

## 8. СТАТИСТИКА

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-3-63>

УДК 339.13

**Циганков Р.С.**

аспірант,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Гуртовий Ю.В.**

студент,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Бесчастна Д.О.**

викладач кафедри статистики, обліку та економічної інформатики,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

*Tsyhankov Roman, Hurtovyi Yurii, Beschastna Daria*

Oles Honchar Dnipro National University

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

*Статтю присвячено дослідженню методологічних принципів оцінювання експортного потенціалу на рівні країни. Виділено два основних показники, а саме індикатор експортного потенціалу та індикатор диверсифікації продукції, які використовуються західноєвропейськими вченими-економістами під час аналізування можливостей збільшення експорту. Проте використання цих підходів не завжди є можливим, оскільки існує проблема наявності необхідних для моделей статистичних показників у секторальних базах даних, а введення в модель фіксованих значень змищує її оцінки. Теоретично узгодженою моделлю оцінки експортного потенціалу є гравітаційна модель. Проте прогнозований за нею експорт має скоріше утопічні значення, оскільки модель базується на принципі повної зайнятості, що є неможливим за сучасної ситуації на ринку праці України. Більше того, експортний потенціал можна вимірювати лише за певним продуктом на певному цільовому ринку, а агрегований показник не є статистично значущим. Інший підхід до оцінювання експортного потенціалу базується на взаємодії трьох факторів, а саме пропозиції експортера, попиту імпортера, легкості доступу на ринок. Отримане значення експортного потенціалу доцільно порівняти з фактичним експортом, щоб визначити величину невикористаного потенціалу.*

**Ключові слова:** експортний потенціал, індикатор експортного потенціалу, індикатор диверсифікації продукції, гравітаційна модель, пропозиція експортера, попит імпортера, легкість доступу на ринок.

**Постановка проблеми.** Експортний потенціал входить до складу економічного потенціалу країни та є результатом конкурентоспроможності її продукції на зовнішніх ринках, а його формування й реалізація складають комплексний процес, на який впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори. Оскільки збільшення експортного потенціалу веде до збільшення чистого експорту, який безпосередньо входить до ВВП країни, дослідження й визначення показника експортного потенціалу країни є важливими питаннями на макроекономічному рівні, методологія обчислення яких світовими аналітиками та економістами практично не висвітлена у вітчизняних наукових джерелах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концепції західноєвропейських та американських науковців щодо визначення експортного потенціалу з урахуванням даних про двосторонню торгівлю між країнами, легкість доступу на ринок теоретично дають змогу визначити продукцію з високим експортним потенціалом та/або можливості диверсифікації на цьому цільовому ринку. Теоретично узгодженою моделлю, що найкраще моделює торговельні відносини країн та кількісно вимірює значення експортного потенціалу, є гравітаційна модель [1]. Ранні спроби використання сили гравітації для прогнозування двосторонньої торгівлі були піддані фундаментальній критиці. Австрійський економіст П. Еггер стверджує, що великі

відхилення фактичної від прогнозованої торгівлі скоріше вказують на неправильне визначення моделі, ніж на невикористану можливість, і виступає з позицією, що модель може бути використана для референтної групи країн [2]. Одні дослідники (наприклад, британський міжнародний економіст О. Шепотило) під час побудови моделей для визначення потенційної торгівлі за секторами застосовують коефіцієнти, отримані за характеристиками референтних країн, інші (наприклад, португальський економіст К. Хелмерс) припускають, що використання агрегованої інформації про ключові детермінанти торгівлі на рівні сектору дасть змогу отримати невірні результати [3; 4].

Експортний потенціал та поняття, що з ним пов'язані, на різних рівнях також досліджували М. Портер [5], П. Самуельсон [6], Т. Мельник [7], Д. Лук'яненко [8], О. Кириченко [9], М. Дудченко [10], О. Захарова [1]. Узагальнюючи наявні підходи, вважаємо доцільними розроблення й обґрунтування системи показників та оцінювання експортного потенціалу.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування системи економіко-статистичних підходів до кількісного оцінювання експортного потенціалу на певних ринках.

