різних держав [44].

В тому, що зовнішня торгівля є одним із видів господарсько-торговельної діяльності, відмінною рисою якого є здійснення у сфері товарного обігу на зовнішньому ринку був переконаний видатний дослідник О. О. Ашурков [30].

Відповідно до суджень певних вчених зовнішня торгівля є особливим видом зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема А. А. Попов доводить, що зовнішня торгівля як вид зовнішньоекономічної діяльності є посередництвом в тому чи іншому виді господарської діяльності українського суб'єкта між українськими виробниками і іноземними споживачами, іноземними виробниками іноземними споживачами, що має місце як на території України, так і за її межами [29].

Зовнішню торгівлю К. І. Толстая вважає відособленим типом зовнішньоекономічної діяльності і бере її до уваги як своєрідну складну форму господарювання, яка виходить за межі господарювання національного ринку і має специфічні риси в питаннях розрахунків; ціноутворення; якості товарів, робіт, послуг; об'ємів експорту-імпорту; відповідальності; поставок; механізмів здійснення даних відносин [40].

Такого висновку доходить Юшина С. І., що зовнішня торгівля є не лише продажем чи купівлею, а складним процесом взаємовідносин між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, де держава, а також юридичні та фізичні особи є його учасниками [46].

Науковці Б. Куст, Т. Халова формулюють зовнішню торгівлю як комплекс заходів, які слід провести країні з метою досягнення на міжнародному ринку значних переваг у галузі економіки, а також для захисту внутрішнього ринку від конкуруючого імпорту.

Швайка Л. А. зовнішньоторговельну діяльність трактував як систему економічних взаємовідносин між країнами з метою ввезення та вивезення товарів та послуг [41].

Думок стосовно поняття зовнішня торгівля багато і всі вони мають право на існування. З огляду на вищенаведені тлумачення науковців можемо зробити висновок, що зовнішня торгівля у широкому розумінні – це процес економічної діяльності країн світу, внаслідок якого вони отримують доходи від постачання товарів та послуг на зовнішній ринок, а також від податків на імпорт, що функціонує завдяки взаємному інтересу окремих суб'єктів господарювання.

Будь-яка країна долучається до міжнародної торгівлі з метою підвищення власного добробуту. Беручи участь в міжнародній торгівлі, країни отримують:

- можливість експортувати ті товари, у виробництві яких ширше споживаються ресурси, котрі є у них у порівняно великій кількості;

- можливість імпортувати такі товари, для виробництва яких потрібно було б витратити багато порівняно обмежених у неї ресурсів;

- ефект економії на більших масштабах виробництва, спеціалізуючись при цьому на більш вузькому наборі товарів [22].

Також у сучасних умовах активна участь країни у світовій торгівлі пов'язана з отриманням нею додаткових переваг: полегшення доступу до світових досягнень науки та техніки, а також зовнішня торгівля товарами та послугами дозволяє задовольнити індивідуальні потреби споживачів більш повним чином, оскільки дані товари та послуги можуть мати кращу якість, ніж вітчизняні. Для України зовнішня торгівля виступає не лише джерелом валютних надходжень до бюджету, вона дає можливість зарекомендувати себе на зовнішній арені, а також визначитись з напрямками інтеграції, бо дотепер зовнішня торгівля, як одна із сфер зовнішньоекономічної діяльності, є основою інтеграції у світове товариство [27].

Зважаючи на всі наведені переваги від участі у міжнародній торгівлі, варто зазначити, що для цього слід бути гнучким та конкурентним. З цією метою слід проводити політику диверсифікації, що дозволить, до прикладу, уникнути небажаних та неочікуваних проблем із дистрибуторами сировини чи вже

готових товарів та досягнути певної стабільності, а також може покращити продаж власних товарів за рахунок пошуку нових перспективних ринків за кордоном або ж завдяки створенню нових товарів із більшою доданою вартістю, що теж значно сприятиме розвитку економіки.

## 1.2. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та її види

Одним із пріоритетних напрямів вдосконалення зовнішньої торгівлі України є її диверсифікація.

Диверсифікація стала звичайною ціллю в економічних стратегіях в менш розвинених країнах, де шукають як уникнути сильної залежності від одного чи декількох товарів, що є основною масою, яка генерує надходження від експорту і таким чином ухилитися від втрат в людському достатку та розробити цілі на випадок гострих коливань у експортних надходженнях. [58]

Через це терміни “диверсифікація зовнішньої торгівлі” та “диверсифікація експорту” набули широкого поширення, тому з’являється необхідність чіткого визначення суті даних понять.

Саме слово “диверсифікація” етимологічно походить від латинського “diversus” – різний, “facere” – роботи, “diversifikatio” – зміни, різноманіття. Однак розуміння сутності терміну “диверсифікація” зазнали природних змін в історичному процесі і продовжують залишатися неоднозначними (Табл. 1.1).

Водночас, диверсифікація зовнішньої торгівлі розглядається як механізм стабілізації доходів від ЗЕД у країнах, що розвиваються, де частка сировини яскраво виражена в експортному кошику. Особливої актуальності диверсифікація набуває для країн, які мають дефіцит платіжного балансу у зв’язку з потребою в імпорті низьки капітальних товарів, напівфабрикатів і споживчих товарів, яких вимагає їх промисловий розвиток. Окрім того,

національний дохід менш розвинутих країн, як правило, більшою мірою формується за рахунок експортних поставок.

Таблиця 1.1

### Тлумачення поняття «диверсифікація»

С.В. Мочерний  
[25]

Процес розширення номенклатури продукції, яку виробляють окремі фірми та об'єднання. Диверсифікація існує у двох основних формах:

1) розширення асортименту товарів, організація випуску нових видів продукції в межах «власної» галузі, тобто збільшення числа модифікацій певного виду товару, які задовольняють попит окремих груп споживачів;

2) вихід за межі основного виду діяльності, проникнення в нові галузі та сфери господарства

Б.А. Райзберг,  
Л.Ш.  
Лозовський,  
О.Б.

Розширення асортименту, зміна виду продукції, що виготовляється підприємством, фірмою, освоєння нових видів виробництв з метою підвищення ефективності виробництва, отримання економічного зиску, попередження банкрутства.

Стародубцева  
[34]

Аналіз економічного трактування терміну «диверсифікація» в

зовнішньоторговельній сфері зарубіжними вченими довів різноманітність тлумачення даного поняття. (Табл.1.2)

Диверсифікацію експорту можна описати як збільшення кількості окремих продуктів в базі експорту, що поєднується із скороченням залежності від одного товару як джерела іноземних надходжень від експорту. Така диверсифікація в багатьох країнах може бути описана як 3-етапний процес, який співпадає власне із самими стадіями економічного розвитку.



По-перше, продукція експорту диверсифікується від декількох основних сировинних товарів до ширшого ряду сировинних матеріалів. Цей процес типовий для країни, що не мають добре розвинуеного сектору виробництва.

По-друге, експортне виробництво диверсифікується від первинних товарів до ширшого діапазону продукції, що включає виробництво промислової продукції для експорту. Цей процес, в цілому, займає значний проміжок часу і має 2 окремих етапи. Перший етап складається з переробки основної сировини і легкого об'єднання елементарної виробничої промисловості, в той час як другий етап, зміни в технологіях виробництва, в більшому масштабі, до більш складних промислових товарів.

Таблиця 1.2

### Тлумачення поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі»

Автори	Диверсифікація зовнішньої торгівлі – це:
Р. Алі, Дж. Алван [48]	зміна в структурі кошику експортної продукції або країни призначення експортних поставок
Ж. Бертелемі, С. Шовен [50]	розширення виробництва й експорту за галузями економіки.
М. Агозін, Р. Алварез [47]	зміна структури зовнішніх товаропотоків країни, що може бути досягнута або шляхом зміни наявного експортного/імпортного кошику товарів та послуг, або через модернізацію продукції в існуючих зовнішньоторговельних потоках
А. Деніс, Б. Шеферд [51]	розширення асортименту продукції, яку суб'єкти ЗЕД постачають на зовнішні ринки
О.М. Азріліян [3]	Збільшення кількості видів та найменувань продукції та послуг, призначених для експорту

На третьому етапі процесу диверсифікації експорт стає ще більш диверсифікованим, включаючи послуги, такі як фінансові послуги, страхування, комісія та винагорода агентів, будівельні послуги, комунікаційні послуги, роялті та плата за управлінські послуги. В той час як цей 3 етап диверсифікації відноситься більше до економічно розвинених країн, ніж до країн, що розвиваються, все ж деякі теж починають рухатися до цього етапу.

Процес експортної диверсифікації може, на перший погляд суперечити концепції відносних переваг Рікардо, де максимальний дохід від торгівлі можна досягнути за допомогою спеціалізації. Хоча, коли теорія відносних переваг має місце в контексті динамічної світової економіки, де присутні нестійкі коливання у світових ринкових цінах, торговельні бар'єри на іноземних ринках та нестача ідеальної завбачливості – виробництво та експорт різноманіття товарів може добре, фактично, максимізувати внутрішнє економічне зростання та закордонні надходження від обміну. І навіть більше, відносні переваги країн рідко коли залишаються тими самими із плином часу. Зміни у світових цінах, у відносних внутрішніх цінах та витратах і в технологіях можуть вплинути і на структуру внутрішньої економіки і конкурентні позиції внутрішніх виробників. [54]

Отже, узагальнивши вищенаведені тлумачення поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі», можна визначити її як розширення номенклатури товарів і послуг та географічних векторів експортно-імпоротної діяльності на загальнонаціональному рівні.

Відповідно, державна політика диверсифікації зовнішньоторговельної сфери полягає у формуванні механізму оптимізації галузево-географічної структури зовнішньоторговельних потоків для зниження залежності від кон'юнктури світових ринків та забезпечення ефективного товарообміну в системі міжнародних економічних відносин

У процесах диверсифікації зовнішньої торгівлі доцільно розрізняти певні різновиди, які поділяються за трьома критеріями: напрямом руху товарних потоків та структурою зовнішньоторговельних зв'язків. (Рис. 1.1.)

Різновиди зовнішньоторговельної диверсифікації за напрямом руху товарних потоків (експортна та імпортна диверсифікації) передбачають здійснення заходів щодо покращення ситуації в експортній та імпортній діяльності.

Диверсифікація експорту обумовлює формування ефективності і оптимальної структури виробництва, розширення асортименту товарів, поступове збільшення частки високотехнологічної продукції і товарів з високим ступенем обробки, а також освоєння українськими виробниками та експортерами нових ринків, товарів, технологій, капіталів і послуг.

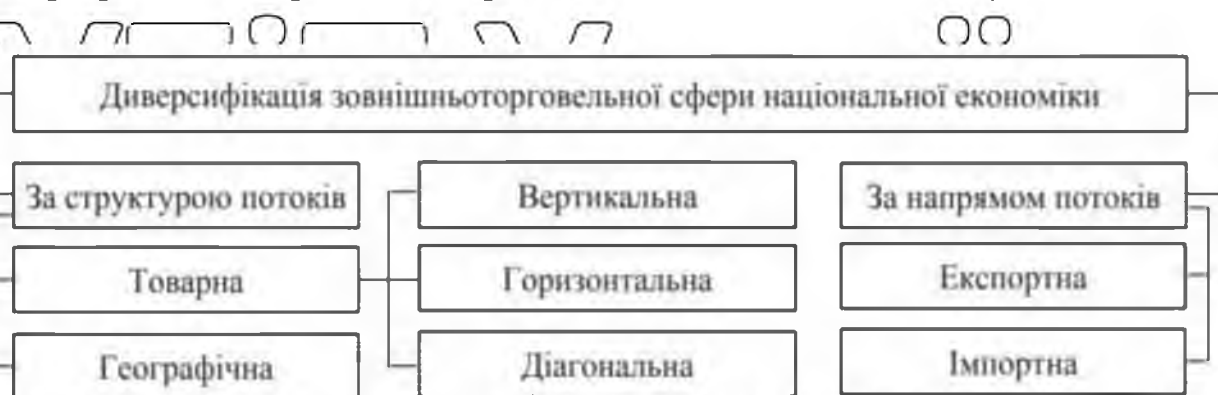


Рис. 1.1. Різновиди диверсифікації зовнішньої торгівлі [15]

Диверсифікація імпорту передбачає різке зменшення залежності від імпорту важливих факторів виробництва (енергосиїв і стратегічних видів сировини) і різноманітність джерел постачання цих компонентів, а також створення в Україні імпортозамінних виробництв на основі новітніх передових технологій [13]

За структурою зовнішньоторговельних зв'язків диверсифікацію поділяють на товарну й географічну. Товарна диверсифікація передбачає заходи спрямовані на удосконалення товарної структури зовнішньої торгівлі. Найбільш необхідною вона є для тих країн, у яких у товарних структурах експорту та (або) імпорту певні товари значно переважають над іншими, особливо, якщо ці товари є сировинними. Водночас товарна диверсифікація може набувати таких форм:

– горизонтальна, яка відбувається в межах одного сектору економіки країни (аграрного, промислового) та полягає в реструктуризації експорту через додавання нових товарів до наявної номенклатури зовнішніх поставок у межах однієї товарної групи;

– вертикальна, її ще називають концентричною диверсифікацією, включає додавання подібних товарів чи послуг до вже існуючих, тобто вона передбачає перехід від сировинного до промислового сектору економіки і сприяє розвитку економічної активності у сфері обробки та перероблення сировинної продукції, маркетингу та інших супровідних послуг;

– діагональна, її ще називають конгломеративною, вона включає додавання нового продукту чи послуги, яка значно відрізняється в технологічному чи комерційному плані від існуючих, таким чином вона полягає в розширенні імпортного кошика комплектуючих і обладнання для оптимізації виробничих процесів підприємств переробної промисловості.

Географічна диверсифікація передбачає зміни в географічній структурі експорту (імпорту) та спрямована на збалансування торгівлі з різними країнами світу й уникнення ризиків від масштабної торгівлі з однією або кількома країнами-партнерами [14].

Автор Семенюк [37] розрізняє також диверсифікацію торгівлі на корпоративному, національному, міждержавному, наднаціональному та глобальному рівнях.

На корпоративному рівні диверсифікація торгівлі проводиться окремими суб'єктами господарювання, тобто окремими підприємствами. В цьому випадку кожне підприємство самостійно вирішує питання пошуку зовнішньоекономічних партнерів. Це може стосуватися як експорту (пошук ринків збуту продукції), так і імпорту (пошук джерел постачання сировини).

На корпоративному рівні диверсифікація експорту здійснюється для зниження ризиків при збуті товарів та для розширення мережі ринків збуту

продукції. В той же час диверсифікація тісно пов'язана з асортиментом продукції. Перед підприємством стоїть задача пошуку найбільш оптимального та найбільш прибуткового варіанту при продажу різних типів продукції на ринках різних країн.

На національному рівні диверсифікація проводиться за допомогою урядів країн. Це передбачає проведення різних державних програм і заходів, які направлені на диверсифікацію зовнішньої торгівлі держави. Ці програми та заходи можуть носити як загальний характер (спрямовані конкретно на проведення диверсифікаційних заходів), так і галузевий характер (спрямовані на покращення ситуації в окремій галузі). Передумовою диверсифікаційної політики є нерівномірність розвитку галузей економіки держави, падіння норми прибутку, зниження рівня впроваджень науково-технічного прогресу, недоліки у системі оподаткування, невідповідність структури виробництва структурі приватного сектора. Для розробки напрямків диверсифікаційної політики на рівні держави постає необхідність такого вибору, який був би найбільш вигідним і мав довгострокову перспективу розвитку кількох галузей. Важливим також є розуміння того, що диверсифікація не є головним чинником, який визначає ефективність економіки держави. Умовою потенційного зростання ефективності економіки є чітко визначений напрямок диверсифікації.

