

**Яценко Олександр Миколайович**  
кандидат економічних наук,  
Менеджер з фінансового контролю,  
ТОВ «ВІЛЛЕ ФОРТЕ УКРАЇНА», м. Київ, Україна  
E-mail: om.iatsenko@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-0388-728X

**Яценко Ольга Миколаївна**  
доктор економічних наук, професор  
професор кафедри міжнародної торгівлі та маркетингу  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна  
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-4399-22174

**Дендеберя Дарина Олександрівна**  
магістер міжнародної торгівлі і маркетингу  
факультет міжнародної економіки і менеджменту  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна  
e-mail: dendeberiadaryna@gmail.com

### СТРАТЕГУВАННЯ ПОВЕДІНКИ ЕКСПОРТЕРІВ НА ЦІЛЬОВИХ СВІТОВИХ РИНКАХ

**Iatsenko Oleksandr,**  
Ph.D. in Economics,  
Financial controller, LLC «VILLE FORTE UKRAINE»,  
e-mail: om.iatsenko@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-0388-728X

**Yatsenko Olha**  
Doctor of Economics, Professor  
Department of International Trade and Marketing  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine  
e-mail: yacenkoolgakneu@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-4399-22174

**Dendeberia Daryna**  
Master's Student in International Trade and Marketing  
Faculty of International Economics and Management  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine  
e-mail: dendeberiadaryna@gmail.com  
ORCID: 0009-0003-1834-1313

### STRATEGISING THE BEHAVIOR OF EXPORTERS IN TARGET GLOBAL MARKETS

**Анотація.** Міжнародна торгівля є важливою складовою економічного зростання, саме тому важливим аспектом є пошук ефективного виходу на міжнародні ринки, що принесе позитивні результати як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. В дослідженні обґрунтовані рекомендації щодо виходу експортерів на міжнародні ринки, оскільки це підвищує економічний розвиток та позиції країни у світовому господарстві. Нині питання виходу на міжнародний ринок тісно пов'язане з інструментами підтримки та просування експорту, оскільки на ринку присутня висока конкуренція. В дослідженні було виділено економічні та додатково стимулювальні інструменти просування експорту. Перші включають в себе фінансові та податко-

ві інструменти, а другі зумовлені використанням адміністративних та маркетингових заходів. В дослідженні значна увага приділяється аналізу світових тенденцій щодо експорту товарів; визначенню методів та показників оцінки ефективності системи підтримки експорту, що дає змогу країнам виміряти вплив діяльності з підтримки та просування експорту, адже дієвість інструментів різниться за країнами, на що впливає ряд факторів. В дослідженні акцентовано увагу, що з моменту початку повномасштабного вторгнення українські експортери стикаються з багатьма викликами, саме тому питання ефективного стратегування є першочерговим для розвитку країни і суб'єктів господарювання. Однією з найбільших проблем в експорті України є дисбаланси зовнішньої торгівлі: високий обсяг експорту сировинної продукції та значна кількість імпортованої продукції з доданою вартістю, саме тому питання підтримки та просування експорту є наразі таким актуальним. В дослідженні обґрунтовано і обрано ключові регіони для українського експорту: європейський, азійський, американський, африканський, регіони Австралії та Океанії. Вибір регіонів зумовлений стратегією диверсифікації ринків експорту. Україні вже зараз необхідно знижувати ризики у сфері міжнародної торгівлі, щоб уникнути ризиків, які можуть виникнути під час вступу до Європейського Союзу, адже наші національні економічні інтереси тісно переплітаються з іншими країнами цього інтеграційного об'єднання. Рекомендації, надані українським експортерам, були адаптовані до певних умов і частин регіону, які мають специфічні особливості. Обґрунтовуючи вихід суб'єктів господарювання на ринок конкретного регіону в дослідженні було визначено і аргументовано перспективні сектори національної економіки, зважаючи на поствійськову важливість цієї галузі для держави.

**Ключові слова:** експорт, міжнародна торгівля, стратегування поведінки експортерів, експортна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, торговельна політика, система підтримки та просування експорту, євроінтеграційні перспективи, глобальні ринки, конкуренція.

**Abstract.** International trade is an important component of economic growth, so it is important to find an effective way to enter international markets that will bring positive results in both the short and long term. The study provides recommendations on how exporters should enter international markets, as exports enhance economic development and a country's position in the global economy. Nowadays, the issue of entering the international market is closely related to the tools for supporting and promoting exports, as the market is highly competitive. The article identifies economic and additional incentive instruments for export promotion. Economic instruments include financial and tax instruments, while additional incentives are based on the use of administrative and marketing measures. An important part of the work is the analysis of global trends in commodity exports, which make it clear the importance of specific commodity sectors. The study also includes methods and indicators for assessing the effectiveness of the export support system, which allows countries to measure the impact of export support and promotion activities, as the effectiveness of instruments for one country will not always have the same effectiveness in another country. Since the start of the full-scale invasion, Ukrainian exporters have faced many challenges, which is why effective strategy is of paramount importance for the country's development. One of the biggest problems in Ukraine's exports is the high volume of raw material exports and the high number of imported value-added products, which is why the issue of export support and promotion is a relevant topic of research. The key regions for Ukrainian exports were selected in this study: European, Asian, American, African, Australian and Oceania. The choice of regions is based on the strategy of diversifying export markets. Ukraine already needs to minimise risks in international trade in order to avoid risks that may arise when it joins the European Union, as our national economic interests closely overlap with other countries of this integration association. The recommendations provided to Ukrainian exporters have been adapted to specific parts of the region that have certain peculiarities. At the end of the description of important aspects for entering the market of a particular region, promising sectors have been suggested based on the importance of this industry for the country or region.