**Виклад основного матеріалу.** Згідно з концепціями про взаємодію попиту, пропозиції та легкості доступу на ринок під час визначення експортного потенціалу західноєвропейські та американські вчені-економісти виділяють два показники, зображені на рис. 1.

Оцінювання експортного потенціалу – це кількісний підхід до визначення перспективних експортних секторів та ринків у глобальному масштабі, що базується на даних про торгівлю та доступ до ринку. Окрім кількісно вимірюваних компонентів експортного потенціалу, існують інші, часто нематеріальні фактори, які слід враховувати під час вибору секторів та продуктів, на які слід орієнтуватися через програми розвитку торгівлі та підтримки експорту конкурентоспроможної продукції.

Серед них слід назвати готовність та можливість залучення прямих іноземних інвестицій, можливості

маркетингу та вплив потужного бренду, існування синергетичних планів розвитку чи галузевих стратегій.

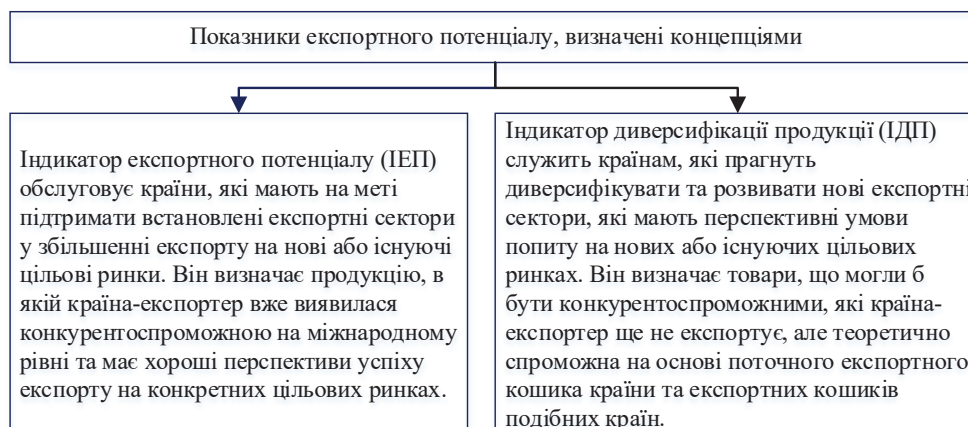
Оцінки потенціалу експорту також абстрагуються від витрат, пов'язаних з діяльністю з просування експорту. Окрім економічних показників, існують ті, що вимірюють соціальний ефект від можливого збільшення експорту продукції. У західній літературі визначають навіть впливи на соціальне життя, наприклад, чи збільшення експорту впливає на нерівномірність розподілу доходів та заробітну плату населення, чи експортна стратегія передбачає право жінок на участь у ній. Однак більшість аспектів розвитку соціального життя, екології або не може бути оцінена кількісними показниками, або не висвітлена у торговельних базах даних, що спричиняє труднощі їх аналізу.

ІЕП заснований на ідеї, що торгівля між двома країнами позитивно пов'язана з рівнем попиту та пропозиції на продукцію й негативно пов'язана з обмеженнями торгівлі у вигляді митних зборів або географічної відстані та стосується моделей гравітації [4]. Гравітаційна модель пов'язує глобальні тенденції виробництва та споживання з глобальними тенденціями торгівлі. Популярність моделі зумовлена факторами, узагальненими на рис. 2.