На міждержавному рівні диверсифікаційні заходи проводяться за погодженням урядів держав-партнерів, які спільно розробляють диверсифікаційну політику. Крім того, країни, які входять до складу об'єднань можуть спільно проводити диверсифікацію за допомогою керуючих органів, що стоять на чолі об'єднання. В такому випадку диверсифікаційні міри будуть носити наднаціональний характер.

На глобальному рівні масштабні заходи диверсифікації торгівлі проводяться за рекомендаціями міжнародних організацій глобального типу, таких як ООН, СОТ, МВФ та ін. [37]

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

### 1.3. Методика дослідження зовнішньої торгівлі та напрямів її диверсифікації

Згідно даних міжнародного торговельного центру, до вітчизняних продуктів, з найбільшим невикористаним експортним потенціалом відносяться все ж таки сировинні товари, зокрема рослинного походження, такі як: насіння соняшника та соняшникова олія, пшениця, кукурудза. Проте розвиток і подальше нарощення обсягів зазначених товарів не буде мати позитивного впливу на розвиток зовнішньої торгівлі. Перш за все це обумовлено тим, що сировинна продукція є практично однорідною, а отже являє собою ідеальні товари-субститути, які можуть бути з легкістю замінені при несприятливій волатильності або кон'юнктури ринку. По-друге, сама торгівля таким видом товарів відбувається на товарних біржах, що виключає можливість розширення номенклатури. Тому вкрай необхідно змінювати товарну структуру вітчизняного експорту. Поряд з тим важливо знайти нові напрями не лише товарної, а й географічної диверсифікації, оскільки, експорт сировинними товарами відбувався в більшій мірі з одними й тими самими торговельними партнерами. Така ситуація буда спричинена тривалий час відсутністю необхідності вітчизняних підприємств у пошуку нових ринків збуту та зміні структури експорту, через сприятливу кон'юнктуру зовнішніх ринків та отримання високих прибутків при мінімальних інвестиціях [6]

При дослідженні диверсифікації пшениці з України ми аналізували показники зовнішньої торгівлі, зокрема:

**Експорт** – це продаж товарів за державний кордон, в іншу країну та їх переміщення через митний кордон країни — місце знаходження експортера – країни, яка продає товар. Може вимірюватись як кількістю коштів, так і кількістю реалізованої продукції. До експорту може також належати продаж товарів та послуг іноземним резидентам без їхнього вивезення за кордон країни-продавця, експортера.

**Реекспорт** – це продаж та вивезення за кордон раніше ввезеного товару, який не піддавався в реекспортуючій країні жодкій обробці. Обсяг реекспортованих товарів включається до складу експорту і обліковується як експорт.

**Імпорт** – це купівля товарів у іноземних суб'єктів та їх ввезення на територію країни-імпортера, включаючи закупку товарів, які призначені для особистого споживання національними організаціями та відомствами, що знаходяться за кордоном країни-імпортера. Імпорт розраховується як і у вартісних, так і у кількісних одиницях.

**Реімпорт** – це імпорт товарів, які раніше вивозилися із країни і не підлягали переробці.

**Виробництво** - це процес створення продуктів для існування і розвитку людського суспільства.

**Частка експорту у виробництві** – це відсотковий показник, що вказує яка частина продукції від загального обсягу виробництва йде на експорт

**Баланс виробництва, споживання і накопичення сукупного суспільного продукту** (баланс суспільного продукту) – основний розділ балансу народного господарства, який характеризує рух сукупного суспільного продукту і окремих його частин на всіх стадіях розширеного відтворення. Баланс суспільного продукту відображає матеріально-речовий аспект відтворення і розробляється для забезпечення необхідних балансових зв'язків між обсягом виробленого суспільного продукту і напрямками його кінцевого використання. Баланс суспільного продукту відіграє важливу роль в аналізі й плануванні економічного розвитку. На основі даних балансової таблиці можна розрахувати не тільки обсяг сукупного суспільного продукту, а й обсяг кінцевого продукту, національного доходу, фондів споживання й нагромадження тощо як загалом по країні, так і по галузях матеріального виробництва, визначити тип суспільного відтворення і характер економічного розвитку країни, охарактеризувати



натурально-речову і вартісну структури суспільного продукту, визначити і проаналізувати основні пропорції відтворення й показники його ефективності, виявити співвідношення між обсягами виробництва галузей матеріальної сфери, окремих соціальних секторів. Оцінка показників балансу суспільного продукту проводиться у вартісній формі в діючих цінах поточного року. [45]

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності можна виділити дві групи показників: узагальнюючі показники та показники окремих спрямувань діяльності.

Оцінювання ефективності зовнішньої торгівлі на рівні держави виконується за допомогою абсолютних та відносних показників. Головними абсолютними показниками, які характеризують зовнішню торгівлю країни, є: обсяги експорту, імпорту, зовнішньоторгового обороту (сума експорту та імпорту), зовнішньоекономічне сальдо (вартість експорту за відніманням вартості імпорту). Завдяки даним показникам визначаються найголовніші відносні показники, передусім це експортна квота, імпортна квота та коефіцієнт зовнішньоторгового обороту.

Показники аналізу зовнішньої торгівлі можна поділити на 7 груп:

1. Обсягові (абсолютні);

- Експорт (реекспорт);
- Імпорт (реімпорт);

- Зовнішньоторговельний обіг;

- “Генеральна” торгівля;
- “Спеціальна” торгівля (експорт та імпорт);

- Фізичний обсяг зовнішньої торгівлі;

2. Результуючі;

# НУВБІП УКРАЇНИ

- Сальдо торговельного балансу (балансу послуг; балансу поточних операцій);
- Індекси стану балансу;
  - Індекс “умови торгівлі”;

# НУВБІП УКРАЇНИ

- Індекс “концентрації” експорту;
- Коефіцієнт імпоротної залежності країни;
  - Індекс чистої торгівлі;

# НУВБІП УКРАЇНИ

3. Структурні;
- Товарна структура експорту (імпорту);
    - Індекс “диверсифікації” експорту;
    - Регіональні структури експорту та імпорту;

# НУВБІП УКРАЇНИ

4. Інтенсивності;
- Індекс географічної концентрації (експорту, імпорту);
    - Обсяг експорту та імпорту, або зовнішньоторговельного обігу на

# НУВБІП УКРАЇНИ

- Індекс інтенсивності на душу населення;
  - Квоти ( Експортна, імпортна, зовнішньоторговельна);
  - Інтенсивність та рівень внутрішньогалузевого обміну;

# НУВБІП УКРАЇНИ

5. Ефективності;
- Макроекономічні (Ефективність зовнішньоторговельного обігу, ефективність експорту, ефективність імпорту);
    - Зовнішньоторговельної операції (ефект експорту, ефективність експорту, рентабельність експорту, ефект імпорту, ефективність імпорту);

# НУВБІП УКРАЇНИ

6. Динаміки;

## 7. Зіставлення;

При аналізі експортної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання ми керувалися наступними етапами:

- Розраховуємо **сальдо зовнішньої торгівлі**, що є різницею між експортом та імпортом товарів та **зовнішньоторговельний оборот**, що є сумою експорту та імпорту товарів;

Товарооборот зовнішньоекономічної діяльності є показником, який характеризує обсяг зовнішньої торгівлі країни, тобто суму експорту та імпорту за період, що аналізується.

$$ЗТО = E + I, \quad (1.1)$$

де ЗТО - зовнішньоторговельний оборот;

E - кількість експорту за 1 рік;

I - кількість імпорту за 1 рік.

Сальдо торговельного балансу відноситься до результуючих показників вони характеризують стан зовнішньої торгівлі за критерієм збалансованості експорту та імпорту, ефективності та місця країни в світовій торгівлі

$$C_T = E_T - I_T, \quad (1.2)$$

де  $C_T$  - сальдо торговельного балансу;

$E_T$  - вартість експорту товарів;

$I_T$  - вартість імпорту товарів.

До основних показників, що характеризують ступінь відкритості економіки, участь країни в міжнародному поділі праці відносять **експортну та імпортну квоту**;

**Експортна квота** показує залежність країни від збуту продукції на ринках інших країн та обчислюється як відношення обсягу експорту в натуральному або

вартісному вираженні за даний період до обсягу виробленої продукції за цей період.

$$K_E = \frac{E}{B} * 100\%, \quad (1.3)$$

де E - обсяг експорту країни за рік;

B - обсяг виробленої продукції за рік.

**Імпортна квота** описується як частка імпорту у валовому внутрішньому продукті країни, також показує рівень залежності країни від імпорту товарів та послуг.

$$K_I = \frac{I}{B} * 100\%, \quad (1.4)$$

де  $K_I$  - імпортна квота;

I - обсяг імпорту країни за рік;

B - обсяг виробленої продукції за рік.

**Зовнішньоторгівельна квота** розраховується за подібною формулою, де в чисельнику знаходимо зовнішньоторгівельний оборот:

$$K_{ЗТ} = \frac{(E+I)}{ВВП} * 100\%, \quad (1.5)$$

де  $K_{ЗТ}$  - зовнішньоторгівельна квота;

E, I - обсяг експорту та імпорту країни за рік;

ВВП - річний валовий внутрішній продукт країни.

• Досліджуємо динаміку зовнішньої торгівлі товарами протягом останніх трьох років шляхом визначення абсолютних (ланцюгових, базисних) і відносних (темпів зростання та темпів приросту) відхилень основних показників зовнішньої торгівлі товарами для обґрунтування напрямів і тенденцій розвитку цієї сфери

Показники динаміки розвитку зовнішньої торгівлі — це будь-який з показників, зміни якого (темпи зростання, темпи приросту) досліджуються за деякий період часу (5, 10, 20 років, рік — по місяцях тощо).

- Визначаємо та аналізуємо **товарну структуру** шляхом калькулювання питомої ваги певних галузей та підгалузей у загальному обсязі зовнішньої торгівлі товарами

Товарна структура експорту — це систематизація за деякими ознаками сукупності товарів, що вивозять з країни (групи країн, усіх країн світу), а товарна структура імпорту, відповідно — систематизація за деякими ознаками сукупності товарів, що ввозять до країни або групи країн.

Таким чином, товарна структура експорту може бути порахована для країни, групи країн, усіх країн світу (товарна структура світового експорту), а товарна структура імпорту рахується по окремих країнах та групах країн. Товарна структура світового імпорту окремо не виноситься і не рахується, оскільки у світовій економіці як у замкненій системі, усе, що експортують, є одночасно й предметом імпорту. Через це товарна структура світового експорту водночас характеризує і структуру імпорту.

Товарна структура експорту країни — структурований за деякими ознаками об'єм товарного експорту країни за деякий період — зазвичай, рік. Вона висвітлює експортну спеціалізацію країни та питому вагу кожної товарної позиції в експорті.

Товарна структура імпорту країни — структурований за деякими ознаками об'єм товарного імпорту країни за деякий період — зазвичай, рік. Вона висвітлює імпортну залежність країни від окремих товарів та товарних груп, а також питому вагу кожної товарної позиції в імпорті. В більшості країн світу товарна структура імпорту також формується за основними його статтями.

Товарна структура експорту групи країн означає собою розподілений за деякими ознаками загальний об'єм товарного експорту цих країн за рік. Вона

характеризує експортну спеціалізацію цієї групи країн та застосовується в міжнародних зіставленнях. Міжнародні економічні організації в міжнародних зіставленнях розділяють товарний експорт та імпорт за такими позиціями:

- готові вироби та напівфабрикати, в тому числі:

- хімічні продукти;
- машини, обладнання та транспортні засоби;
- інші готові вироби;
- інші товари.

- продовольчі та сировинні товари, паливо, в тому числі:

- продовольство;
- промислова сировина;
- паливо.

Товарна структура імпорту групи країн — це розділений за деякими ознаками загальний обсяг товарного імпорту цих країн за рік; показує імпорту залежність цієї групи країн та використовується в міжнародних зіставленнях.

- Визначаємо та аналізуємо географічну структуру торгівлі товарами

методом розрахунку питомої ваги країн у зовнішньоторговому обороті України

- На основі узагальнених результатів, що ми отримали, визначаємо основні тенденції для розвитку зовнішньоторгової сфери України. [21]

Базовим індикатором для оцінювання рівня диверсифікації зовнішньоторговельних потоків вважається індекс концентрації, відомий як індекс Герфіндаля-Гіршмана ( $H_j$ ). Нормалізований індекс концентрації розраховується за формулою [49].

$$H_j = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^k \left(\frac{x_{ij}}{x_j}\right)^2} - \sqrt{\frac{1}{k}}}{\sqrt{\frac{1}{k}}} \quad (1.6)$$

де  $x_{ij}$  - експорт товару  $i$  країною  $j$ ;

$X_j$  - сукупний експорт країни  $j$

Ступінь диверсифікації зовнішньої торгівлі залежно від значень індексу Герфіндала-Гіршмана визначають таким чином:

- високому рівню диверсифікації відповідають значення від 0 до 0,15;
- середньому рівню диверсифікації відповідають значення від 0,15 до 0,25;
- діапазон значень індексу від 0,25 до 1 відображає низький рівень диверсифікації зовнішньоторговельних потоків [52].

Як альтернативу індексу Герфіндала-Гіршмана у сучасних дослідженнях використовують індекс ентропії Тейла, що обчислюється за формулою [56]:

$$T_j = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k \frac{x_{ij}}{\mu} \ln \ln \left( \frac{x_{ij}}{\mu} \right), \quad (1.7)$$

Де  $\mu$  - середній обсяг експорту країни за однією товарною позицією, який можна визначити за формулою:

$$\mu = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k x_i, \quad (1.8)$$

Індекс Тейла набуває значень  $0 \leq T_j < \infty$ , де менше значення свідчить про вищий рівень диверсифікації [14].

Аналіз всіх показників зовнішньої торгівлі, зокрема, товарної структури експорту та імпорту і географічної структури експорту та імпорту є необхідними для виявлення змін (тенденцій). Важливим для виявлення тенденцій диверсифікації є те, що розгляд має відбуватися за довший проміжок часу (10-15 років), оскільки короткий відрізок часу не дасть змоги це виявити.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПШЕНИЦЕЮ

# НУБІП України

### 2.2. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі пшеницею

# НУБІП України

Пшениця - одна з провідних зернових культур, що вирощується в Україні протягом десятиліть. За даними державної служби статистики України [9], у 2012 році було зібрано 46,2 млн т зерна, зокрема пшениці - 16,4 млн т або понад третину загального обсягу. Порівняно з 2011 роком виробництво даної культури

# НУБІП України

знашло падіння через несприятливі метеорологічні умови та зменшилося на 30%. Також на це вплинули скорочення площ збирання на 3,5% та зниження урожайності на 16%, до 29 ц/га.

# НУБІП України

На фоні скрутного 2012 року відбулося зростання виробництва на 40%, хоча це не дозволило перевершити 2011-й рік. Цьому сприяли приріст посівних площ на 17%, або ж майже на 1 млн га, та урожайності, що зростає на п'яту частину до значення 35 ц/га.

# НУБІП України

У 2014 році відбулася окупація Криму і частини територій Донецької і Луганської областей, внаслідок чого Україна втратила значну частину сільськогосподарських площ під зернові культури і, за різними оцінками, близько 2 млн т врожаю зернових. Сільськогосподарські угіддя для вирощування пшениці зменшилися майже на 9%, порівняно з попереднім роком,

# НУБІП України

однак завдяки приросту врожайності до 42 ц/га збір пшениці збільшився на обсяг близький до 2 млн тонн.