**Keywords:** international trade, strategy the behavior of exporters, export activity, foreign economic activity, trade policy, export support and promotion system, European integration prospects, global markets, competition.

**EL codes:** F10, F13, F14

**Постановка проблеми.** В умовах сучасної глобалізації та конкуренції питання просування експортної діяльності є надважливим для прискорення економічного зростання, сприяння інноваціям та зміцнення позицій країни у світі. Важливість результативної системи підтримки зовнішньоекономічної діяльності є першочерговим наразі для країн, оскільки це основа забезпечення їх економічної безпеки держав і розуміння їх національних економічних інтересів. Зміна підходів до торгівлі, підвищення ролі послуг і цифрової економіки, важливість переходу до сталої та стійкої економіки, період геополітичної нестабільності, нові стратегії розвитку створюють унікальні виклики, які вимагають гнучкості від учасників міжнародних економічних відносин. Для України, яка не лише інтегрується у світову економіку, має євроінтеграційні прагнення, а й продовжує функціонувати в умовах повномасштабної війни, питання підтримки та просування експорту вітчизняних виробників на іноземні ринки є стратегічним. Незважаючи на складну безпекову ситуацію, українська економіка адаптується до нових реалій та демонструє стійкість.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Результати теоретичних та емпіричних досліджень показують, що тематикою міжнародної торгівлі цікавиться багато іноземних і вітчизняних авторів: Д. Вінклер, Х. Крус, М. Тіммер, Г. Фріз, М. Чинкота, Д. Лук'яненко, Я. Столярчук, Т. Циганкова, Л. Антонюк, Н. Резнікова, А. Дугінець, О. Булатова, Н. Татаренко, Т. Зінчук, Л. Петрашко, Н. Тюріна, Т. Кальченко, О. Коблянська, А. Мазаракі, Т. Мельник, Ю. Завадська, Н. Карасьова, М. Пугачов, О. Федірко, В. Чужиков, С. Ткаленко, І. Каленюк, О. Шебаніна, Т. Гордєєва, Г. Солодковська, Ю. Солодковський, Г. Іщенко, В. Олефіренко, Т. Тананайко та інші. Питання підтримки та просування експортної діяльності розкривались у працях таких науковців: А. Іщенко, О. Генералов, О. Кам'янецька, В. Марченко. Дослідження вказують на необхідність відповідності сучасним тенденціям і формування ефективної політики підтримки та просування експорту.

**Методика дослідження.** Методичну основу дослідження становлять декілька різних методів аналізу: під час систематизації інструментів підтримки та просування експорту, методів оцінки та системи показників оцінки ефективності системи підтримки експорту було використано системно-структурний аналіз економічних процесів і явищ; аналіз і синтез застосовувався під час вивчення поведінки експортерів на цільових світових ринках. Для аналізу економічних показників країн, структурних змін у світовій економіці використовувалися методи кількісних та якісних порівнянь.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Першочерговим питанням для виходу на зарубіжні ринки наразі є використання сучасних інструментів підтримки та просування експорту. Світ змінюється, а тому необхідно змінювати і поведінку експортерів на цільових ринках, оскільки таким чином знижується можливість ризиків і невдач. Для цього необхідно запропонувати рекомендації, які мають підвищити ефективність експортної діяльності.

**Метою статті** є характеристика теоретичних підходів до підтримки та просування експорту та надання пропозицій стосовно поведінки українських експортерів на світових цільових ринках.

**Виклад основного матеріалу.** Стратегування поведінки експортерів є ключовим елементом успішного виходу на міжнародні ринки. У сучасному глобалізованому світі конкурентні переваги залежать не лише від якості продукції, а й від адаптації до специфіки міжнародних ринків. Виробники можуть адаптувати свій вихід на конкретні ринки за допомогою рекомендацій зі стратегування, що є інструментом підтримки та просування експорту.

Інструменти підтримки та просування експорту варто поділити на дві групи: економічні та додатково стимульовальні. Економічні поділяються на фінансові, формами яких є експортні субсидії, експортне кредитування, кредитне страхування, експортні гарантії, інвестиції в інфраструктуру, пільгові кредити, формування системи стійкості валютного курсу, торговельне фінансування зовнішньоекономічних контрактів, та податкові, прикладом яких є диференціація ставки податків і порядку оподаткування, пільги з оподаткування, податкові «канікули». Додатково стимульовальна група складається з адміністративних інструментів (дотримання правил і норм СОТ, розвиток інституцій всередині країни, створення ефективної системи технічного регулювання, удосконалення національної системи стандартизації, створення спеціальних економічних зон, спрощення митних процедур) та маркетингових заходів (формування бренду країни, проведення маркетингових досліджень, просування вітчизняної продукції через торгові місії, ярмарки, виставки, сприяння налагодженню контактів між національними експортерами та закордонними споживачами, інформаційно-консультаційні послуги для експортерів, цифровий маркетинг) [1, 2, 3]. Рекомендації зі стратегування відносяться до маркетингових заходів додатково стимульовальної групи. Усі вищенаведені інструменти допомагають експортерам вийти на нові ринки, збільшують обсяги експорту, знижують ризики та підвищують конкурентоспроможність.

Виміряти ефективність запропонованих заходів можна за допомогою оцінки ефективності системи підтримки експорту. Існують такі методи оцінки ефективності системи підтримки експорту: статистичні, динамічні, оптимізаційні, кореляційний і регресійний аналіз. Система показників оцінки ефективності системи підтримки експорту включає в себе визначення на макро- і мікрорівні статистичних, динамічних показників, показники опитування підприємств та світові економічні індекси [4]. Така структура дозволяє комплексно оцінити ефективність, сприяти об'єктивнішій оцінці ефективності використання державних ресурсів, структур, що займаються підтримкою експорту, оцінити доцільність інвестування у експортно-орієнтовані галузі, виявити недоліки у системі підтримки експорту, а також покращити міжнародний імідж країни в цілому.