Формула гравітаційної моделі є такою:

$$X_{ij} = \frac{Y_i E_j}{Y} * \left( \frac{\tau_{ij}}{P_j \Omega_i} \right)^{1-\sigma}, \quad (1)$$

де  $X_{ij}$  – експорт з країни-експортера до країни-імпортера;  $Y_i$  – виробнича потужність країни-експортера (ВВП);  $E_j$  – розмір споживчого ринку країни-імпортера (витрати);  $Y$  – світовий ВВП;  $\sigma$  – еластичність заміщення між товарами, зокрема між місцевими та імпортованими товарами, яка вимірює, наскільки попит на імпортовані товари зменшиться у відсотковому відношенні, якщо його ціна зросте на 1% (у моделях її величина зазвичай становить близько 4–5);  $\tau_{ij}$  – торгові витрати, які включають транспортні витрати, витрати на перетин кордону, оплату тарифів, задоволення нетарифних вимог у країнах-імпортерах, оплату страхових послуг;  $P_j$  та  $\Omega_i$  – «цінові індекси», які охоплюють



**Рис. 1. Показники експортного потенціалу, визначені концепціями**

Джерело: узагальнено авторами за даними джерела [4]



Рис. 2. Переваги застосування гравітаційної моделі

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [3]

всю релевантну інформацію про стан усіх країн світової економіки, їх географічну позицію відносно один одного, всі торгові витрати між усіма країнами, виробництво та витрати у всіх країнах. Ці два значення є суттєвими, оскільки вони об'єднують усю релевантну інформацію про глобальну торговельну рівновагу у двох числах. Ці два показники називають багатостороннім опором імпорту та експорту [3].

Отже, теоретично узгодженою моделлю оцінювання експортного потенціалу є гравітаційна модель. Однак міжнародні та міжгалузеві специфікації потребують оцінювання величезної кількості коефіцієнтів та мають громіздкі обчислення. Технічні характеристики з фіксованими ефектами для країни-експортера, ринку продукту, країни-імпортера також мають недоліки, бо фактори потенційного експортного потенціалу залишаються непрозорими. Оскільки даних про світовий рівень виробництва та споживання на рівні продукту немає, виведення їх із експорту та імпорту призведе до проблеми ендогенності, що, зрештою, обумовить зміщення коефіцієнтів.

Методологія оцінювання потенціалу експорту базується на моделі гравітації, визначеної на рівні продукту. Вихідним моментом є припущення, що у світі без торговельних воєн торговельні потоки можуть бути описані поєднанням експортера, який відповідає за пропозицію товару; імпортера, який відповідає за попит на товар; факторів двосторонньої торгівлі між ними.

$$v_{ijk} = \alpha_{ik} \beta_{ij} \gamma_{jk} \quad (2)$$

Параметр  $v_{ijk}$  відповідає значенню експорту від експортера  $i$  продукції  $k$  на ринок  $j$ , параметр  $\alpha_{ik}$  описує ефективність експортера  $i$  в експорті продукції  $k$ , параметр  $\gamma_{jk}$  відображає попит на ринку  $j$  на продукцію  $k$ , параметр  $\beta_{ij}$  характеризує легкість доступу на ринок  $j$  експортеру  $i$ .

Ця модель характеризується такими умовами:

- ідеальна конкуренція в межах країни (пропозиція еластична);
- припущення, що імпорт цього товару розподіляється між країнами-постачальниками однаково на всіх ринках;

– двосторонні торгові витрати задані у вартісному вираженні та не залежать від продукції;

– структура ринкового попиту на товар, що пропонується кожним експортером, не відрізняється від структури світового попиту.

Насправді гіпотетичні (або потенційні) торговельні потоки часто відхиляються від фактичної торгівлі з таких причин:

1) рівняння не враховує всіх вимірюваних факторів, які впливають на потужність пропозиції та умови попиту (тарифи та чутливість товарів на відстань можуть впливати на попит ринку);

2) відсутність торговельних воєн у моделі зумовлює різке зростання відхилення між потенційним та реальним експортом.