# НУБІП України

У 2015-му та 2016 рр. на пшеницю припадало 44% та 43% валового збору зернових відповідно, що було більше, ніж 34% 2012 року, але все ще менше 2010-го року — 49%. Розподіл даної культури за областями був наступний: частка посівів пшениці коливалася від 25% у Полтавській області до 65% у Запорізькій.



У структурі посівів 2016 року пшениця займала близько 6 млн га, що становить понад 22% усіх посівних площ та майже 42% посівів зернових культур.

Вирощували пшеницю як сільськогосподарські підприємства, так і господарства населення. При цьому частка агроформувань у структурі виробництва становила майже 81%. Своєю чергою, частка сільського населення займала близько 19–20% від загального обсягу збіжжя цієї зернової культури. Торік аграрії зібрали 27,3 млн т зерна з площі 6,8 млн га при середній урожайності 39,9 ц/га.

Посівні площі під пшеницю 2017 року по Україні збільшилися, порівняно з попереднім, зазвичай завдяки областям степу. Низка регіонів, а саме степової зони, істотно перевершила торішні показники за зібраним валом пшениці. Це — Дніпропетровська, Запорізька, Луганська, Миколаївська, Харківська та Херсонська області, причому у більшості з них це зростання зумовлене саме збільшенням урожайності, у решти — зростанням посівних площ. Проте в жодній із них урожай не зібрано з усіх ділянок. Загалом урожайність пшениці вища за 2016 р. спостерігається у 14 областях

Таблиця 2.1  
Основні показники виробництва пшениці в Україні

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021 рік у % до 2012
Виробництво млн т	16,41	28,08	24,96	27,28	26,73	26,74	25,07	28,85	25,28	32,55	198
Посівні площі, млн га	5,63	6,57	6,01	6,84	6,21	6,38	6,62	6,83	6,57	7,03	125
Урожайність т/га	2,92	3,52	4,15	3,99	4,31	4,19	3,79	4,23	3,85	4,63	159

Джерело: розраховано автором на основі [9]

Ситуація в Україні у 2018 році виявилася досить напруженою: зібрати гарний врожай зернових українським аграріям завадила весняна посуха та волога погода середини літа. За даними Держстату [9], в 2018 р. Україна збрала, на той момент, рекордний урожай зернових — 70,1 млн т. Але при цьому показники по пшениці склали близько 25 млн т при врожайності 38 ц/га. Це на 1,5 млн т менше ніж у 2017 році. Головна причина — відсутність опадів протягом декількох місяців у південних, центральних і східних регіонах країни.

У 2019 році погодні умови були більш сприятливими і, за оцінкою Мінагрополітики, посіви озимої пшениці вийшли з зими в хорошому стані. Це дозволило зібрати на 15% більше пшениці. Посівні площі незначно зросли, на 3% порівняно з минулим роком, урожайність теж підвищилася, майже на 12%.



Рис. 2.1 Основні показники виробництва пшениці в Україні

Джерело: розраховано автором на основі [9]

Урожай пшениці в Україні в 2021/2022 маркетинговому році за даними державної служби статистики України [9] на 1 жовтня склав 32,5 млн т, що на 29% більше аніж минулого року та є абсолютним рекордом для нашої країни з

часів проголошення незалежності. Попередній подібний рекорд врожаю пшениці був встановлений в сезоні 2019/2020 з показником 28,9 млн т. За 10 останніх років відбувалося нарощування виробництва від 16,41 млн тонн у 2012 році та станом на 2021 рік цей показник показав примноження вдвічі.

Посівні площі під пшеницю також видають тенденцію до зростання, однак на відміну від обсягів збору, за проміжок часу, що розглядається, даний показник підвищився на менш значні 25 відсотків, від 5,6 млн гектарів, що були зібрані у 2012 році до 7 млн гектарів, що були виділені під посівні площі для пшениці у 2021 році.

Проте, значно помітнішим є збільшення врожайності на зібраних площах (+60%). Це може свідчити про підвищення ефективності вирощування даної культури в Україні. В першу чергу відбулося це завдяки новим технологіям і більш плідним гібридам зернових, що й дозволило збільшити загальний збір пшениці.

Таблиця 4.2

Основні показники зовнішньої торгівлі України пшеницею (млн дол США)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 рік у % до 2011
Експорт	1070,29	2330,54	1891,52	2290,75	2238,18	2717,47	2759,76	3004,36	3658,40	3595,47	336
Імпорт	196,00	134,00	193,00	193,00	143,00	21,00	303,00	281,00	195,00	365,00	186
Зовнішньо- торговельне сальдо	874,29	2196,54	1698,52	2097,75	2095,18	2696,47	2456,76	2723,36	3463,40	3230,47	369
Зовнішньо- торговельний оборот	1266,29	2464,54	2084,52	2483,75	2381,18	2738,47	3062,76	3285,36	3853,40	3960,47	313

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Сільськогосподарське виробництво у 2012 році зменшилось на 4,5% через падіння врожаю, але частка сільськогосподарських товарів у загальному експорті

сягнула 26%. Відбулося зростання експорту пшениці до 7 млн тонн, що могло бути пов'язане зі зменшенням обмежень на експорт та значними перехідними запасами.

Збільшення експорту у кількісному вимірі до майже 10 млн тонн у 2013 році пов'язане із зменшенням втрат озимих культур при перезимівлі, а також із підвищенням урожайності. В 2013 році середня урожайність пшениці була на рівні 35 ц/га, тоді як минулого року - 29 ц/га.

В наступні роки експорт пшениці продовжував зростати і за 2016/2017 маркетинговий рік було експортовано 44,3 млн тонн зернових. Зокрема, більше 17,7 млн тонн пшениці (у тому числі продовольчої - майже 12 млн тонн та фуражної пшениці 5,8 млн тонн).

Згідно даних Департаменту фітосанітарної безпеки, контролю в сфері насінництва та розсадництва Держпродспоживслужби за результатами 2017/2018 маркетингового року Україна експортувала понад 40 млн тонн зернових культур. Зокрема, майже 17,1 млн тонн пшениці (у тому числі продовольчої - 10,3 млн тонн, фуражної - 6,8 млн тонн).

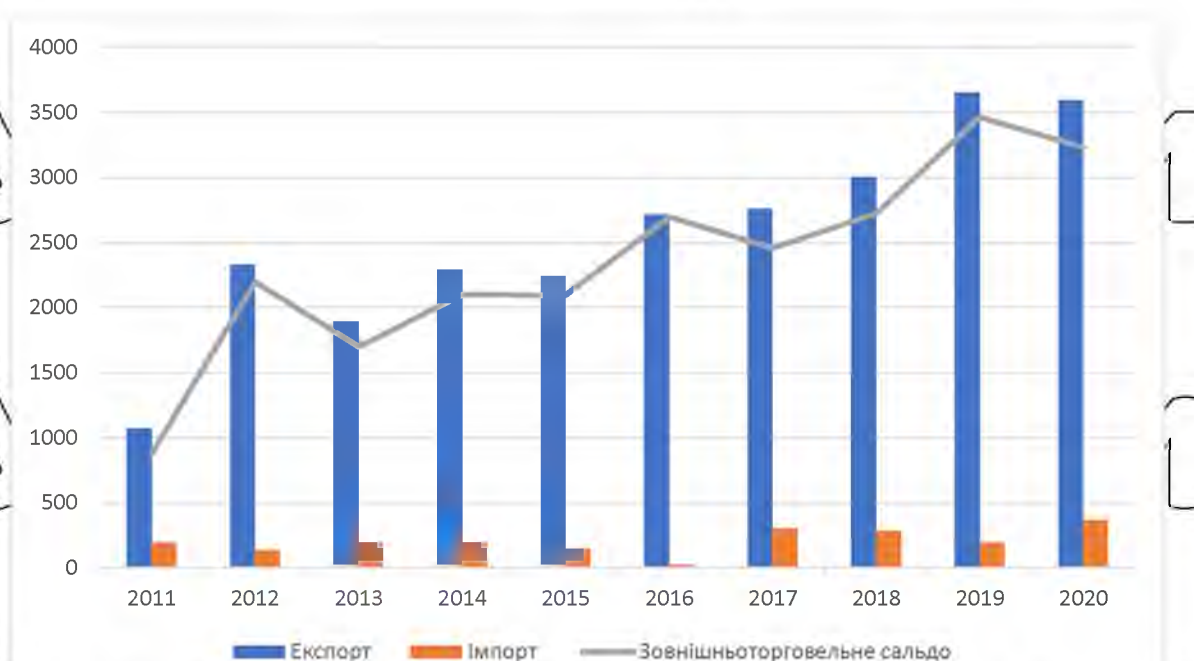


Рис. 2.2. Основні показники зовнішньої торгівлі України пшеницею, млн дол США



Джерело: розраховано автором на основі [57].

# НУБІП УКРАЇНИ

Експорт зернових і зернобобових культур в 2018 маркетинговому році склав 50 млн тонн, пшениця була однією з тих, що продали найбільше - 16 млн тонн або ж 32%.

# НУБІП УКРАЇНИ

У 2019 році експорт зернових і зернобобових культур зріс до 56,7 млн тонн. Зокрема, експортували 21 млн тонн пшениці, тобто 37% належало саме цій культурі. Обсяги експорту пшениці стали найвищими на той момент за часів незалежності. Значення були на 22% більшими, ніж у 2018 році, та вчетверо перевищували показники 2010 року.

# НУБІП УКРАЇНИ

З початку поточного 2021/2022 маркетингового року (станом на 18 жовтня в Україні відвантажили 16,5 млн тонн зернових, що на 1,7 млн тонн більше, ніж на аналогічну дату минулого року. Зокрема, пшениці відправлено на експорт на 700 тис. тонн більше, а саме 10,7 млн тонн.

# НУБІП УКРАЇНИ

В цілому, за сезон Україна планує експортувати 24,5 млн тонн пшениці. Разом з іншими культурами загальний експорт зерна у 2021-2022 МР повинен становити 61,5 млн тонн.

# НУБІП УКРАЇНИ

Експорт пшениці з України зазнав значного росту протягом попередніх 10 років та досягнув позначки у \$3,6 млрд у 2020 році, це більше ніж в 3 рази перевищує показники 2011-го року, де обсяги експорту були на рівні \$1,1 млрд.

# НУБІП УКРАЇНИ

Завдяки цьому Україна змогла посісти 5 місце серед країн, що найбільше експортували пшеницю у 2020 році. Частка нашої країни в загальному експорті складала 8%. Більше експортували лише Російська Федерація (18%), Сполучені Штати Америки (14%), Канада (14%) та Франція (10%).

# НУБІП УКРАЇНИ

Що стосується імпорту пшениці до України, то він продовжує залишатися на дуже низькому рівні, однак у 2020 році, порівняно із попереднім роком збільшився, що, в основному, зумовлено суттєвим підвищенням внутрішніх цін на пшеницю. Незважаючи на це, зовнішньоторговельне сальдо все ще є додатним,

оскільки експорт значно переважає над імпортом. Тож ми можемо оцінити стан зовнішньої торгівлі як дуже позитивний (Табл. 2.2)

Споживання пшениці в Україні з часом знизилося, у зв'язку із падінням чисельності населення, так з 2011 року по 2020 цей показник опустився на 6,25 млн тонн, або на 42%, в той час як виробництво має тенденцію до нарощування об'єму.

Таблиця 2.3

## Баланс пшениці в Україні (млн т)

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Виробництво		22,32	15,76	22,28	24,75	27,27	26,79	26,98	25,06	29,17	25,42
Експорт		5,44	7,19	9,76	11,27	17,43	18,11	17,78	16,02	21,01	16,75
Споживання		14,95	11,4	11,5	11,5	12,2	10,3	9,8	8,8	8,3	8,7
В т.ч.	Фуражне споживання	6,1	3,1	3,4	4	5,1	3,6	3,3	2,5	2,2	2,6
	Споживання в їжу, на насіння та переробку	8,85	8,3	8,1	7,5	7,1	6,7	6,5	6,3	6,1	6,1

Джерело: розраховано автором на основі [5, 24]

Таким чином, можемо дійти висновку, що попит на внутрішньому ринку задовольняється більше ніж повністю, що дає змогу надати більший акцент для експорту цієї культури. Як наслідок експорт має можливість рости, за наведений проміжок часу різниця складає +11,31 млн тонн, тобто приріст був у троекратному розмірі. Завдяки цьому, ми отримали такі результати в наступній таблиці (Табл. 2.2).

Експорт пшениці у 2012 році займав досить низький відсоток від загального обсягу виробництва, лише п'яту частину. Однак вже наступного року ця частка показала значний ріст і перетнула позначку у 50%, оскільки об'єм виробництва у даному році знизився, можемо дійти висновку, що значною мірою цьому сприяли залишкові запаси від минулого року.

# НУБІП України

Таблиця 2.4

Частка експорту у виробництві пшениці в Україні

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 рік % до 2011
Виробництво , млн тонн	23,22	16,41	23,08	24,96	27,28	26,73	26,74	25,07	28,85	25,28	109
Експорт , млн тонн	4,10	8,59	7,76	10,54	13,45	17,92	17,31	16,37	20,02	18,06	441
Частка експорту у виробництві, %	18	52	34	42	49	67	65	65	69	71	-

Джерело: розраховано автором на основі [9, 57]

Незважаючи на спад частки експорту у подальших роках все ж тенденція мала прояв до зростання і вже у 2016-му році цей показник перевершив рекордний 2012-й рік та встановив нову рекордну позначку на відмітці 67%, чому значно посприяло збільшення експорту.

У наступні роки експорт мав певну нестабільність, однак знову досягнув рекордної позначки у 2019-му році з позначкою 69% та продовжив зростати до 71% у 2020-му році. Загалом, частка експорту у виробництві з кожним роком зростає, так помітний приріст відбувся за останнє десятиліття, з 18% до вражаючих 71-го %, або ж у 4 рази. (Рис. 2.3) Таким чином виникає гостра необхідність у вдосконаленні зовнішньої торгівлі пшеницею, чого можна досягти за рахунок диверсифікації, як географічної – пошуку нових ринків та закріплення на найбільш перспективних регіонах, так і товарної – створення продукції з більшою високою доданою вартістю.