Ефективне стратегування поведінки експортерів на міжнародних ринках є важливою складовою для успішної зовнішньоекономічної діяльності у сучасних умовах конкурентного та глобалізованого середовища. Різноманітність цільових ринків вимагає від українських експортерів розробку певних дій, які допоможуть збільшити експорт та просунути свої інтереси.

Для аналізу структурних змін у світовій економіці важливо розглянути основних експортерів на міжнародному світовому ринку, що зображені в табл. 1.

## ТОП-10 КРАЇН-ЕКСПОРТЕРІВ ТОВАРІВ У 2019–2023 РР.

№	2019	2020	2021	2022	2023
1	Китай	Китай	Китай	Китай	Китай
2	США	США	США	США	США
3	Німеччина	Німеччина	Німеччина	Німеччина	Німеччина
4	Нідерланди	Нідерланди	Нідерланди	Нідерланди	Нідерланди
5	Японія	Японія	Японія	Японія	Японія
6	Франція	Гонконг	Гонконг	Південна Корея	Італія
7	Південна Корея	Південна Корея	Південна Корея	Італія	Франція
8	Італія	Італія	Італія	Бельгія	Південна Корея
9	Гонконг	Франція	Франція	Франція	Мексика
10	Мексика	Бельгія	Бельгія	Гонконг	Гонконг
Україна	52	47	48	64	66

Джерело: складено авторами на основі [5]

Дані, приведені в табл. 1 показують, що країнами, які постійно знаходяться на перших місцях серед експортерів, є Китай, США, Німеччина, Нідерланди та Японія. Китай займає перше місце, що підтверджує його позицію як провідного експортера, особливо в секторі електроніки. США всі роки займають друге місце, зберігаючи значні обсяги експорту, зокрема в таких галузях: електроніка, транспортне обладнання. Німеччина — потужна індустріальна країна з великим виробництвом автомобілів, машинобудування та електронно-технічної техніки. Нідерланди спеціалізуються на хімічних продуктах, аграрній продукції та логістичних послугах. Японія — відомий експортер електроніки та автомобілів. Франція, починаючи з 2020 року, з шостого місця опинилась на дев'ятому, проте у 2023 році покращила свої позиції. Південна Корея до 2022 року стабільно залишалась на сьомому місці, а у 2023 р. втратила позиції та опинилась на восьмому місці, перед тим у 2022 році поліпшивши свої позиції до шостого місця. Італія мала незмінні позиції до 2021 року та знаходилась на восьмому місці, з 2022 року почала покращувати свої результати та піднялась у 2023 р. на шосте місце. Гонконг покращував свої показники з 2020 року, проте далі результати погіршились і у 2023 році країна опинилась на десятому місці. Також варто сказати про появу Мексики на десятому місці у 2019 р. та потім у 2023 році, що свідчить про активізацію експортної діяльності та її вагомості у світі завдяки близькості до США та підписаним угодам. Бельгія сходила до найбільших експортерів у 2020–2022 роках. Україна з 52 місця в 2019–2020 роках понизила показники свого експорту до 66 місця у 2023 році. Падіння викликано повномасштабною війною в Україні, що вплинуло на експортну активність країни.

Далі розглянемо основні сектори експорту, які зібрані на рис. 1.

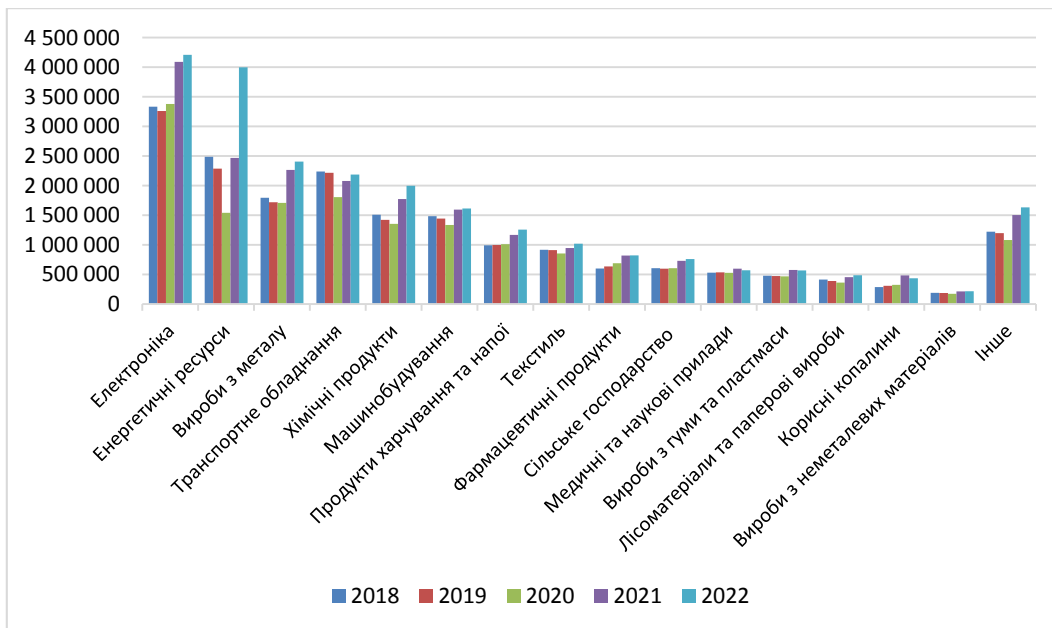


Рис. 1. Основні сектори експорту товарів у 2018–2022 роках, в млн дол. США

Джерело: складено авторами на основі [6]