Різниця між прогнозованим та фактичним значеннями експорту можуть трактуватися як невикористаний потенціал. Однак підхід у цьому контексті незручний з декількох причин. По-перше, розмір моделі, визначеної на детальному рівні продукту та на рівні країни, був би дуже великим. По-друге, досвід показує, що країнам важко точно визначити своїх торгових партнерів. По-третє, за відсутності детальної статистики виробництва та споживання для фіксації  $jk$ ,  $ij$  та  $jk$  будуть використовуватися фіксовані ефекти. Однак модель, що оцінюється з фіксованими ефектами, ускладнює прогнозування отриманих значень потенціалу експорту, тобто ключове завдання аналізу.

Враховуючи недоліки вищезазначених моделей, значення експортного потенціалу рекомендуємо обчислювати безпосередньо з поєднання попиту, пропозиції та легкості доступу до ринку.

$$EP_{ijk} = S_{ik} * L_{ij} * D_{jk} \quad (4)$$

де  $EP_{ijk}$  – визначений експортний потенціал країни-експортера  $i$  товару  $k$  на цільовому ринку  $j$ ;  $S_{ik}$  – обсяг пропозиції країною-експортером  $i$  продукції  $k$ ;  $L_{ij}$  – легкість доступу країни-експортера  $i$  до потенційного ринку  $j$ ;  $D_{jk}$  – попит на продукцію  $k$  на цільовому ринку  $j$ .

Варто зазначити, що пропозиція, попит та легкість доступу на ринок не є абсолютними величинами,

інформацію про які можна використати у статистичних базах даних, це є певним чином розраховані коефіцієнти.

Порівняння потенційних значень експорту з фактичними значеннями експорту дає змогу виявити невикористані можливості, які мають проаналізувати установи, що підтримують експортну діяльність. Те, наскільки нереалізованим є експортний потенціал (UEP) для конкретного товару чи цільового ринку, обчислюється за формулою:

$$UEP_{ijk} = EP_{ijk} - EX_{ijk}, \quad (5)$$

де  $UEP_{ijk}$  – нереалізований експортний потенціал країни-експортера  $i$  товару  $k$  на цільовому ринку  $j$ ;  $EP_{ijk}$  – визначений експортний потенціал країни-експортера  $i$  товару  $k$  на цільовому ринку  $j$ ;  $EX_{ijk}$  – фактичні значення експорту країни-експортера  $i$  товару  $k$  на цільовому ринку  $j$ .

Якщо фактичний експорт більше експортного потенціалу, нереалізований потенціал дорівнює нулю.

У такій моделі значення пропозиції країни-експортера ґрунтується на прогнозованій частці ринку. Так, частка експорту країною продукту  $k$  на ринок  $j$  у загальному обсязі експорту продукту  $k$ , помножена на очікуваний експортером темп зростання ВВП, відображає відносне збільшення загальних показників пропозиції на потенційному ринку. Цей показник розраховується без урахування тарифного навантаження (вплив тарифів на експорт на конкретний ринок враховується в компоненті попиту).

Попит на потенційному ринку-імпортера  $j$  на продукт  $k$  в моделі ґрунтується на прогнозованому імпорті, що скоригований на очікуване зростання чисельності населення й очікуване зростання ВВП на душу населення. Показник також враховує тарифну перевагу на цільовому ринку  $j$ , а також двосторонню відстань, що порівнюється із середньою відстанню, за якої цільовий ринок  $j$  країни зазвичай імпортує продукт  $k$ .

На частку експортованих товарів країни на потенційному ринку безпосередньо впливають тарифні переваги. Вона може бути більшою, коли країна має великі тарифні переваги на світових ринках для певного товару. Чисельником коефіцієнта тарифної переваги є середньозважений тариф, що стягується за товар  $k$  (ринки  $j$ , імпорт товару  $k$  від постачальників  $i$  використовуються як ваги під час розрахунку середніх тарифів). Знаменник – це середньозважений тариф, який застосовується до експорту продукції країни. Країна  $i$  має перевагу в тарифі цього виду продукції  $k$ , якщо чисельник перевищує знаменник. Якщо тарифи, застосовані до країни-експортера, нижчі, ніж тарифи, застосовані до інших постачальників продукції  $k$ , експортер отримує перевагу від тарифної переваги на ринку, що приведе до більш високого потенціалу експорту.