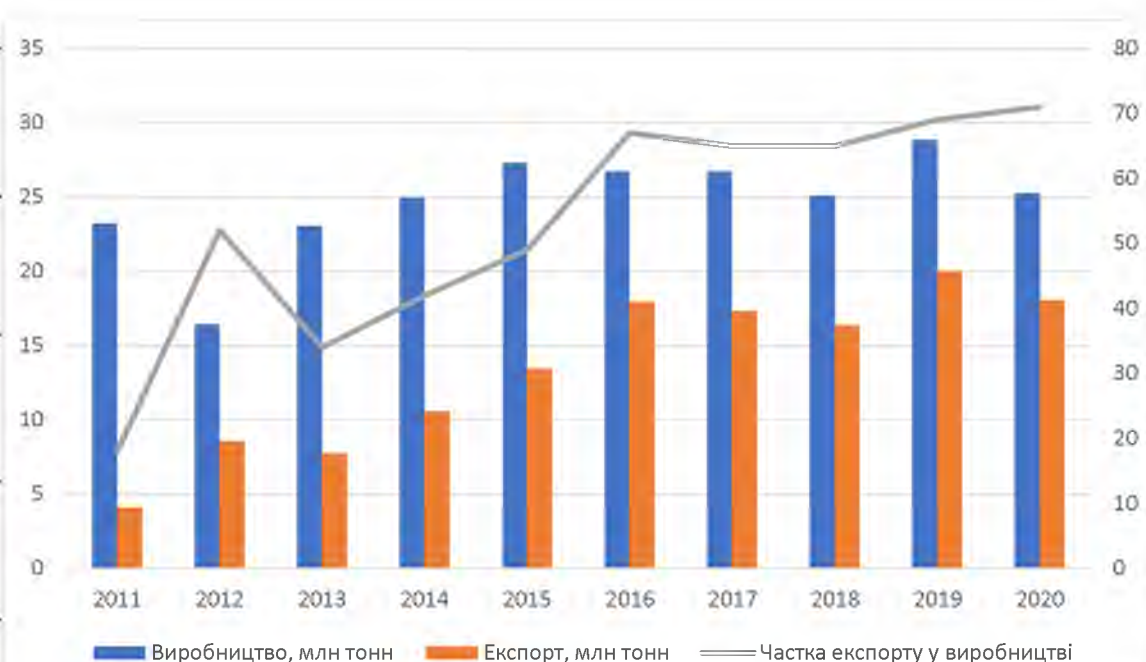


Рис. 2.3 Динаміка виробництва та експорту пшениці в Україні

Джерело: розраховано автором на основі [9, 57]

### 2.3. Географічна диверсифікація вітчизняного експорту пшениці

Україна є одним з провідних експортерів пшениці у світі. Починаючи із 2018 року вона регулярно посідає 5 місце за рівнем експорту і станом на 2020 рік має частку 8% із обсягом в 3,6 млрд дол США після таких країн як: Російська Федерація із обсягом експорту \$7,92 млрд (18%), Сполучені Штати Америки - \$6,32 млрд (14%), Канада - \$6,30 млрд (14%), Франція - \$4,54 млрд (10%). (Табл 2.5)

Розглянувши, як змінювалася вартість пшениці з роками, ми можемо побачити, що після піку у 2012 році, коли 1 т коштувала \$271,3 відбувався спад до 2016 року, коли була встановлена нижня позначка у \$151,6.



Таблиця 2.5

## Світовий експорт пшениці у 2020 році

Експортери	\$ млрд	%
РФ	7,92	18
США	6,32	14
Канада	6,30	14
Франція	4,54	10
Україна	3,60	8
<b>Всього</b>	<b>44,92</b>	<b>100</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Та все ж в подальших роках ціна показує тенденцію до зростання і за прогнозом Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України середньорічна ціна на пшеницю у 2021-2023 роках у середньому зростатиме на 1,7 відсотка щороку до 205 доларів за бушель у 2023 році.

Таблиця 2.6

## Динаміка експорту пшениці з України

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорту пшениці у вартісному вимірі, \$млрд	0,9	1,1	2,3	1,9	2,3	2,2	2,7	2,8	3,0	3,7	3,6
Експорту пшениці у кількісному вимірі, млн т	4,9	4,1	8,6	7,8	10,5	13,5	17,9	17,3	16,4	20,0	18,1
Середня експортна ціна, \$/т	186,5	261,2	271,3	243,7	217,3	166,4	151,6	159,4	183,5	182,7	199,1

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Проаналізувавши географічну структуру експорту за останніх десять років встановлено, що основними регіонами експорту вітчизняної пшениці є країни Азії, Африки та Європи (табл. 2.7).

Так, експорт пшениці з України в країни Азії зріс у 4,5 рази і склав у 2020 році 10,9 млн. т. Основними країнами-імпортерами в цьому регіоні є Індонезія та Бангладеш, (експорт в ці країни порівняно із 2010 роком збільшився у 56,6 рази). Експорт пшениці в країни Африки зріс в 2,7 рази і склав у 2020 році 6,3 млн. т. Основним імпортером в даному регіоні є Єгипет (за досліджуваній період експорт до цієї країни зріс у 12 разів).

Таблиця 2.7  
Географічна структура експорту пшениці з України в 2010-2020 рр.

Показники	Роки						2020 р. у % до 2010 р.
	2010		2015		2020		
	тис. т	%	тис. т	%	тис. т	%	
Експорт пшениці з України, всього	4860	100,0	13452	100,0	18060	100,0	371,6
в тому числі:							
Азія	2434	50,1	6901	51,3	10874	60,2	446,8
Африка	2318	47,7	4547	33,8	6330	35,0	273,1
Європа	108	2,2	1708	12,7	789	4,4	107,3
Пн. Америка	0	-	285	2,1	33	0,2	
Пд. Америка	0	-	10	0,1	33	0,2	
Океанія	0	-	-	-	1	0,0	

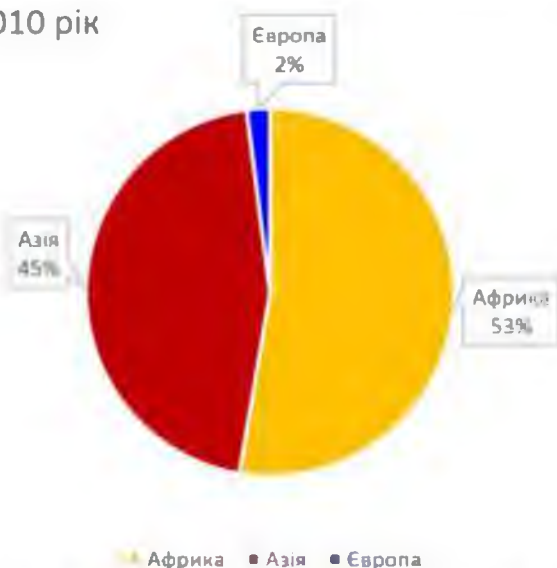
Джерело: розраховано автором на основі [57]

Як ми можемо побачити на рис. 2.4, експорт у вартісному вимірі до регіонів Африки за 10 років зменшився на 17%, який був розподілений між Азією та Європою. Найбільший перетік відбувся саме до Азії, майже вся втрачена Африкою частка перейшла до країни Азії (+15% від загального експорту) і лише незначною мірою посилюється експорт до європейських країн (+2%).

Значний обсяг українського експорту пшениці припадає на Азіатський регіон

З'явилися ряд країн, до яких почали експортувати пшеницю, це зокрема Пакистан, куди були поставки у 2013 та 2014 роках, однак потім вони припинилися аж до 2020 року. Значно зросли обсяги до Ємену, так за 10 років приріст відбувся у 26 разів. Філіппіни продовжували нарощувати від 2010-го по 2018-го включно, однак незважаючи на подальший спад все ж перевершили показники 10-річної давнини.

2010 рік



2020 рік

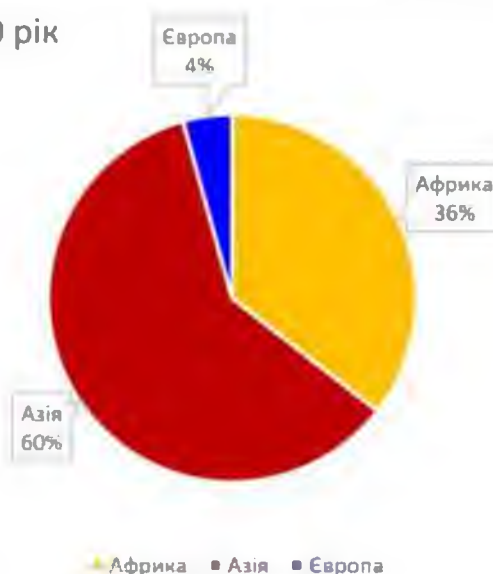


Рис. 2.4 Географічна структура експорту пшениці з України

Джерело: розраховано автором на основі [57]

В'єтнам імпортував українську пшеницю до 2013-го року і вже тоді помітна була тенденція до спаду, потім імпорт був відсутній протягом 2016-2019 років. Шрі-Ланка не відзначалася, як великий партнер у минулому десятилітті, однак вже у 2020-му році імпортувала на суму близько \$21,5 млн, цей показник у 25 разів був більшим ніж у 2010-му. Саудівська Аравія після 2011 року знизила купівлю пшениці з України і вже в період з 2017 по 2019 не здійснювала імпорту, однак потім змінила рішення і закупила пшениці на \$13 млн. Найбільшими експортерами серед країн Азії у 2020 році були Індонезія з обсягом імпорту

\$543,2 млн (15,1%), Бангладеш - \$294,8 млн (8,2%), Пакистан - \$258 млн (7,2%).

Проаналізувавши дані за останнє десятиліття ми можемо помітити явне зростання обсягів поставок в даний регіон та до перелічених країн зокрема. Так, експорт до країн Азії виріс із 45 до 60%, порівняно із 2010-м роком. (Табл. 2.8)

Таблиця 2.8

## Експорт української пшениці до країн Азії

Імпортери	2010		2015		2020	
	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн
Індонезія	1,5	8	157,7	973	543,2	2718,7
Бангладеш	74,9	416	136,8	841	294,8	1514,7
Пакистан	-	-	-	-	258	1244,4
<b>Всього до країн Азії</b>	<b>413,9</b>	<b>2256,1</b>	<b>1062,2</b>	<b>6567,7</b>	<b>2156,1</b>	<b>10874,4</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Другим регіоном за обсягами імпорту пшениці з України є Африка. Єгипет з 2010-го по 2014-го року помітно нарощував поставки, однак попри скорочення у наступні 4 роки, все ж повернувся в лідери у 2019 та 2020 роках.

Незважаючи на те, що динаміка експорту до країн Африки за останнє десятиліття мала спадний характер і у відсотковому відношенні зменшилася з 53% до 35%, все ж деякі країни наростили поставки, зокрема це: Марокко, Мавританія, Судан, Мозамбік, Південна Африка, Сомалі, Джибуті, що значно збільшили обсяги, порівняно із 2010 роком.

У 2020 році імпорту української пшениці найбільше припадало на такі країни як: Єгипет із об'ємом \$610,8 млн (17%), Марокко \$197 млн (5,5%), Туніс \$194,4 млн (5,4%). (Табл. 2.9)

# НУБІП України

Таблиця 2.9  
Експорт української пшениці до країн Африки

Імпортери	2010		2015		2020	
	\$ млн	Млн тонн	\$ млн	Млн тонн	\$ млн	Млн тонн
Єгипет	155,5	780	310,8	1803,1	610,8	3075,2
Марокко	-	-	80,6	482,5	197	956,5
Туніс	85,1	494,2	105,9	618,3	194,4	984
<b>Всього</b>	<b>405</b>	<b>2135</b>	<b>728</b>	<b>4227</b>	<b>1272</b>	<b>6330</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Значно меншу частку від загального експорту має Європейський регіон.

Незважаючи на значний спад обсягів, порівняно із 2015 роком, все ж, якщо розглядати останні 10 років помітне невелике нарощення на 2%, цьому посприяло збільшення експорту до Греції, Кіпру, Польщі, Сербії.

Таблиця 2.10

## Експорт української пшениці до країн Європи

Імпортери	2010		2015		2020	
	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн
Іспанія	7,5	45,2	135,1	878,9	70,8	372,6
Італія	3,6	23,4	107,3	618	40,2	219,2
Греція			10	59,1	17,2	87,2
<b>Всього</b>	<b>18,4</b>	<b>106,9</b>	<b>284,4</b>	<b>1708,2</b>	<b>154,5</b>	<b>788,7</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Станом на 2020 рік лідируючими в Європі із найбільшими обсягами стали такі країни імпортери української пшениці як Іспанія, що імпортувала на суму \$70,8 млн (2% від загального обсягу у 2020 році) та Італія із сумою \$40,2 млн (1,1%) які зменшили імпорт, порівнюючи із 2015-м роком вдвічі, а також Греція - \$17,2 млн (0,5%), що наростила від 2015-го року закупівлі на 70%. (Табл. 2.10)

Експорт української пшениці до країн Пн та Пд Америки

Таблиця 2.11

Імпортери	2010		2015		2020	
	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн	\$ млн	тис тонн
Мексика	-	-	51,7	285,0	6,1	32,7
Еквадор	-	-	1,7	10,0	6,1	32,6
<b>Всього</b>	-	-	53,3	294,9	12,2	65,4

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Найменше, якщо не враховувати експорт до країн Океанії, імпортували країни Північної та Південної Америки. Мексика, що порівняно із 2010-м роком збільшила свій імпорт, однак піку даний показник досягнув у 2019-му році - \$52 млн, значення 2020-го року порівняно із попереднім зменшилося на 90%. Що стосується Еквадору то за останнє десятиріччя лише продовжував незначно посилювати частку у загальному експорті та станом на 2020-й рік мав обсяги \$6,1 млн та однакову із Мексикою частку - 0,2% від загального масштабу. (Табл. 2.11)

#### 2.4. Товарна диверсифікація експорту вітчизняної пшениці

Оскільки пшениця відноситься до сировинної продукції то диверсифікація її експорту може полягати у виробництві та експорті продукції з більшою доданою вартістю, тобто продукції переробки зерна пшениці. Такими продуктами зокрема є пшеничне борошно та пшенична крупа.



Товарна диверсифікація це стратегія, що використовується для підвищення прибутковості та досягнення вищих обсягів продажу від нових товарів. Прикладом такої диверсифікації є виробництво пшеничного борошна

Таблиця 2.12

Експорт борошна з України										
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Експорт борошна, \$ млн	41,5	50,7	71,2	72,2	68,9	74,4	96,4	71,2	93,5	59,5
Експорт борошна Тис тонн	119,5	155,6	214,1	247,2	304,6	368,9	441,8	305,4	365,2	221,1
Середня експортна ціна, \$/т	347,3	325,8	332,6	292,1	226,6	201,7	218,2	233,1	256,0	269,1

Джерело: розраховано автором на основі [57]

За останні 10 років експорт борошна зріс на 43%, із \$41,5 млн у 2011 році до \$59,5 млн у 2020 році.

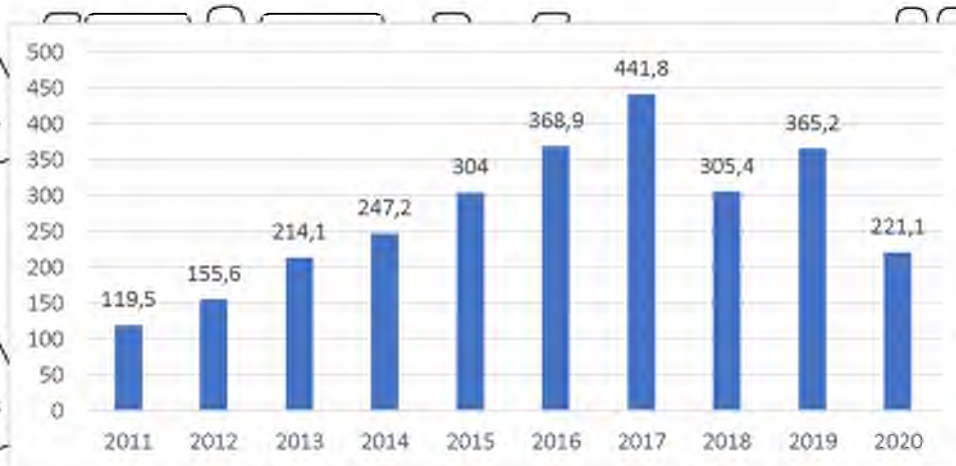


Рис. 2.5 Динаміка експорту українського борошна, тис тонн

Джерело: розраховано автором на основі [57]

У кількісному вимірі протягом останніх 10 років експорт борошна зріс на 85%, із 119,5 тис т у 2011 році до 221,1 тис т у 2020 році.