Рис. 1 дає змогу проаналізувати основні сектори світового експорту товарів. На першому місці знаходиться електроніка, яка стабільно залишається провідним експортним сектором. У 2022 році цей сектор досяг найвищих показників, що свідчить про зростаючий попит на технологічну продукцію. Сектор енергетичних ресурсів демонструє найбільше зростання у 2022 році з-поміж усіх інших секторів як наслідок відновлення після кризи COVID-19 та зростання цін на енергоносії. Також можна побачити зростання попиту у 2022 році на вироби з металу, транспортне обладнання, хімічні продукти та продукти харчування. Високий попит на вироби з металу та транспортне обладнання вказує на важливість цих галузей для розвитку інфраструктури та інших секторів світової економіки. Зростання експорту продуктів харчування та сільського господарства свідчить про зростання споживання та важливості продовольчої безпеки у світі. У 2021 році зріс експорт фармацевтичної продукції внаслідок пандемії COVID-19, що посилило роль фармацевтичного сектору. В той же час є певні товари, експорт яких почав знижуватись: вироби з гуми та пластику, лісоматеріали, корисні копалини. Це зумовлено змінами у глобальному підході до міжнародної торгівлі, що включає в себе сталу та стійку торгівлю. В наш час питання сталого розвитку та екологічної стійкості стало одним з найважливіших в будь-якій діяльності. Вперше на міжнародному рівні Глобальні цілі сталого розвитку були визначені в 2015 році на Саміті ООН зі сталого розвитку. І вже зараз питання екологічного майбутнього зосереджене в багатьох видах діяльності. Циркулярна економіка — важлива тенденція сьогодення, яка зосереджується на повторному використанні ресурсів для мінімальних відходів, викидів, шкоди навколиш-

ньому середовищу шляхом замикання матеріальних циклів [7]. Основними тенденціями у світовому експорті товарів є: поступове відновлення після пандемії, зростання експорту у високотехнологічних та базових секторах, а також зниження експорту секторів, що шкодять навколишньому середовищу.

Перейдемо до рекомендацій зі стратегування. Особливо важливим ринком для України є європейський вектор, а саме Європейський Союз. Україна зацікавлена у торговельно-економічній співпраці з ЄС і в майбутньому вступі до ЄС, оскільки Європейський Союз є найбільшим торговельним партнером України вже багато років після переорієнтації на нові ринки у 2014 році. Певним аспектом у торговельній взаємодії України з Європейським Союзом є те, що Україна обмежена в торгівлі з цим регіоном через наявність квот. Для частини сільськогосподарської та харчової продукції ЄС і Україна застосовують безмитні тарифні квоти. Їх застосування дозволяє експортерам постачати продукцію без мит, проте експорт понад встановлені квоти підпадає під загальний режим імпорту в ЄС. Експорт у межах квоти обкладається митом 0 %, експорт понад квоту — ввільним митом, визначеним Митним тарифом ЄС. Розподіл тарифних квот за законодавством Європейського Союзу здійснюється за двома принципами: «перший прийшов — перший обслуговується» та через систему імпорتنих ліцензій [8]. Для ринку Європейського Союзу важливо обрати стратегію адаптації, що включає підвищення якості продукції, відповідність стандартів, фітосанітарних норм, технічних бар'єрів, врахування торгової політики Європейського Союзу. Певні аспекти адаптації можна побачити на онлайн-платформі Пульс Угоди, яка виконує моніторинг реалізації плану заходів з виконання Угоди про асоціацію. У прогресі виконання бачимо, що напрям технічних бар'єрів у торгівлі виконаний на 89 %, санітарні та фітосанітарні заходи — на 82 % [9]. Важливим частиною взаємодії у сфері торгівлі між Україною та ЄС є створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВ ЗВТ), яка є елементом Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та розпочала тимчасове застосування у 2016 році. Положення про ПВ ЗВТ передбачають суттєву лібералізацію торгівлі, гармонізацію законодавства та нормативно-регуляторної сфери [10]. У червні 2022 року розпочав діяти режим безмитної підтримки України Європейським Союзом, який Рада ЄС продовжила ще до червня 2025 року, проте вже ж оновленими умовами. Цього разу будуть автоматично застосовуватись швидкі коригувальні заходи стосовно м'яса птиці, яєць, меду, цукру, кукурудзи, вівса, круп, якщо обсяги їх імпорту з нашої країни досягатимуть середнього річного рівня, зафіксованого в період з 1 липня 2021 року по 31 грудня 2023 року. В цьому контексті важливо переорієнтувати географію вітчизняного експорту, який з 2022 року через агресію РФ і неможливість повноцінного використання логістики надходив замість ринків Азії та Африки країнам Європейського Союзу. З товарної структури торгівлі ЄС з Україною видно, що Україна експортує дуже багато сировини, проте експортує готову продукцію, що негативно впливає на розвиток країни. Прикладом може бути експорт макаронів, що має додану вартість. Огляд сучасних тенденцій українського експорту та попиту регіонів дозволяє виокремити найбільш популярні категорії експортної діяльності для Європейського Союзу, який найбільше імпортує сировину. Для ЄС важливими секторами імпорту є сільськогосподарська продукція: зернові та олійні культури, фрукти та ягоди (свіжі та сушені), пшеничне борошно, соняшникова олія; мед; вироби зі сталі:

проводи ізольовані, напівфабрикати зі сталі. Потенційним сектором українського експорту можуть стати фармацевтична продукція, оскільки ця категорія займає помітне місце в імпорті ЄС, а Україна стає світовим гравцем на цьому ринку [11, 12].