Також до моделі включається фактор відстані, який порівнює відстань до експортера та відстань до інших постачальників продукції  $k$ . В емпіричних оцінках двосторонніх торгових потоків відстані використовуються як підтвердження транспортних витрат, тобто для країн, що мають більші відстані, мають бути більші транспортні витрати, якщо витрати менші, мають місце якісь преференції або торгової війни проти інших країн.

Проте тут є також виняток, оскільки різні продукти можуть бути транспортовані різними видами транспорту. Наприклад, продукти, що швидко псуються, чутливі до відстані, тому зазвичай імпортуються із сусідніх країн, тоді як відстань менше стосується товарів тривалого користування. Отже, якщо, наприклад, молочна продукція має експортний потенціал на цільовому ринку Китаю, то необхідно враховувати, що Китай буде віддавати перевагу країнам-сусідам, які швидше її доставлять. Якщо експортер має незначну відстань до ринку (ринок сусідньої країни), він віддає перевагу продуктам, близькість яких є перевагою (висока чутливість експортованих товарів до відстані). Якщо експортер знаходиться далеко від потенційного ринку, він віддає перевагу продуктам, відстань яких менш важлива (низька чутливість експортованих товарів до відстані).

Легкість торгівлі (доступу на ринок) базується на фактичній торгівлі між експортером  $i$  та ринком  $j$  продуктами, що мають потенціал, якщо експортер  $i$  має таку саму частку на ринку  $j$ , як і на світових ринках.

$$L_{ij} = \frac{EX_{ij}}{\sum_k (S_{ik} * D_{ijk})}, \quad (6)$$

де  $L_{ij}$  – легкість доступу країни-експортера  $i$  на цільовий ринок  $j$ ;  $EX_{ij}$  – фактичні значення експорту країни-експортера  $i$  на цільовий ринок  $j$ ;  $S_{ik}$  – обсяг пропозиції країною-експортером  $i$  продукції  $k$ ;  $D_{ijk}$  – попит на продукцію  $k$  експортера  $i$  на цільовому ринку  $j$ .

Якщо  $L_{ij} > 1$ , експортеру  $i$  легше торгувати з ринком  $j$ , ніж зі світовими ринками, в середньому, наприклад, через те, що дві країни розташовані поблизу, тому що вони поділяють однакову мову чи культуру або встановили торгові зв'язки в минулому. Це збільшить потенціал експортера для торгівлі будь-яким видом товару на ринку  $j$ . Якщо  $L_{ij} < 1$ , експортер  $i$  вважає, що порівняно складніше торгувати з ринком  $j$ , тому це знижує потенціал продукту, що аналізується.

Більшість країн, що розвиваються, практично оцінює свою експортну діяльність, проте певний простий набір кроків, які допомогли б проаналізувати це, існують. Одним із них є модель підтримки прийняття рішень, яка починається з аналізу макроекономічних умов великої кількості потенційних цільових ринків, а потім, використовуючи підхід фільтрації (відповідно до таких критеріїв, як зростання імпорту, розмір ринку, концентрація на ринку та доступність до ринку), відображає можливі комбінації товарів і ринків, які мають потенціал. Ця модель відрізняється від оцінок експортного потенціалу тим, що спирається на фільтри, проте ці фільтри не враховують величину попиту та фактори доступу до ринку, наприклад, тарифні, які впливають на експортні рішення країни [4].