# НУБІП України

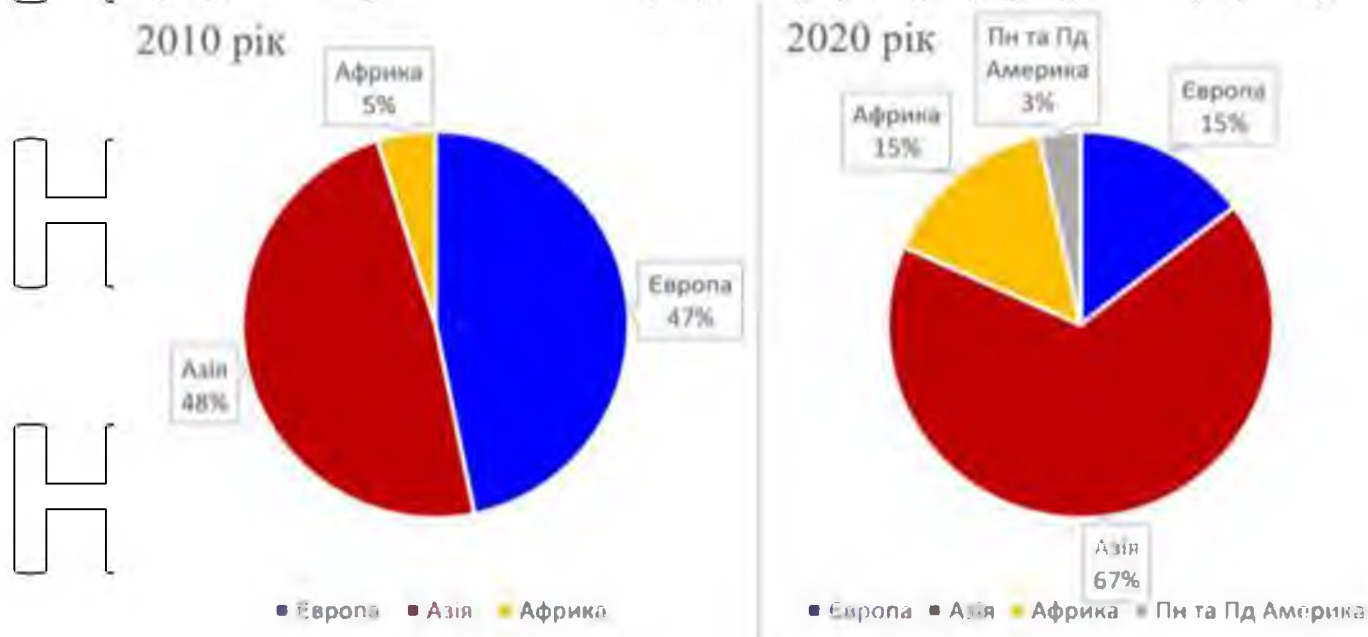


Рис. 2.6 Експорт українського борошна по регіонах

Джерело: розраховано автором на основі [57]

# НУБІП України

Однак у 2020 році, порівняно із попереднім 2019-м роком цей показник значно зменшився, більше ніж на третину, що відбулося через зростання цін на пшеницю. Найбільш продуктивним був 2017 рік із обсягом експорту \$96,4 млн.

Таблиця 2.13

Експорт Борошна до країн Азії

	2010		2015		2020	
	\$ тис	тонн	\$ тис	тонн	\$ тис	тонн
ОАЕ	828	3269	272	1090	11318	46349
Сінгапур	97	353	-	-	7980	32818
Палестина	84	263	3841	17011	9838	26908
Ізраїль	1344	4793	8502	38557	6352	20857
Китай	-	-	16983	74875	4537	14578



<b>Всього Азія</b>	<b>9179,0</b>	<b>34246</b>	<b>39455</b>	<b>179409</b>	<b>39859</b>	<b>147772</b>
--------------------	---------------	--------------	--------------	---------------	--------------	---------------

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Як і у випадку з пшеницею, Азіатський регіон був найбільшим імпортером українського борошна із часткою 67% у 2020 році.

Серед країн найбільшими імпортерами були Об'єднані Арабські Емірати із обсягом імпорту \$11 млн (19% від загального експорту борошна з України), Сінгапур – \$7,9 млн (13%), Палестина – \$7,8 млн (13%), Ізраїль – \$6,4 млн (11%) та Китай – \$4,5 млн (8%).

Далі за часткою йде Африканський район із 15-ма%. За останнє десятиліття імпорт української пшениці туди виріс в 14 разів, що є дуже добрим показником.

Таблиця 2.14

#### Експорт Борошна до країн Африки

	2010		2015		2020	
	ТИС ДОЛ	ТОНН	ТИС ДОЛ	ТОНН	ТИС ДОЛ	ТОНН
Сомалі	18	72	-	-	3611	13426
Мозамбік	-	-	-	-	3266	13999
Сьєрра-Леоне	267	1231	535	2685	344	1372
<b>Всього Африка</b>	<b>601</b>	<b>2529</b>	<b>2488</b>	<b>11451</b>	<b>8866</b>	<b>34421</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Особливо варто відзначити найбільших імпортерів у 2020 році, це такі країни, як: Сомалі із обсягом імпорту \$3 млн (6% від загального експорту пшениці з України) Мозамбік – \$3,3 млн (5,5%) та Сьєрра-Леоне – \$0,3 млн (0,6%).

Європа імпортувала 14,6% українського борошна у 2020 році. Найбільшими експортерами були: Молдова із обсягом \$7,2 млн (12%), Білорусь – \$0,9 млн (1,4%), Швейцарія - \$0,4 млн (0,7%).

Таблиця 2.15

## Експорт борошна до країн Європи

	2010		2015		2020	
	тис дол	тонн	тис дол	тонн	тис дол	тонн
Молдова	10046	38427	7776	31340	7216	26450
Білорусь	301	1003	331	1239	856	2706
Швейцарія	0	63	63	288	405	1451
<b>Всього Європа</b>	<b>10348</b>	<b>39432</b>	<b>8275</b>	<b>33356</b>	<b>8681</b>	<b>31225</b>

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Також ще одним можливим варіантом товарної диверсифікації є продаж пшеничної крупи.

Таблиця 2.16

## Експорт пшеничної крупи з України

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
\$ млн	2	1,6	3,2	2,4	1,3	1	1,1	0,8	1,1	1,3
тис тонн	4,7	4,1	7,9	7	4,9	4	3,7	2,6	3,1	3,6
Середня експортна ціна, \$/т	427,6	403,8	401,2	345,8	274,1	259,3	299,0	323,2	349,2	371,5

Джерело: розраховано автором на основі [57]

Хоча тенденція невтішна, оскільки за десять років експорт зменшився на 30% і на табл. 2,14 можемо чітко прослідкувати спадний характер та все ж ціна на даний вид товару продовжує невпинно зростати починаючи із 2016-го року.

## РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЕКСПОРТУ ПШЕНИЦІ З УКРАЇНИ

### 3.2. Стратегія розвитку експортних можливостей зернової галузі України

Основні підходи та шляхи зміцнення позицій України на світових ринках в цілому, та зерновому зокрема, сформульовані в Експортній стратегії України („Дорожній карті” стратегічного розвитку торгівлі) на період 2017 – 2021 роки, затвердженій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року [М1]. Вона узагальнює спільну позицію Уряду та бізнесу щодо визначених орієнтирів для розвитку торговельних відносин України, подолання перешкод та використання всіх наявних можливостей для розвитку експорту.

Основною метою Експортної стратегії визначено перехід до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху на світових ринках. При цьому, детерміновано три основних завдання для досягнення цієї мети:

- створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту;
- розвиток послуг з підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема малих та середніх;
- зміцнення навичок і компетенцій підприємств, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Експортна стратегія містить також детальний аналіз перешкод для реалізації Україною зазначених вище завдань, та пропонує конкретний план дій щодо їх подолання. З метою прискорення досягнення необхідних результатів в плані дій детально описані заходи, які мають бути реалізовані в короткостроковій та середньостроковій перспективі. Заходи були розроблені в процесі активних консультацій з підприємствами публічного та приватного

сектора, що продемонстрували безпрецедентно високий рівень співпраці між всіма учасниками проєкту в Україні.

Крім того, документ надає рекомендації щодо здійснення запланованих заходів. Ефективність їх реалізації буде залежати від здатності країни скоординувати зусилля публічних, приватних та громадських інституцій відповідно до визначених пріоритетів. Платформа для діалогу між публічним та приватним сектором, яка була створена для розробки Дорожньої карти, повинна використовуватися і надалі та в перспективі відігравати провідну роль в реалізації намічених заходів. Створену платформу потрібно зміцнювати з метою її подальшого використання для успішного управління, моніторингу та визначення результатів запланованих заходів.

Експортною стратегією визначено конкретні існуючі та потенційні сектори та їх пріоритетність як рушійної сили для інновацій та створення високої доданої вартості, а також потенційного використання для прискорення розвитку малих та середніх підприємств та стимулювання підприємництва, де з-поміж семи пріоритетних своє місце зайняв і агропродовольчий сектор, зокрема харчові інгредієнти, готові продукти харчування та органічна продукція. За підсумками детального аналізу продовольчого кластеру України і консультацій з провідними вітчизняними виробниками агропромислової продукції та їх фаховими об'єднаннями, спектр дії секторальної стратегії було вирішено розширити також на продукцію вітчизняного сільського господарства та переробної промисловості. Зернова галузь України також увійшла в цей перелік.

На виконання Експортної стратегії України, яка має на меті активне нарощування участі України у досягненні однієї з найголовніших Цілей Сталого Розвитку ООН – подолання голоду та повноцінному забезпеченні людства якісними і доступними продуктами харчування, враховуючи значення зернової галузі у досягненні даних цілей та реалізуючи при цьому її потужний експортний потенціал, доцільно розробити Стратегію розвитку експорту продукції зернової галузі України.

Основною метою даної стратегії повинно стати забезпечення активної присутності України на світовому ринку зерна та продуктів його переробки, зважаючи на зростаючий зовнішній попит та наявність нереалізованого експортного потенціалу галузі, за умови неодмінного дотримання вимог щодо забезпечення продовольчої безпеки країни.

Головними цілями Стратегії розвитку експорту продукції зернової галузі України є:

1. Диверсифікація товарної номенклатури зернового експорту через поступове та поступальне збільшення кількості продукції переробки зерна.

Зважаючи на сировинний характер українського зернового експорту та пропорції між зерном та продуктами його переробки, які склалися у загальному обсязі експортованої продукції (90 / 10), в якості стратегічної цілі диверсифікації номенклатури зернового експорту доцільно збільшувати експорт продуктів переробки зерна та встановити досягнення співвідношення між вказаними групами товарів на рівні 60 / 40.

2. Диверсифікація ринків збуту шляхом закріплення на існуючих та відкриття нових ринків збуту, провадження активних дій держави, направлених на полегшення доступу до потенційно привабливих ринків, зокрема, для уникнення надмірної залежності від умов торгівлі на окремих ринках.

3. Диверсифікація суб'єктів експорту шляхом збільшення числа вітчизняних компаній, залучених в експортні ланцюги постачання, розширення доступу малих та середніх виробників до зовнішніх ринків збуту.

В якості стратегічної цілі доцільно встановити збільшення кількості малих та середніх підприємств-експортерів до рівня не менш ніж 30% від загального числа українських компаній-експортерів зерна та продуктів його переробки.

Для досягнення поставлених цілей, спираючись на принцип неодмінного та першочергового забезпечення економічного розвитку зернової галузі та продовольчої безпеки України, збереження та реалізації її експортного потенціалу, підвищення її конкурентоспроможності Стратегією розвитку

експорту продукції зернової галузі України визначено виконання наступних завдань:

- для диверсифікації товарної номенклатури експорту:

- стимулювання сільськогосподарського виробництва на засадах диверсифікації та спеціалізації, з урахуванням ринкових потреб та можливостей сільськогосподарських виробників;

- забезпечення державної підтримки та створення умов для залучення інвестицій в тваринництво, борошномельну та переробну промисловість з метою збільшення кількості нових виробництв, технологій та зернопродуктового асортименту на ринку продовольства;

- удосконалення національного законодавства щодо захисту прав інтелектуальної власності в частині захисту географічних зазначень, локальних брендів та традиційних продуктів, рецептури та технологічних рішень, як таких, які забезпечують використання конкурентних переваг вітчизняними виробниками зернової продукції;

- розроблення комплексу заходів з просування зерна та продуктів його переробки на зовнішні ринки та формування іміджу України як надійного і якісного постачальника продовольства;

- запровадження програм страхування та кредитування експортерів продукції харчової та переробної промисловості з використанням інструментів системи захисту від ризиків, усталених та поширених у світовій практиці;

- для диверсифікації ринків збуту:

- здійснення постійного моніторингу світового ринку зерна та продуктів його переробки в розрізі країн, товарів та послуг, для виявлення нових, потенційно привабливих ніш та напрямків а також своєчасного інформування про можливі зміни ринкової кон'юнктури;

- забезпечення інформаційної підтримки сільськогосподарських товаровиробників та переробних підприємств шляхом надання доступу до оперативної інформації про попит на зовнішніх ринках, умови та процедури

доступу до них, зокрема нормативно-правове регулювання, митні процедури, стандарти та технічні регламенти, тощо;

- ініціювання торгівельних місій, переговорів щодо поліпшення умов доступу на ринки нових країн та регіонів (грунтуючись на зобов'язаннях України в рамках СОТ та угоди про асоціацію між Україною та ЄС), перегляд умов торгівлі в напрямку зменшення використання нетарифних бар'єрів та уніфікації санітарних та фітосанітарних умов та процедур;

- запровадження інституту аграрних аташе як інструмента підвищення інституційної спроможності держави щодо сприяння розширенню ринків збуту, належного представлення та захисту інтересів вітчизняних компаній-експортерів на зовнішніх ринках;

- забезпечення зменшення логістичних витрат експортерів по головних торгівельних напрямках шляхом перегляду тарифної політики, підвищення якості та спроможності транспортної та митної інфраструктури та оптимізації митних процедур.

- Для диверсифікації суб'єктів експорту:

- створення додаткових можливостей для залучення малих та середніх виробників до експортних ланцюгів постачання та формування експортних партій через їх кооперацію;

- забезпечення підвищення інституційної спроможності громадських об'єднань щодо доступу вітчизняних товаровиробників продукції харчової та переробної промисловості до експортних ринків;

- надання державної підтримки у використанні інноваційних підходів та технологічних рішень при виробництві продукції харчової та переробної промисловості;

- удосконалення системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів для залучення в аграрний сектор та запровадження відповідних програм підготовки фахівців з міжнародної торгівлі агропродовольчою продукцією та розвитку ринків збуту.

Прийняття та реалізація даної стратегії дозволить вирішити основні проблеми розвитку зернової галузі України та зміцнити позиції нашої країни на світовому ринку зерна

### 3.3. Перспективи розвитку географічної диверсифікації експорту вітчизняної пшениці

Протягом наступних кількох років глобальне виробництво зернових, за прогнозами, збільшиться на 367 млн т і сягне 3,053 млрд т у 2028 р., головним чином за рахунок збільшення врожайності. За прогнозами, найбільше збільшиться виробництво кукурудзи (+181 млн т), потім пшениці (+86 млн т), рису (+66 млн т) та інших грубих зерен (+35 млн т).

За прогнозами, глобальне споживання злакових зросте на 382 млн т і у 2028 р. досягне 3,036 млрд тон. У середньостроковій перспективі зростання загального попиту на зернові має бути більш стриманим, ніж у попереднє десятиліття, оскільки очікується, що попит на корм серед населення Китаю сповільниться. Збільшення промислового використання зернових культур, особливо крохмалю та біопалива, ймовірно, буде більш помірним. Що стосується харчових продуктів, то споживання більшості зернових на душу населення досягло рівня насиченості по всьому світу; тим не менш, очікується, що попит на продовольство буде високим, що зумовлено швидким зростанням населення в Африці та Азії, де зернові культури залишаються основними харчовими компонентами. За прогнозами, споживання пшениці зросте на 93 млн т порівняно з базовим періодом, і продовжуватиме переважно споживатися людьми.