Не всі країни Європи входять до ЄС, тому можна також розглянути ринок Великої Британії. Україна підписала Угоду про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство. До 2029 року передбачається скасування увізних мит, а також тарифних квот у міжнародній торгівлі, за винятком яєць та продуктів з м'яса птиці. Українські виробники матимуть змогу збільшити експорт таких товарів: молочні продукти, томатна паста, мед, соки. Угода також надає можливість оптимізувати логістику для експорту та збільшити постачання продукції з доданою вартістю. 1 січня 2021 року Британія вийшла з Європейського Союзу, що призвело до введення нових правил і стандартів в торгівлі. Одним з важливих аспектів було провадження нового знаку відповідності стандартам — UKSA (Оцінка відповідності Великобританії). Також Департамент навколишнього середовища, продовольства та сільського господарства регулюють стандарти на продукти харчування та сільське господарство. На ринку Великої Британії необхідно використовувати стратегію адаптації до регуляторних змін та підвищення якості продукції. 1 вересня 2024 року Україна та Велика Британія набула чинності Угода про цифрову торгівлю, яка включає такі складові: відкриті цифрові ринки, цифрові торгові системи, захист споживачів та бізнесу, сприяння вільному доступу фінансовою інформацією, співпраця у новітніх сферах, таких як штучний інтелект, квантові технології та кібербезпека. Реалізація цієї Угоди сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, вільному доступу українських ІТ-компаній на цифрові ринки Великої Британії забезпечить підтримку української економіки. Також важливим кроком виходу на ринок Великої Британії є участь у виставках, наприклад, виставка Food & Drink Expo — це найкращий спосіб вийти на британський ринок продуктів харчування та напоїв. До Великої Британії Україна найбільше екпортує борошно, зерно, молочну продукцію, м'ясо птиці та напівфабрикати, томатну пасту, мед, кукурудзу, пшеницю, соки, гриби, цукор. Якщо розглянути промислову продукцію, то це електронне обладнання, сталь, чавун, меблі [13]. Потенційними товарами на ринку можуть стати м'ясні консерви, тканина, які входять до найбільш імпортованих товарних категорій Великою Британією [11].

Доволі перспективний ринок для нас — це азійський ринок, оскільки нам необхідно розширювати географію експорту, а цей регіон має швидке економічне зростання та велику кількість потенційних споживачів. Щодо основних принципів виходу на ринки цього регіону, то варто адаптувати продукцію до місцевих смаків, тобто враховувати культурні особливості регіону, також варто зосередитись на інноваційності, оскільки азійські ринки цінують високотехнологічну продукцію, також приділяти увагу дотриманню стандартів, наприклад в Японії та Китаї. У цьому регіоні необхідно приділяти увагу халяльній сертифікації, що в більшості стосується країн Близького Сходу. Єдиний документ, що надає можливість експортувати продукти харчування в країни арабомусульманського світу — це сертифікат Халяль. Цей документ підтверджує, що сертифікована продукція відповідає вимогам Халяль стандартів, за основу яких взяті закони Ісламу, також він є гарантією того, що продукція виготовлена за



спеціальною технологією, під контролем працівників органу, що видає сертифікацію, із дотриманням ісламських норм і дозволені до споживання мусульманами. Для підвищення присутності важливо мати локальних агентів, які гарно розуміють особливості ринку. В культурному аспекті азійські країни орієнтовані на довгострокову співпрацю, відносини для них є важливими в побудові партнерських стосунків. У цьому регіоні можливе використання електронної комерції для просування продукції. Для підвищення обізнаності та виходу на цей ринок експортерам допоможуть виставки. Прикладами можуть бути China International Import Expo в Китаї, харчові виставки Foodex Japan у Японії, Seoul Food Show в Південній Кореї та Gulfood в ОАЕ. Країни Азії продовжують фокусуватись на ввезенні традиційної продукції українського виробництва — зернових, олій та жирів, олійних культур, залишків харчової промисловості, м'яса і субпродуктів. Найбільшими покупцями вітчизняної агропродовольчої продукції в азійському регіоні зараз виступають Китай, Туреччина, Індія, Бангладеш, Саудівська Аравія, Ізраїль та Ірак. На них припало близько 89 % вартості продажів з України в цю частину світу. Китай з Туреччиною забезпечують понад 70 % здійснюваних регіональних закупівель. Важливими секторами для Японії є м'ясні та тютюнові вироби, для Китаю — експорт сої. Ці товарні категорії найбільше імпортуються Японією та Китаєм [11].

Ринки американського регіону є перспективними для України завдяки стабільному розвитку цих ринків та їх значущості. Цей ринок має специфікацію залежно від субрегіону. Стратегування українських експортерів у Північній Америці має включати відповідність стандартам: Міністерства сільського господарства США (USDA) у сфері органічних культур і тваринництва та Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів і медикаментів (FDA) у сфері харчових продуктів, медикаментів, косметики, харчових добавок, напоїв, біопрепаратів. Реєстрація компанії і товарів в Управлінні з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів (FDA) — це необхідність не лише для торгівлі офлайн, але й для онлайн, зокрема на Amazon. У Канаді такими питаннями сертифікації харчових продуктів займається Канадське агентство інспекції харчових продуктів (CFIA). 23 вересня 2023 року Україна підписала Угоду про вільну торгівлю з Канадою, результатом якої є збільшення можливостей для розширення експорту на ринок цієї країни. Угода регулює скасування ввізного мита як Україною, так і Канадою, також питання електронної комерції, торгівлі послугами. Також варто згадати, що в підтримку України деякі країни скасували певні обмеження українського імпорту у 2022 році, зокрема Канада, США, ЄС та Велика Британія. На ринку Північної Америки країні необхідно орієнтуватись на інноваційних галузях, але також не забувати про традиційні, також в регіоні є поширені цифрові платформи, такі як Walmart, Amazon. І, звичайно, виставки, які проводяться на різну тематику кожного року. У структурі українського експорту до США переважають продукція гірничо-металургійного комплексу (чавун, труби, в окремі роки — залізна й титанова руда), у незначних кількостях — агропродукція та продукти перероблення, а також зовсім несуттєві постачання споживчих товарів, промислової продукції та сировини. Одним з перспективних напрямів може бути експорт фармацевтики та телерадіомовного обладнання, оскільки США багато імпортують саме цієї продукції [11]. Також для США цікавою є співпраця в авіакосмічній промисловості.

Далі варто проаналізувати ринок Латинської Америки. Варто зосередити увагу на тому, що для Латинської Америки США є найбільшим торговельним партнером, тому Україні непросто поширювати свою продукцію на цей ринок. Полегшити вихід на цей ринок можна завдяки локальним партнерствам з агентами, а також представлення своїх товарів на виставках. Цей регіон цінує довготривалі відносини та співпрацю, що також важливо враховувати. Загалом можна виокремити такі рекомендації з експорту продукції: експорт товарів, що відповідають вимогам сталого розвитку, використання цифрових платформ, просування товарів через виставки та інструменти цифрового маркетингу. Латинська Америка є зацікавленою імпортом продукції сільського господарства та технологій з України.

Далі розглянемо ринок африканського регіону, який для України є нелегким для поширення своїх економічних інтересів внаслідок політичної орієнтації країн на РФ. Позитивними аспектами цього регіону є високий попит на імпортовану продукцію, прагнення до співпраці з іншими частинами світу, економічна інтеграція регіону, що характеризується створенням Африканської континентальної зони вільної торгівлі, до якої входять 44 країн Африки, також це інтерес Африки до технологій. Певними рекомендаціями може бути вихід на більш стабільні ринки з мінімізацією ризиків через політичну нестабільність, страхування експортних контрактів через Експортно-кредитне агенство, укладення угод з місцевими дистриб'юторами, які добре знають ринок, вивчення локальних особливостей регіону та орієнтація на довгострокові відносини. Для України африканський регіон набуває особливого значення не лише як напрямок для розширення ринків збуту, але й як стратегічний аспект переорієнтації партнерських зв'язків від залежності від РФ. Активізація цієї співпраці дозволяє не лише збільшити економічну присутність України, а й зміцнити позиції Африки як надійного партнера у світовій системі міжнародно торгівлі. Африканському регіону Україна експортує здебільшого продовольство, що робить її вагомим гравцем у забезпеченні продовольчої безпеки в цьому регіоні [14]. Перспективною продукцією може бути техніка для сільського господарства, будівельні матеріали.

Регіони Австралії та Океанії займають найменшу частку міжнародної торгівлі України. Цей регіон є перспективним, оскільки ринки мають стабільність, зацікавлені в імпорті, купівельна спроможність населення є високою, наявний попит технології та аграрну продукцію. Проте варто зосередитись на певних рекомендаціях для покращення результату від виходу на цей ринок: оптимізація логістичних ланцюжків через використання портів в Азії; створення для ринку унікальної пропозиції, яка пов'язана з якістю та екологічністю, дослідження ключових культурних і товарних вимог та адаптація до них, налагодження контактів з бізнесом через виставки, впровадження міжнародних стандартів, оскільки країни мають високі вимоги до стандартизації: Standards Australia займається розробкою та впровадженням технічних стандартів в Австралії, Standards New Zealand — стандартами в сфері здоров'я, IT, екологічного менеджменту, Food Standards Australia New Zealand (FSANZ) розробляє стандарти, які регулюють використання технологічних допоміжних речовин, барвників, добавок, вітамінів і мінералів, харчових продуктів [15, 16]. Загалом регіон може стати перспективним, якщо адаптуватись до специфіки цих країн. Океанія та Австра-

лія здебільшого імпортують жири та олії тваринного і рослинного походження, металургійна та машинобудівна продукція, у тому числі морські та річкові судна, вироби з пластмаси, електроніка. Для Нової Зеландії Україна може експортувати мед, вироби з деревини, оскільки це основні продукти експорту [11]. Цікавими для цього ринку, а також для інших регіонів світу є українські ІТ-технології та інноваційні продукти, які набирають все більшої популярності на міжнародних ринках. У світовому експорті послуг Україна відома також послугами, які пов'язані з подорожами, транспортними та діловими послугами, зокрема консалтинговими послугами.

Поєднання економічних, політичних аспектів дозволить отримати максимальний результат від взаємодії з міжнародними ринками, оскільки на сучасному етапі міжнародна політика економізована, а економіка — політизована.

**Дискусійні положення.** Дискусійним може бути питання обраних ринків, оскільки наразі з деякими регіонами Україна має доволі малі обсяги міжнародної торгівлі, порівняно з іншими регіонами. Існує доцільність диверсифікувати експортну діяльність, щоб знизити майбутні ризики після вступу до Європейського Союзу та отримати максимальну вигоду від потенційних торговельних партнерів завдяки глобалізації світового господарства.