Прогнозується, що світова торгівля зерновими зросте на 76 млн тонн і досягне 503 млн т до 2028 року. За останні кілька років Російська Федерація перетворилася на одного з основних гравців на міжнародних ринках пшениці,



обігнавши Європейський Союз у 2016 році, та стала головним експортером. Очікується, що це лідерство збережеться протягом усього прогнозованого періоду із часткою 20,3% від світового експорту у 2028 році.

У зв'язку з діями Китаю, зокрема спрямованими на скорочення своїх запасів кукурудзи, світові запаси зернових за прогнозами скоротяться протягом прогнозованого періоду. Це призведе до того, що співвідношення світових запасів зернових до споживання скоротиться з 33% у базовому періоді до 27% у 2028 році. Хоча це зниження може вказувати на потенційне підвищення цін, загалом, світові запаси зернових в перспективі залишаться високими, навіть при зростанні по відношенню до пшениці та іншого фуражного зерна. Попит Китаю на корми, а також загальний рівень внутрішніх поставок і пов'язані з цим зміни в запасах є одними з основних факторів невизначеності протягом прогнозованого періоду.

Очікується, що світова ціна на пшеницю, виміряна за критерієм US wheat No. 2 Hard Red Winter fob Gulf, зросла до 241 дол. США/т у 2020 році, що було другим поєднаним щорічним зростанням після тенденції до зниження, що розпочалася у 2013 році. За умови низьких та фіксованих реальних цін на нафту, середньої очікуваної врожайності та помірного зростання експорту, прогнозується, що світова ціна на пшеницю знизиться в реальному вираженні протягом прогнозного періоду, але дещо зросте порівняно з базовим періодом, досягнувши 238 доларів США/т у 2028 році.

За прогнозами, світове виробництво пшениці зросте на 86 млн т і досягне 838 млн т до 2028 року, що є більш помірними темпами в порівнянні з останнім десятиріччям. Серед розвинених країн зростання виробництва пшениці, як очікується, буде найвищим у Європейському Союзі через високу врожайність, конкурентоспроможні ціни та якість зерна. У той час як розвинені країни, за прогнозами, до 2028 року збільшать виробництво на 41 млн т, країни, що розвиваються, за прогнозами, додадуть 45 млн т до світового виробництва, що є незначним збільшенням їхньої частки світового виробництва. За прогнозами,

Індія, третій за величиною виробник пшениці в світі, збільшить виробництво пшениці на 15,5 млн. т до 2028 року. Це збільшення значною мірою підтримується її політикою мінімальних цін підтримки, яка гарантує фермерам стабільний дохід за допомогою програми державних закупівель. Цей прогноз передбачає, що зрошувані землі й надалі складатимуть понад 95% виробничої площі. Крім Індії, також прогнозується значне збільшення виробництва в інших країнах: Європейському Союзу (+13 Мт), Російській Федерації (+9 Мт), Китаї (+8 Мт) та Україні (+6 Мт). Збільшення виробництва в Російській Федерації та Україні пояснюється гібридним насінням та добривами вітчизняного виробництва, низькими витратами на електроенергію та великими комерційними фермами.

Прогнозується, що споживання пшениці збільшиться на 94 млн. тонн порівняно з базовим періодом і буде в основному використовуватися для споживання людиною. Очікується, що на Китай (+21 Мт), Індію (+12 Мт), континентальну Африку (+17 Мт) і Близький Схід (+9 Мт) припадатиме понад дві третини збільшення загального споживання, враховуючи їх раціони споживання на основі пшениці та зростання населення. Споживання харчових продуктів, яке залишиться стабільним на рівні приблизно двох третин загального споживання, становитиме 55% загального збільшення попиту, причому повільніше зростання пояснюється незначним зниженням світового споживання на душу населення та помірними темпами зростання населення. За прогнозами, використання кормів буде зростати повільніше, збільшившись на 21 млн. тонн порівняно з базовим періодом, оскільки світове виробництво худоби сповільнюється, а корми для кукурудзи стають більш конкурентоспроможними. Очікується, що світове виробництво етанолу на основі пшениці збільшиться на 3 млн. тонн завдяки зусиллям Китаю зі збільшення виробництва етанолу. В Європейському Союзі (основний споживач пшениці для переробки етанолу в останнє десятиліття) передбачається, що політика щодо біопалива більше не підтримує подальше зростання виробництва біопалива першого покоління. Оскільки світове виробництво пшениці стабільно перевищує споживання

протягом прогнозованого періоду, очікується, що глобальне співвідношення запасів до використання досягне 40% у 2028 році, що на 1 процентний пункт більше в порівнянні з базовим періодом.

Прогнозується, що експорт пшениці зросте на 27 Мт до 203 Мт до 2028 року. Російська Федерація випередила Європейський Союз як найбільший експортер у 2016 році через конкурентоспроможні ціни та географічну близькість до основних країн-імпортерів Близького Сходу та Північної Африки.

Єгипет, найбільший імпортер пшениці в світі, нещодавно зменшив потребу в імпортній пшениці щодо вмісту білка, що свідчить про свою перевагу

чорноморській пшениці. Протягом останнього десятиліття пропозиція в основних виробниках пшениці Чорноморського регіону – Російській Федерації, Казахстані та Україні – була нестабільною в основному через коливання

врожайності. Тим не менш, зростання виробництва випереджає зростання споживання через впровадження покращених сортів насіння. У результаті

очікується подальше збільшення виробництва в цих країнах, що збільшує їхню частку в світовому експорті пшениці (рис. 3.1). Прогнозується, що Російська

Федерація залишиться провідним експортером пшениці, на яку до 2028 року припадатиме близько 20% світового експорту пшениці, за нею йдуть

Європейський Союз (15%), СІНА (13%), Канада (12%) та Україна (11%).

Очікується, що частка експорту Європейського Союзу дещо збільшиться, враховуючи його конкурентоспроможні ціни, якість зерна та близькість до

основних експортних ринків Африки та Азії. Очікується, що імпорт пшениці

буде ширше поширюватися серед багатьох країн-імпортерів, причому на п'ятірку лідерів – Єгипет, Індонезія, Алжир, Бразилія та Філіппіни

припадатиме 25-27% за прогнозований період.

НУБІП УКРАЇНИ

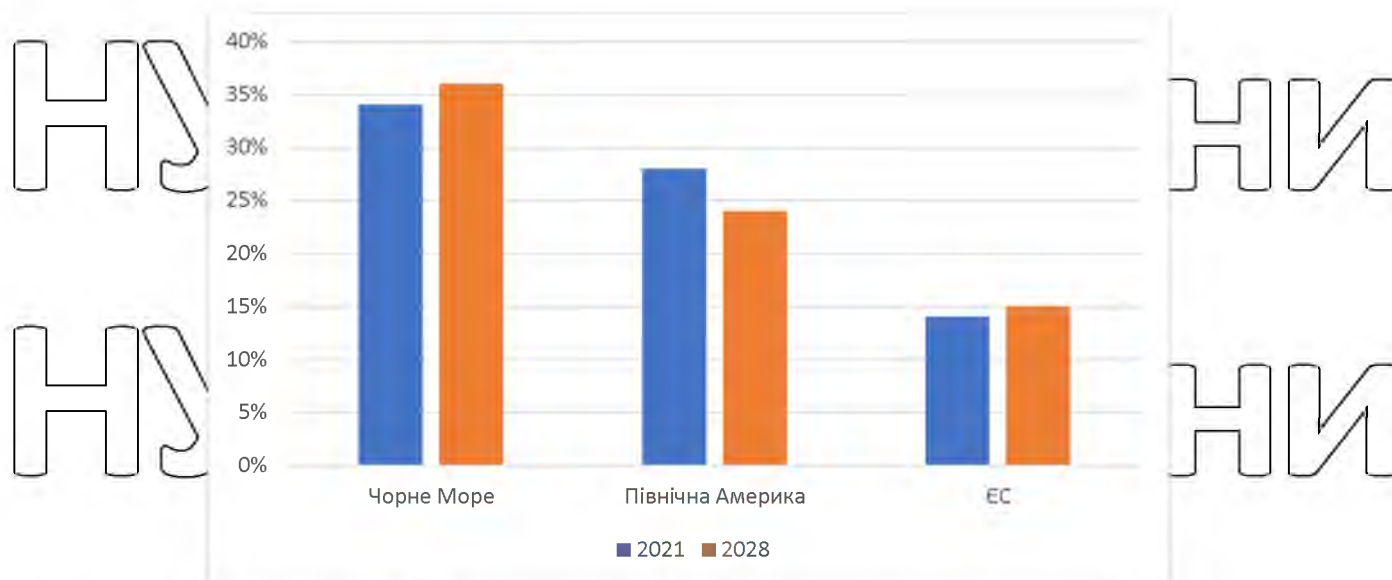


Рис. 3.1 Частки найважливіших регіонів у світовому експорті пшениці

Джерело: розраховано автором на основі [33]

Майбутній розвиток світових ринків кукурудзи та пшениці є невизначеним, оскільки основні країни-експортери Південної Америки стикаються зі значним підвищенням цін з огляду на припущене зниження курсу. У цих країнах міжнародні ціни можуть впасти в доларовому еквіваленті, а фермери та експортні компанії можуть відчувати зростання цін через ослаблення національної валюти, що може стимулювати виробництво. Невизначеність валютних курсів у цьому регіоні може вплинути на реакцію виробництва та експортні поставки.

Відповідно до прогнозів Світової організації з продовольства FAO (рис. 3.2), Україна до 2025-2026 м. р. може значно збільшити обсяги експорту пшениці (до 18,517 млн тон). Якщо порівняти темпи зростання виробництва і експорту зернових, то приріст експорту незначно випереджатиме приріст виробництва. Так, за 2021-2026 рр. обсяги виробництва пшениці зростуть лише на 5,6% проти 7,5% зростання експорту.



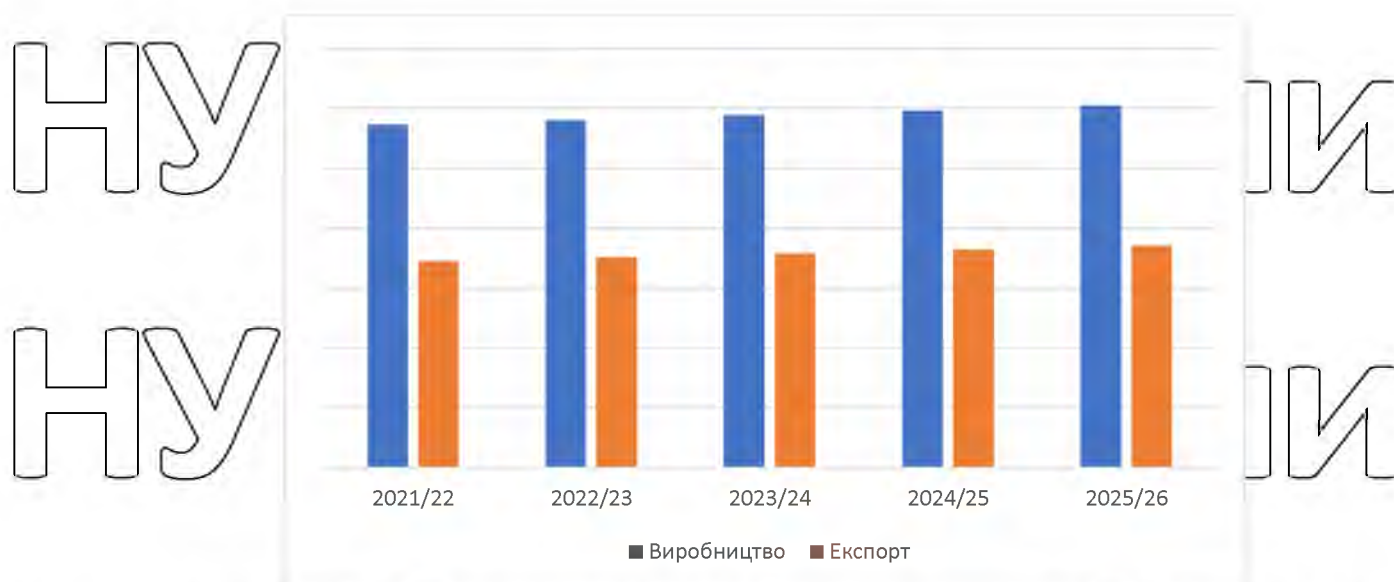


Рис. 3.2 Прогноз виробництва та експорту пшениці в Україні до 2026р, тис. тон

Джерело: розраховано автором на основі [33].

Основні зусилля України в найближчий період повинні спрямовуватися на наступні заходи:

- освоєння нових ринків – в першу чергу в країнах Латинської Америки, Центральної, Східної та Західної Африки в торгівлі зерном пшениці;

- збільшення частки ринку пшениці в країнах Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи;

- формування нових сегментів ринку – вихід на ринки країн Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи із продуктами переробки пшениці.

### 3.4. Основні напрями диверсифікації ринків збуту продуктів переробки зерна пшениці

За умов постійних змін зовнішнього середовища, які зумовлені науково-технічним прогресом, загостреною боротьбою між багатьма світовими

конкурентами, глобалізація світової економіки, усе більше підприємства бажають користуватися лише ефективними способами для організації власної діяльності. Першочерговим таким способом є диверсифікація ринків збуту. Цей засіб є актуальним тому, що він може забезпечити високий рівень конкурентоспроможності для галузі на зовнішньому ринку, покращить інноваційний розвиток та прискорить рівень ефективності функціонування за умов ринкової економіки.

Загальними цілями диверсифікації для борошномельної галузі може бути:

- оптимізувати внутрішні та зовнішні доходи через вихід галузі на нові міжнародні ринки;
- покращити стійкість підприємств від конкурентів, від чого піде вгору експортна діяльність та потенціал галузі;

- виведення галузі на зовсім нові ринки через впровадження відповідних стратегій;

- входження на ці ж нові ринки задля довгострокової співпраці та підвищення прибутковості від експортної діяльності.

Диверсифікація, взагалі, поділяється на такі класифікації:

1) Горизонтальна диверсифікація. За такого варіанту класифікації

компанії доводиться оволодіти виробництвом нової продукції в тій же галузі, де вона працювала і раніше. За горизонтальної диверсифікації переважає синергійний принцип, що передбачає мінімальний ризик економічних втрат на ресурсах, тому що компанія буде працювати за використанням тих самих технологій (ті ж самі збутові канали, цільові ринки тощо). Мета такого методу полягає в посиленні своєї позиції в галузі.

2) Вертикальна диверсифікація. Вона передбачає розширення зайнятості підприємства в схожій для нього діяльності. Як приклад, можна навести підприємство, яке займається виробництвом борошна. Зазвичай, воно купує сировину в фермерів або інших таких самих компаній, але саме в цьому випадку для підприємства буде актуальним запровадити новий цикл від вирощування зерна до його переробки. Тобто самостійно займатися

вирощуванням зерна, а потім переробляти його на борошно різного гатунку та здійснювати експорт.

3) Інтеграційна диверсифікація. В такому випадку передбачається вихід зовсім в нову галузь. Це потрібно для зниження вже наведених нижче ризиків в роботі.

Також для більш детального розгляду питання потрібно звернути увагу на методи, що допоможуть вибрати правильну концепцію диверсифікації ризиків збуту борошномельної продукції:

- розробити власні технології та продукти;

- придбати ліцензії на ті ж самі технології чи продукти, створити спільні підприємства, або також актуальними будуть кластери, для того, щоб кожна зі сторін могла запропонувати свої інновації до діяльності;

- поглинання тих чи інших підприємств, які займаються вирощуванням зерна, або, як варіант, злиття з таким підприємством для досягнення спільної мети та максимізації прибутку.

Пропонується поглянути на матрицю стратегій диверсифікації ринків збуту для борошномельної галузі (табл. 3.1).

Згідно таблиці можна бачити, що сектор високої обізнаності ринку для збуту продукції буде більш вигідним, якщо галузь зможе розширити власні виробничі бази та за умов придбання ліцензій та/або придбання чи поглинання інших підприємств для спільної діяльності. Вибір такої стратегії диверсифікації борошномельної галузі дозволить за незначних структурних змін у бізнес-портфелі досягти більшої прибутковості, буде змога закріпитися на нових ринках збуту продукції та зарекомендувати себе як надійну галузь в Україні.

При виборі ж незнайомих ринків без їх аналізу та дослідження галузь може натрапити на складнощі з точки зору прогнозування результатів, що можуть бути на виході при експорті продукції та чинниками, які будуть залежати від зовнішнього середовища. Правильною стратегією при виборі такого методу диверсифікації буде нарощення компетенції галузі поетапно застосовуючи

венчурні капіталовкладення. Спершу галузь зможе вкласти невелику кількість коштів у такі проєкти або невеликі підприємства, або певні науково-дослідні центри. Така стратегія надасть змогу запровадження моніторингу нової технології для виробництва, дослідження світових ринкових умов. Наступний етап, за умови успішної реалізації попередніх та їх рентабельності та початкових вкладів, - це покупка венчурних фірм, які будуть володіти достатніми знаннями щодо нового ринку (ринків) та сучасних технологій.

Таблиця 3.1

Матриця стратегій диверсифікації, яку можна застосувати для

боронномельної галузі

<b>Ступінь ознайо млення з ринком</b>	Висока	Придбання ліцензій, спільні об'єднані підприємства, власні венчурні підрозділи	Придбання ліцензій, внутрішні капітальні вкладення у власне підприємство, придбання нових компаній або злиття з ними	Внутрішні капітальні вкладення у власний бізнес, придбання нових фірм
	Середня	Венчурні капітальні вкладення	Власні венчурні підрозділи, придбання нових компаній	Об'єднані виробництва, придбання нових фірм, внутрішні капіталовкладення у власне виробництво
	Низька	Венчурні капітальні вкладення	Венчурні капітальні вкладення	Об'єднані підприємства
		Низька	Середня	Висока
		<b>Ступінь знання технологій</b>		

Джерело: побудовано на основі [57]

Беручи до уваги той сектор, де володіння інформацією та ринком не присутнє, кращим методом диверсифікації стане злиття різноманітних підприємств галузі з ціллю пошуку нових країн для збуту продукції. Дана стратегія диверсифікації буде характеризуватися поєднанням з компаніями, що



матимуть свої ефективні ринки для експорту продукції. Також одним з вигідних варіантів буде злиття з такими підприємствами в галузі, які будуть здатні надати щось нове, тобто запровадити ноу-хау та створити новий продукт, який можна буде експортувати на нові ринки.

Як висновок з обиранням вірної стратегії, можна сказати, що найкращим рішенням при виборі нових збутових каналів для борошномельної галузі України буде запровадження кластерних утворень, аби поєднати виробничі можливості та технології. Прикладом може слугувати певне підприємство, яке займається суто вирощуванням сировини на експорт, тобто зерна пшениці, жита чи інших культур, та велике за обсягом підприємство, що переробляє з сировини борошно та експортує його на зовнішні ринки.

На сьогоднішній день стан борошномельної галузі є не таким успішним, як це було декілька маркетингових років назад. Експорт продукції знизився, від цього пішов на спад і експортний потенціал, виробництво борошна також. Причиною стала низка негативних подій, яка впливала на борошномелів за останні 2-3 роки.

До 2019/20 МР експорт вітчизняної продукції галузі постійно зростав, мірошники постачали борошно в майже 80 країн світу, українське борошно цінувалося та галузь була перспективною. Головним імпортером була Китайська Народна Державна Республіка, яка отримала майже 40% від загального експорту борошна. Воно постачалося від українських підприємств як за прямим контрактом, так і за транзитом через інші країни.

Але ситуація докорінно змінилася, тому що Україна має можливість до Китаю постачати продукцію лише морським транспортом, а наші конкуренти, Росія, - залізничним видом транспорту, тому для КНР дане транспортування є простішим, дешевшим і, тим самим, вигіднішим. Після того, як Росія стала головним експортером борошна для Китаю, українські поставки до цієї країни почали поступово знижуватися. До того ж, ще однією проблемою стало, що дуже відобразилося на іміджі української борошномельної галузі, пігання вчасності відправки до інших країн. Українські виробники мали проблему з відправкою

борошна залізничним транспортом до морського сполучення. Як наслідок – експортери не мали змоги підписувати нові контракти з поставками, тому що коли борошно мало б вже подорожувати кораблем до імпортера, проте воно лише чекало завантаження до вагону. Ці причини стали руйнівними для деяких підприємств і галузь втратила ключовий ринок збуту, а також достатньо велику суму, яка була вкладена в контракт, різноманітні сертифікати якості та сучасне обладнання.

На ринку Європейського Союзу для України були створені об'єднані квоти на імпорт борошна та зерна. Тому цей ринок також не є для України ефективним, адже ЄС таким чином захищає своїх виробників від конкуренції з-за кордону, тому що їх ринок є давно сформований, і відчутно збільшили вимоги до товарів на імпорт.

Для того, щоб розуміти, куди краще постачати продукцію борошномельній галузі та як підвищити її експортний потенціал, потрібно оптимізувати процеси виходу галузі на закордонні ринки. Сьогодні в Україні присутня ситуація з економічними коливаннями, зумовлює виробників шукати нові та розширювати наявні вже ринки збуту для експорту продукції. Одним з основних елементів аналізу зовнішнього ринку збуту є порівняння зовнішніх ринків з національним.

На цьому етапі повинна бути розроблена стратегія, що передбачає експорт продукції для підвищення експортного потенціалу галузі.

Суттю такої діяльності є необхідність комплексно організувати цей процес та проаналізувати всі фактори. Спочатку необхідно створити перелік потенційних зарубіжних ринків для збуту борошна, детально його проаналізувати та дослідити.

Аналіз та вивчення закордонних ринків для борошняної галузі здійснюється за допомоги низки таких факторів:

- середовище всередині країни (дослідження демографічного, економічного, політичного середовища тощо);

- ключові запити зовнішнього ринку до якості та стандартизації борошна;

- конкурентоспроможний рівень продукції, що виробляється;
- чинники привабливості міжнародного ринку;
- рівні світових цін, тенденція їх змін;
- ступені та характер конкуренції на ринку.

Після того, як було проаналізовано з якою країною краще проводити експортну діяльність, потрібно дослідити можливості ринку міжнародного партнера, як врегульована галузь на законодавчому рівні, вимоги з сертифікації борошна та інших питань порівняно зі специфікою українського ринку.

Наступний етап передбачає розробку концепцій по освоєнню закордонного ринку та, нарешті, збуту продукції. Тут потрібно вже оцінити способи виходу на зовнішній ринок з точки зору міжнародного маркетингу. Спосіб виходу, який вибере для себе галузь, буде базуватися на результатах. Одним з напрямків по утворенню зовнішньої політики збуту є виділення по найкращому співвідношенню у фінансовому плані та напрямку, що необхідний аби забезпечити максимально ефективний вихід галузі на зовнішній ринок.

Далі борошномельна галузь має зайнятися пошуком міжнародного контрагента після отримання результатів від проведеного маркетингового дослідження для аналізу структури ринку.

За останній маркетинговий рік ми втратили основного імпортера українського борошна – Китай, і велику частину азійських країн, тоді коли Російська Федерація почала нарощувати експортний потенціал по борошну саме в ці країни.

Також основним конкурентом на сьогоднішній день стала Туреччина. Влада цієї країни виділила для переробних підприємств вітчизняне зерно для його перемелювання в борошно для експорту продукції за ціною в 160 доларів. Вона наростила свій експортний потенціал зі збуту борошномельної продукції саме до Китаю, від чого зменшився експорт зі сторони України.

На сьогоднішній день потрібно розвивати стосунки щодо збуту продукції борошномельної галузі з такими країнами, як: Афганістан, Ірак, Ізраїль, Узбекистан, Ємен, Ангола та Сирія.

Єгипет не є потенційним покупцем борошна, адже було прийнято державою той факт, що цій країні простіше купувати сировину для самостійного перемелювання. Туди можна експортувати лише борошно преміум-класу, яке, на жаль, українські борошномели не можуть виготовити в силу недостатньо оновленого виробничого комплексу. Варто зауважити, що більшість підприємств галузі мають обладнання, яким користуються вже понад 30 років, з чого робиться висновок, що втручання держави та її фінансування – мінімальне.

Саме ринок Об'єднаних Арабських Еміратів буде сприятливим для України. Ця країна завжди відкрита для експорту, до того ж 17% борошняної продукції було поставлено за 2019/20 МР від загальної кількості експортованої продукції до інших країн.

ОАЕ найперспективніший ринок, що входить в топ-20 найбільших експортерів світу. І саме з цією країною буде важливим поліпшення співпраці для диверсифікації експортного потенціалу України. Дана країна має низькі ставки ввізних мит, та стосунки з нашою державою врегульовані законодавством, що є врегульованими зі сторони законодавства, і ці правила є однаковими для всіх країн торговельного блоку. До того ж, Емірати мають низку вільних економічних зон, що дають можливість експорту з нульовими ставками мита до цієї країни і також для майбутнього реекспорту на інші світові або регіональні ринки.

Але незважаючи на всі позитивні аспекти з митним режимом, ОАЕ вимагають досить своєрідні умови та заходи нетарифного регулювання. Українські борошномели можуть зіткнутися з впливом подібних моментів при експортній діяльності з Об'єднаними Арабськими Еміратами: певні затребуваності зі сторони санітарного контролю, проблеми з митним оформленням, технічне регулювання, легалізація документів, що потрібні для імпорту тощо.

Згідно з визначеної теорії раніше про стратегії диверсифікації ринків збуту для покращення експортного потенціалу, борошномельній галузі потрібно буде

провести низку заходів для дослідження наведеного ринку та створення міцних довготривалих стосунків для подальшого експорту борошна:

- дослідити економічну ситуацію в даній країні, звернути увагу на той сектор економіки, який є найбільш залежним від імпорту продукції;

- вивчити політику ціноутворення, щоб підвищити конкурентоздатність борошняної продукції на закордонному ринку;

- провести реорганізацію галузі, підвищити ефективність використання наявних ресурсів;

- залучити іноземних інвесторів, аби полегшити підприємствам в придбанні нової техніки та створити курси з підвищення кваліфікації для працівників;

- бути ознайомленим з переліками товарів, які ОАЕ будуть в подальшому реекспортувати на інші регіональні та міжнародні ринки;

- перед заключенням експортного контракту на постачання борошна бути ознайомленим з політикою роботи з ринком ОАЕ, визначити основні вимоги до стандартизації борошна та його якості.

Як висновок, диверсифікація ринків збуту як напрям підвищення експортного потенціалу борошномельної галузі є одним з ефективних методів, адже цей метод дає галузі оцінити ризики, знайти нових потенційних споживачів українського борошна, і, звісно, покращити якість виробленого борошна, тому варто пам'ятати, що кожен новий ринок збуту потребує зовсім нові підходи до вироблення і стандартизації борошна.

НУБІП України

НУБІП України

## ВИСНОВКИ

# НУБІП України

На основі досліджень проведених у магістерській роботі можна зробити

наступні висновки:

# НУБІП України

1. Будь-яка країна долучається до міжнародної торгівлі з метою підвищення власного добробуту. Беручи участь в міжнародній торгівлі, країни отримують

- можливість експортувати ті товари, у виробництві яких ширше

споживаються ресурси, котрі є у них у порівняно великій кількості;

можливість імпортувати такі товари, для виробництва яких потрібно було б витратити багато порівняно обмежених у неї ресурсів;

- ефект економії на більших масштабах виробництва, спеціалізуючись

при цьому на більш вузькому наборі товарів.

- полегшення доступу до світових досягнень науки та техніки, а також зовнішня торгівля товарами та послугами дозволяє задовольнити індивідуальні потреби споживачів більш повним чином, оскільки дані товари та послуги можуть мати кращу якість, ніж вітчизняні. Для України зовнішня торгівля

виступає не лише джерелом валютних надходжень до бюджету, вона дає можливість зарекомендувати себе на зовнішній арені, а також визначитись з напрямками інтеграції, бо дотепер зовнішня торгівля, як одна із сфер зовнішньоекономічної діяльності, є основою інтеграції у світове товариство

Зважаючи на всі наведені переваги від участі у міжнародній торгівлі, варто зазначити, що для отримання їх слід бути гнучким та конкурентним. З цією метою слід проводити політику диверсифікації, що дозволить, до прикладу, уникнути небажаних та неочікуваних проблем із дистриб'юторами сировини чи вже готових товарів та досягнути певної стабільності, а також може покращити

продаж власних товарів за рахунок пошуку нових перспективних ринків за кордоном або ж завдяки створенню нових товарів із більшою доданою вартістю, що теж значно сприятиме розвитку економіки.

# НУБІП України

2. Поняття «диверсифікація зовнішньої торгівлі», можна визначити як розширення номенклатури товарів і послуг та географічних векторів експортно-імпоротної діяльності на загальнонаціональному рівні.

У процесах диверсифікації зовнішньої торгівлі доцільно розрізнити певні різновиди, які розрізняють за трьома критеріями: напрямом руху товарних потоків, рівнями прояву та структурою зовнішньоторговельних зв'язків. За напрямом руху товарних потоків виділяють диверсифікацію експорту та диверсифікацію імпорту. За рівнями прояву диверсифікація може здійснюватися на корпоративному, національному, міждержавному, наднаціональному та глобальному рівнях. За структурою зовнішньоторговельних зв'язків диверсифікацію поділяють на географічну та товарну, що в свою чергу ділиться на вертикальну, горизонтальну та діагональну.

3. Методика дослідження зовнішньої торгівлі та тенденції її диверсифікації включає наступні етапи:

- аналіз динаміки зовнішньої торгівлі товарами протягом тривалого періоду (10 і більше років) шляхом визначення абсолютних (ланцюгових, базисних) і відносних (темів зростання та темів приросту) відхилень основних показників зовнішньої торгівлі товарами для обґрунтування напрямів і тенденцій розвитку цієї сфери;

- розрахунок та аналіз галузевої та товарної структури методом калькулювання питомої ваги товару (країни) в зовнішній торгівлі товарами;

- на основі узагальнених результатів визначаються тенденції розвитку зовнішньої торгівлі та напрями її диверсифікації;

4. Україна є одним з найбільших виробників пшениці в світі. Однак на відміну від інших світових виробників Україна основну частину виробленої пшениці експортує. За 10 останніх років відбувалося нарощування виробництва пшениці в Україні від 16,41 млн тонн у 2012 році до 32,6 млн т станом на 2021 рік, що на 29% більше ніж минулого року та примножився ввіччі порівняно із 2012-м. Це є абсолютним рекордом для нашої країни з часів проголошення незалежності

Експорт пшениці з України зазнав значного росту протягом попередніх 10 років та досягнув позначки у \$3,6 млрд у 2020 році, це більше ніж в 3 рази перевищує показники 2011-го року, де обсяги експорту були на рівні \$1,1 млрд.