**Висновок.** Питання стратегування поведінки українських експортерів на світових цільових ринках є доволі актуальним з огляду на ускладнення міжнародної торгівлі внаслідок повномасштабного вторгнення РФ. Проблематика є важливою для дослідження з огляду на те, що Україна має спільні національні економічні інтереси з країнами-сусідами, які входять до Європейського Союзу. В роботі проаналізовано теоретичні аспекти підтримки та просування експорту, а також досліджені структурні зміни у світовій торгівлі. Практичні результати складають рекомендації для виходу українського експортера на конкретних ринок, що включають в себе аналіз особливостей регіону, потреб ринків цього регіону та використання українських сильних сторін України для виходу на цей ринок.

### **Література**

1. Іщенко А. (2015). Маркетинговий компонент національних систем підтримки експортерів. 2015. Бізнес Інформ. № 1. С. 388-393. URL: [https://www.business-inform.net/pdf/2015/1\\_0/388\\_393.pdf](https://www.business-inform.net/pdf/2015/1_0/388_393.pdf)
2. Лосіцька Т. (2019). Державне регулювання експортної діяльності. Наука технології інновації №3(11) 2019, 11-21 с. <http://doi.org/10.35668/2520-6524-2019-3-02>
3. Генералов О. (2019). Інструменти просування вітчизняного експорту на ринки азійських країн. Економічний простір, (145), 5-15. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/99/92>
4. Юхта О. (2017). Критерії оцінки ефективності системи підтримки експорту. Наукові засади розвитку знань економічної теорії: Збірник тез наукових. URL: <https://chdtu.edu.ua/media/k2/attachments/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf#page=32>
5. World Trade Organization. World Trade Statistics. (2023). URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statistics2023\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statistics2023_e.htm)
6. McKinsey & Company. What are the main traded sectors and who are the main trade partners of an economy? McKinsey Global Institute. URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/global-trade-explorer-what-are-the-main-traded-sectors-of-an-economy?eco=wld&sector=0ag&togle=c&year=2022&sub-sector=tag>

7. Geissdoerfer M., Savaget P., Bocken N., Hultink E. The Circular Economy — A new sustainability paradigm? (2017). *Journal of Cleaner Production*. Vol. 143. P. 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
8. Комунікаційна команда Офісу віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Безмитні тарифні квоти. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/trade/free-area/quotas/>
9. Комунікаційна команда Офісу віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Пульс Угоди. URL: <https://pulse.kmu.gov.ua/ua/current-progress>
10. Представництво України при Європейському Союзі. (2021). Зона вільної торгівлі між Україною та ЄС. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/torgovnelno-ekonomichne-spivrobitnictvo-ukrayina-yes/zona-vilnoyi-torgivli-mizh-ukrayinoyu-ta-yes>
11. ОЕС. Profiles. URL: <https://oec.world/en>
12. Комунікаційна команда Офісу віцепрем'єрки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. (2023). Євросоюз залишається найбільшим ринком експорту для України. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/evrosoyuz-zalyshayetsya-najbilshym-rynkom-eksportu-dlya-ukrayiny-u-2022-rotsi-ukrayina-eksportovala-do-yes-63-tovariv/>
13. Trading Economics. (2024). Ukraine Exports to United Kingdom. URL: <https://tradingeconomics.com/ukraine/exports/united-kingdom>
14. Київська школа економіки. (2023). Співпраця країн Африки з Україною у сфері продовольства. URL: <https://kse.ua/ua/the-african-countries-and-ukraine-partnership-africa>
15. New Zealand Government. (2021). Standards New Zealand. URL: <https://www.govt.nz/organisations/standards-new-zealand/>
16. Commonwealth of Australia. (2023). Food Standards Australia New Zealand. URL: <https://www.health.gov.au/contacts/food-standards-australia-new-zealand-fsanz>
17. Яценко, О., Дугінець, Г., & Панченко, В. (2024). Євроінтеграційні імперативи повоєнного відновлення України на засадах сталості: у пошуках джерел фінансування. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 334(5), 616-623. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-93>
18. Yatsenko, O., Reznikova, N., Karasova, N., Musiiets, T., Lavrinenko, O., and Nitsenko, V. (2020). Modernization of the Format of Ukraine's Trade Integration With the EU in the Conditions of Implementation of the DCFTA. *Problemy zarzadzania — management issues*. 18 (4(90)): 101-124. DOI: 10.7172/1644-9584.90.6
19. Яценко О. М. Циркулярна економіка як незворотній глобальний мегатренд та драйвер сталого розвитку України. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2022. № № 11-12. С. 131-143. DOI:10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-131-143
20. Baležentis A., Yatsenko O. (2018) Trade Integration Asymmetries of Ukraine and the EU. *The Journal of International Economic Policy*. 1(28). С. 33-63. [http://iejjournal.com/journals\\_eng/28/2018\\_2\\_Basenentius\\_Yatsenko.pdf](http://iejjournal.com/journals_eng/28/2018_2_Basenentius_Yatsenko.pdf)
21. Tsygankova T.M., Yatsenko O.M., Tananaiko T.S., Solodkovska G.V., Olefirenko V.V., Ishchenko A.V. (2022). Free trade agreements in the world trade system: benefits and models. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6 (47). 172–181. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3925>
22. Mykhailova M., Yatsenko O., Zavadskaya Y., Afanasieva O., Haas R. The War in Ukraine and its Impact on Global Agricultural Trade (Auswirkungen des Ukrainekriegs auf den globalen Agrarhandel). *Die Bodenkultur: Journal of Land Management, Food and Environment*. Volume 74, Issue 2, 91–105, 2023. DOI: 10.2478/boku-2023-0008.
23. Дугінець, Г., Яценко, О., & Панченко, В. (2024). Міжнародний досвід повоєнного відновлення: тригери соціально-економічного розвитку в умовах децентралізації. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 328(2), 497-505. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-74>

## References

1. Ishchenko A. (2015). Marketing component of national support systems for exporters. 2015. Business Inform. No. 1. S. 388-393. URL: [https://www.business-inform.net/pdf/2015/1\\_0/388\\_393.pdf](https://www.business-inform.net/pdf/2015/1_0/388_393.pdf) [In Ukrainian].
2. Losytka T. (2019). State regulation of export activity. Science of innovation technology No. 3(11) 2019, pp. 11-21. <http://doi.org/10.35668/2520-6524-2019-3-02> [In Ukrainian].
3. Generalov O. (2019). Tools for promoting domestic exports to the markets of Asian countries. Economic space, (145), 5-15. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/99/92> [In Ukrainian].
4. Yukhta O. (2017). Criteria for evaluating the effectiveness of the export support system. Scientific foundations of the development of knowledge of economic theory: Collection of scientific theses. URL: <https://chdtu.edu.ua/media/k2/attachments/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf#page=32> [In Ukrainian].
5. World Trade Organization. World Trade Statistics. (2023). URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statistics2023\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statistics2023_e.htm)
6. McKinsey & Company. What are the main traded sectors and who are the main trade partners of an economy? McKinsey Global Institute. URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/global-trade-explorer-what-are-the-main-traded-sectors-of-an-economy?eco=wld&sector=0ag&toggl=c&year=2022&sub-sector=tag>
7. Geissdoerfer M., Savaget P., Bocken N., Hultink E. The Circular Economy — A new sustainability paradigm? (2017). Journal of Cleaner Production. Vol. 143. P. 757–768. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
8. Communication team of the Office of the Deputy Prime Minister on European and Euro-Atlantic integration. Duty-free tariff quotas. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/trade/free-area/quotas/> [In Ukrainian].
9. Communication team of the Office of the Deputy Prime Minister on European and Euro-Atlantic integration. The pulse of the Agreement. URL: <https://pulse.kmu.gov.ua/ua/current-progress> [In Ukrainian].
10. Representation of Ukraine to the European Union. (2021). Free trade zone between Ukraine and the EU. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/torgovelnno-ekonomichnespivrobitnictvo-ukrayina-yes/zona-vilnoyi-torgivli-mizh-ukrayinoyu-ta-yes> [In Ukrainian].
11. OEC. Profiles. URL: <https://oec.world/en>
12. Communication team of the Office of the Deputy Prime Minister on European and Euro-Atlantic integration. (2023). The European Union remains the largest export market for Ukraine. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/yevrosoyuz-zalyshayetsya-najbilshym-rynkom-eksportu-dlya-ukrayiny-u-2022-rotsi-ukrayina-eksportuvala-do-yes-63-tovariv/> [In Ukrainian].
13. Trading Economics. (2024). Ukraine Exports to United Kingdom. URL: <https://tradingeconomics.com/ukraine/exports/united-kingdom>
14. Kyiv School of Economics. (2023). Cooperation between African countries and Ukraine in the field of food. URL: <https://kse.ua/ua/the-african-countries-and-ukraine-partnership-africa> [In Ukrainian].
15. New Zealand Government. (2021). Standards New Zealand. URL: <https://www.govt.nz/organisations/standards-new-zealand/>
16. Commonwealth of Australia. (2023). Food Standards Australia New Zealand. URL: <https://www.health.gov.au/contacts/food-standards-australia-new-zealand-fsanz>
17. Yatsenko, o., Duhinets, H., & Panchenko, V. (2024). Yevrointehratsiini imperatyvy povoiennoho vidnovlennia Ukrainy na zasadakh stalosti: u poshukakh dzherel finansuvannia. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 334(5), 616-623. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-93> [In Ukrainian].

18. Yatsenko, O., Reznikova, N., Karasova, N., Musiiets, T., Lavrinenko, O., and Nitsenko, V. (2020). Modernization of the Format of Ukraine's Trade Integration With the EU in the Conditions of Implementation of the DCFTA. *Problemy zarzadzania — management issues*. 18 (4(90)): 101-124. DOI: 10.7172/1644-9584.90.6
19. Yatsenko O. M. Tsyrukliarna ekonomika yak nezvorotnii hlobalnyi mehatrend ta draiver staloho rozvytku Ukrainy. Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seria «Ekonomika». 2022. № № 11-12. S. 131-143. DOI:10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-131-143 [In Ukrainian].
20. Baležentis A., Yatsenko O. (2018) Trade Integration Asymmetries of Ukraine and the EU. *The Journal of International Economic Policy*. 1(28). C. 33-63. [http://iejjournal.com/journals\\_eng/28/2018\\_2\\_Basenentius\\_Yatsenko.pdf](http://iejjournal.com/journals_eng/28/2018_2_Basenentius_Yatsenko.pdf)
21. Tsygankova T.M., Yatsenko O.M., Tananaiko T.S., Solodkovska G.V., Olefirenko V.V., Ishchenko A.V. (2022). Free trade agreements in the world trade system: benefits and models. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 6 (47). 172–181. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3925>
22. Mykhailova M., Yatsenko O., Zavadzka Y., Afanasieva O., Haas R. The War in Ukraine and its Impact on Global Agricultural Trade (Auswirkungen des Ukrainekriegs auf den globalen Agrarhandel). *Die Bodenkultur: Journal of Land Management, Food and Environment*. Volume 74, Issue 2, 91–105, 2023. DOI: 10.2478/boku-2023-0008.
23. Duhinets, H., Yatsenko, O., & Panchenko, V. (2024). Mizhnarodnyi dosvid poviennoho vidnovlennia: tryhery sotsialno-ekonomichnoho rozvytku v umovakh detsentralizatsii. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 328(2), 497-505. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-74> [In Ukrainian].