Так, за останні десять років частка експорту зросла з 18% у 2011 році до 71% у 2020 році. Це свідчить про сировинний характер вітчизняного зернового експорту. Основними причинами такої ситуації є зменшення внутрішнього споживання пшениці та економічна привабливість експортної діяльності.

5. Проаналізувавши географічну структуру експорту за останніх десять років встановлено, що основними регіонами експорту вітчизняної пшениці є країни Азії, Африки та Європи (табл. 2). Так, експорт пшениці з України в країни Азії зріс у 4,5 рази і склав у 2020 році 10,9 млн. т. Основними країнами-імпортерами в цьому регіоні є Індонезія та Бангладеш, (експорт в ці країни порівняно із 2010 роком збільшився у 36,6 рази). Експорт пшениці в країни Африки зріс в 2,7 рази і склав у 2020 році 6,3 млн. т. Основним імпортером в даному регіоні є Єгипет (за досліджуваний період експорт до цієї країни зріс у 12 разів).

6. Товарна диверсифікація передбачає виробництво та експорт продукції з більшою доданою вартістю. Зокрема для пшениці це пшеничне борошно та пшенична крупа. За останні 10 років експорт борошна зріс на 43%, із \$41,5 млн у 2011 році до \$59,5 млн у 2020 році. Азіатський регіон був найбільшим імпортером українського борошна із часткою 67% у 2020 році. Серед країн найбільшими імпортерами були Об'єднані Арабські Емірати із обсягом імпорту \$11 млн (19% від загального експорту борошна з України), Сінгапур – \$7,9 млн (13%), Палестина – \$7,8 млн (13%), Молдова із обсягом \$7,2 млн (12%), Ізраїль – \$6,4 млн (11%) та Китай – \$4,5 млн (8%).

7. Основні підходи та шляхи зміцнення позицій України на світових ринках в цілому, та зерновому зокрема, сформульовані в Експортній стратегії України.



Головними цілями Стратегії розвитку експорту продукції зернової галузі України є:

- диверсифікація товарної номенклатури зернового експорту через поступове та поступальне збільшення кількості продукції переробки зерна;

- диверсифікація ринків збуту шляхом закріплення на існуючих та відкриття нових ринків збуту, провадження активних дій держави, направлених на полегшення доступу до потенційно привабливих ринків, зокрема, для уникнення надмірної залежності від умов торгівлі на окремих ринках;

- диверсифікація суб'єктів експорту шляхом збільшення числа вітчизняних компаній, залучених в експортні ланцюги постачання, розширення доступу малих та середніх виробників до зовнішніх ринків збуту.

8. Основні зусилля України в найближчий період повинні спрямовуватися на наступні заходи:

- освоєння нових ринків – в першу чергу в країнах Латинської Америки, Центральної, Східної та Західної Африки в торгівлі зерном-пшениці;

- збільшення частки ринку пшениці в країнах Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи;

- формування нових сегментів ринку – вихід на ринки країн Північної Африки, Південно-Східної Азії та Європи із продуктами переробки пшениці.

9. Підтримка з боку держави розвитку підприємств борошномельної галузі включає:

- цільове фінансування з державного бюджету, щоб забезпечити державну підтримку експортної діяльності галузі;

- забезпечення у страхуванні кредитів для експорту з комерційних установ (банків) та захистити від будь-яких економічних та політичних ризиків;

- надання гарантії по кредитах на проекти інвестиційного характеру, що передбачають експортну діяльність;

- забезпечення стабільності державного курсу гривні, зменшення валютних ризиків;

- цільове державне кредитування експортоорієнтованої галузі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агрожурнал "Зерно" – новини сільського господарства та землі : веб-сайт.  
URL: <https://www.zerno-ua.com/journals/2017/avgust-2017-god/hto-distane-vishchiy-val/> (дата звернення: 25.09.2021).
2. Агрополіт. Новини, інтерв'ю, блоги, аналітика, історії успіху з чиновниками та авторитетними експертами аграрної галузі : веб-сайт.  
URL: <https://agropolit.com/news/19377-dinamika-zboru-pshenitsi-v-ukrayini-za-ostanni-10-rokiv--grafika> (дата звернення: 11.10.2021).
3. Азрилян А.Н. Большой экономический словарь. М.: Институт новой экономики. 1997. 574 с.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Внешнеэкономические связи: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 512 с.
5. Баланс попиту та пропозиції зерна - Grain S&D Balance : веб-сайт.  
URL: [http://grainbalance.org.ua/index.php?PGID=1&CMD=SET\\_LANG&LANG=2](http://grainbalance.org.ua/index.php?PGID=1&CMD=SET_LANG&LANG=2) (дата звернення: 15.08.2021).
6. Визначення перспективних напрямів диверсифікації експорту України : веб-сайт.  
URL: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35477/vz\\_21\\_24.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35477/vz_21_24.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 11.10.2021).
7. Голомша Н.Є., Голомша О.Я. Кореляційно-регресійне моделювання конкурентоспроможності української пшениці на світових ринках. (Економіка АПК. 2019. №10. С. 88 – 97.)
8. Горбач Л.М. Міжнародні економічні відносини: підручник. К.:Кондор, 2009. 266 с.
9. Державна служба статистики України, розділ зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу: веб-сайт.

URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.07.2021).

10. Дзядикевич О.Я. Стратегічний аналіз підвищення конкурентоспроможності українського зерна на світовому ринку. Міжнародний науковий журнал „Інтернаука”. Серія: „Економічні науки”. 2018. №5.

11. Експортна стратегія України („Дорожня карта” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017 – 2021 роки, схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017-р.

URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-eksportnoyi-strategiyi-ukrayini-dorozhnoyi-karti-strategichnogo-rozvitku-torgivli-na-2017-2021-roki> (дата звернення: 13.09.2021).

12. Журнал «Агробізнес Сьогодні». Оперативні, технологічні матеріали, репортажі про досвід кращих вітчизняних аграріїв, огляди ринку та сучасна інфографіка: веб-сайт.

URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-lecture/item/7857-z-nadzieiu-na-krashchy-urozhai.html> (дата звернення: 29.08.2021)

13. Зоренко О.В. Деякі аспекти диверсифікації сільськогосподарських підприємств. Економіка: проблеми теорії і практики: зб. наук. Пр. Вип. 204: в 5 т. Т. IV – Д.: ДНУ, 2005. – с. 1028-1034.

14. Іванов Є.І. Методичні підходи до оцінювання диверсифікації зовнішньої торгівлі. Підприємництво та інновації, 2020. №12. С. 9-14.

URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.1> (дата звернення: 02.09.2021).

15. Іванов Є.І. Теоретичні основи диверсифікації зовнішньої торгівлі. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2018. №4(47): С. 17–20

16. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій: веб-сайт.

URL: [http://www.ier.com.ua/ua/publications/regular\\_products/economic\\_results\\_of\\_year?pid=4112](http://www.ier.com.ua/ua/publications/regular_products/economic_results_of_year?pid=4112) (дата звернення: 16.08.2021).

17. Інформаційна компанія «ПроАгро Груп»: веб-сайт.

URL: [https://www.proagro.com.ua/images/news/Syngenta\\_26.06.2015.pdf](https://www.proagro.com.ua/images/news/Syngenta_26.06.2015.pdf) (дата звернення: 20.10.2021).

18. Киреев А. П. Международная экономика. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. — М.: 416 с.

19. Коротаев А. В., Цирель С. В. Кондрачевские волны в мировой экономической динамике. Системный мониторинг Глобальное и региональное развитие. — М.: Либроком, 2010. С. 189–229.

20. Куркуль. Онлайн-асистент фермера: веб-сайт.

URL: <https://kurkul.com/agro-ekspeditsiyi/581-stan-pshenitsi-v-ukrayini-v-2019-totsi--agroekspeditsiya> (дата звернення: 01.11.2021).

21. Лекції з дисципліни «міжнародна торгівля»: веб-сайт.

URL: [http://dspace.wnu.edu.ua/bitstream/316497/8957/1/fmbm\\_k\\_me\\_2012\\_s\\_ME\\_dmit\\_LEK.pdf](http://dspace.wnu.edu.ua/bitstream/316497/8957/1/fmbm_k_me_2012_s_ME_dmit_LEK.pdf) (дата звернення: 21.08.2021).

22. Международные экономические отношения: теория и политика: учебное пособие 2-е издание, перераб. и доп. под ред Козака Ю. Г. – К.: Центр учебной литературы, 2013. – 360с.

23. Міністерство аграрної політики та продовольства України: веб-сайт.

URL: <https://minagro.gov.ua/ua/news/ukrayina-povnistyu-zabezpechena-prodovolchoyu-psheniceyu-roman-leshchenko> (дата звернення: 25.09.2021).

24. Міністерство сільського господарства США: веб-сайт.

URL: <https://www.usda.gov> (дата звернення: 19.08.2021).

25. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Ред. кол.: Мочерний С. В. (відп. ред) та ін. - К.: ВЦ - Академія, 2000-2002. - с. 952.

26. Навчальні матеріали онлайн. Міжнародні економічні відносини. Структура, види і форми реалізації міжнародних економічних відносин.

URL: [http://pidruchniki.com/1298010839240/ekonomika/struktura\\_vidi\\_formi\\_re](http://pidruchniki.com/1298010839240/ekonomika/struktura_vidi_formi_re)

alizatsiyi\_m\_izhnarodnih\_ekonomichnih\_vidnosin#531 (дата звернення 27.06.2021)

27. Осацька Ю. Є., Тихонова В. В., Цуркан Л. В. Особливості розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобалізації. Економічний простір. 2016. № 105. - С. 14-22.

URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ezpros\\_2016\\_105\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ezpros_2016_105_4) (дата звернення: 03.08.2021)

28. Погоріла К.В., Воронцова А.С. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку.

URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/76-2.pdf> (дата звернення: 09.08.2021).

29. Попов А. А. Торговое право: Учеб.пособие –Х.: Каравелла, 2005. – 257 с.

30. Правове регулювання зовнішньоторговельної діяльності в умовах реалізації інтеграційних прагнень України: монографія за ред. О. О. Ашуркова; НАН України, Ін-т економіко-правових досліджень – Чернігів: Десна поліграф, 2015.

31. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та її види. “Сучасний менеджмент: виклики та можливості”. Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. 27 квітня 2021 р. К. НУБіП України, 2021. С.59-62.

32. Прасол В.О., Голомша Н.Є. Диверсифікація українського експорту пшениці. “Нові виклики для аграрного сектору України в умовах глобалізації”. Матеріали ІV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. 26-27 жовтня 2021 р. К. НУБіП України, 2021. С. 81-84.

33. Продовольча та сільськогосподарська організація ООН: веб-сайт.

URL: <http://www.fao.org> (дата звернення: 05.08.2021).



34. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь - М.: ИНФРА-М, 1999. - 479 с.

35. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. - 495 с.

36. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник / М-во освіти і науки України. К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 375 с.

37. Семенюк В. В. Теоретичні аспекти диверсифікації міжнародної торгівлі.

Економіка та підприємництво. зб. наук. праць молодих учених та аспірантів М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". Відп. ред. С. І. Дем'яненко – 2010. – Вип. 25. – С.39–47.

38. Слово і Діло. Аналітичний портал : веб-сайт.

URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/02/18/infografika/ekonomika/obsyahy-eksportu-zemovuk-ukrayiny-2014-2020-rokah> (дата звернення: 23.10.2021).

39. Суперагроном. Глосвний сайт для агрономів : веб-сайт.

URL: <https://superagronom.com/news/14179-eksport-zerna-z-ukrayini-znachno-zris-na-foni-rekordnih-vrojajiv-silgospkultur> (дата звернення: 02.11.2021).

40. Толстая К. И. Совершенствование правового регулирования внешней торговли. Государственное регулирование торговли в рыночных условиях: Материалы міжнар. наук.-практ. конф. (24–26 жовтня 2001 року, Київ). Відп. ред.

А. А. Мазаракі. – К., 2001. – С.89

41. Третяк Г.С. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посіб. Львів: 2011. — 128 с.

42. Український клуб аграрного бізнесу : веб-сайт.

URL: [http://ucab.ua/ua/pres\\_sluzhba/novosti/valoviy\\_zbir\\_zernovikh\\_u\\_201314\\_mr\\_cuyude\\_v\\_tryku\\_naubilshikh\\_vrozhniv\\_za\\_chasiv\\_nezalezhnosti\\_ukraini](http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/valoviy_zbir_zernovikh_u_201314_mr_cuyude_v_tryku_naubilshikh_vrozhniv_za_chasiv_nezalezhnosti_ukraini) (дата звернення: 19.08.2021).

43. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України : веб-сайт.

URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2882799-ukraina-protagom-10-rokiv-rekordno-parostila-eksport-zernovih.html> (дата звернення: 06.10.2021)

44. Шершневич Г. Ф. Учебник торгового права. Фирма «СПАРК», 2010. С.25-27.

43. Экономика и менеджмент. Решения задач : веб-сайт.

URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/20-b/81-biznes-virobnistva-spozhyvannya-i-nakopichennya-sukupnogo-suspilnogo-produktu.html> (дата звернення: 13.08.2021).

46. Юшина С. І. Визначення зовнішньоторговельної діяльності в українському законодавстві. Часопис київського університету права. № 4, 2011. С. 197-200.

47. Agosin M.R., Alvarez R., Bravo-Ortega C. Determinants of Export Diversification Around the World: 1962-2000. The World Economy. Oxford: Blackwell Publishing Ltd., 2011. 20 p

48. Ali R., Alwang J., Siegel P.B. Is export Diversification the best way to achieve export growth and Stability? A look at three African Countries. World Bank Working Papers, 1991. № 729. 44 p

49. Bacchetta M. et al. A Practical Guide to Trade Policy Analysis. Geneva, 2012. UNCTAD & WTO.

URL: <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/63995> (дата звернення: 19.09.2021).

50. Berthelemy J.C., Chauvin S. Structural Changes in Asia and Growth prospects after the crisis. CEPII Working papers. 2000. № 00-09. 38 p

51. Dennis A., Shepherd B. Trade Costs, Barriers to Entry, and Export Diversification in Developing Countries: Policy Research Working Paper № 4368. Washington: World Bank, 2007. 40 p.

52. Dumicic K., Josic H., Zmuk B. (2018). Investigating Export Market Concentration for Developed, Developing and Transition Countries. *International Journal VALLIS AUREA*, Vol. 4, № 1, pp. 5–28.

53. Golomsha N., Voloshyn R., Holomsha O., Sava A., Zaritska N., Dovbush V. Strategic management of Ukraine's competitive position in the world wheat market in the context of covid-19 and active marketing. Vol. 7 No. 3 (2021): Sept./Dec. - Scientific research: insights and discoveries.

54. IMF eLibrary: веб-сайт.

URL: <https://www.elibrary.imf.org/view/books/083/14518-9781451943641-en/ch04.xml> (дата звернення: 17.09.2021).

55. Kondratieff N. D. The long waves in economic life. The review of economic statistics, 2009. - 17/6. - pp. 105–115.

56. Osakwe P.N., Santos-Paulino A.U., Dogan B. (2018). Trade dependence, liberalization and exports diversification in developing countries. *Journal of African Trade*, Vol. 5, Issues 1–2, pp. 19–34.

57. Trade statistics for international business development: веб-сайт.

URL: <https://www.trademap.org> (дата звернення: 09.07.2021).

58. William C. Brainard, Richard M. Cooper. Uncertainty and Diversification in International Trade : Food Research Institute Studies, 1968. 285 с.

URL: <https://ageconsearch.umn.edu/record/134983/files/fris-1968-08-03-317.pdf> (дата звернення: 10.08.2021).