**Висновки.** Отже, оцінка потенціалу експорту складається з двох показників, де ППВ вказує на потенційні значення експорту наявної продукції на заданому цільовому ринку, а ІДП вказує на відносні позиції можливостей диверсифікації продукції на цьому цільовому ринку. Концептуально оцінки потенціалу експорту базуються на припущенні, що у світі торговельні потоки можуть бути описані як поєднання пропозиції, простоти експорту (тарифні обмеження та доступ на ринок) та попиту. Прогнозування на основі гравітаційної моделі є занадто утопічним для реалій економіки України, а отриманий нереалізований потенціал так і не буде досягнутий внаслідок відсутності повної

зайнятості та повного завантаження своїх виробничих потужностей, більш того, розрахунки можуть бути неточними внаслідок громіздких обчислень, відсутності інформації для аналізу або суб'єктивності аналітика під час вибору показника або коефіцієнта, тому визначений показник експортного потенціалу за будь-якою моделлю не є критичним, піддається маневрам як у бік збільшення, так і в бік зменшення, тобто є вихідною точкою в процесі прийняття рішення щодо просування експорту, яку необхідно супроводжувати подальшими науковими дослідженнями та консультаціями із зацікавленими сторонами державного та приватного секторів у країні.

#### Список літератури:

1. Захарова О. Особливості застосування гравітаційних моделей в аналізі міжнародного торговельного співробітництва. *Вісник МДУ. Серія: Економіка*. 2014. Вип. 8. С. 145–152.
2. Egger P. An Econometric View on the Estimation of Gravity Models and the Calculation of Trade Potentials. *The world economics*. 2002. Vol. 25. № 2. P. 297–312.
3. Нотатки про гравітаційну модель. *Київська школа економіки*. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2019/09/gravity.pdf> (дата звернення: 13.05.2020).
4. ITC export potential and diversification assessment methodology. *ITC: Export Potential Map – spot export opportunities for trade development*. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/glossary#realized-potential> (дата звернення: 14.05.2020).
5. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. 4-е изд. Москва : Альпина Паблишер, 2011. 453 с.
6. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика / пер. с англ. Москва : БИНОМ, 1997. 699 с.
7. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. Вип. 1–2. С. 241–271.
8. Лук'яненко Д., Поручник А., Антонюк Л. та ін. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія : у 2 т. Т. II. Київ : КНЕУ, 2006. 592 с.
9. Кириченко О. Державне регулювання експортного потенціалу харчової промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.07.01 ; Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України. Київ, 2002. 11 с.
10. Дудченко М., Філіпенко А., Буркін В., Гальчинський А. та ін. Диверсифікація експортного потенціалу України. *Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть*. Київ : Либідь, 2002. С. 143–157.

#### References:

1. Zakharova O. (2014) Osoblyvosti zastosuvannia hravitatsiinykh modelei v analizi mizhnarodnoho torhovelnoho spivrobitnytstva [Features of the gravity models use in the analysis of international trade cooperation]. *MSU Journal: Economics*, vol. 8, pp. 145–152.
2. Egger P. (2002) An Econometric View on the Estimation of Gravity Models and the Calculation of Trade Potentials. *The world economics*, vol. 25, № 2, pp. 297–312.
3. Notatky pro hravitatsiinu model [Notes about gravity model]. *Kyiv school of economics*. Available at: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2019/09/gravity.pdf> (accessed: 13 May 2020).
4. ITC export potential and diversification assessment methodology. *ITC: Export Potential Map – spot export opportunities for trade development*. Available at: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/glossary#realized-potential> (accessed: 14 May 2020).
5. Porter M. (2005) Konkurentnaia stratehiya: Metodyka analiza otraslei y konkurentov [Competitive strategy: Methodology Analyzing Industries and Competitors]. Moscow : Alpyna Pablysher (in Russian).
6. Samuelson P., Nordkhaus V. (1997) Ekonomyka [Economy]. Moscow : BYNOM (in Russian).
7. Melnyk T. (2009). Eksporny potentsial Ukrainy: metodolohiia otsinky ta analiz [The export potential of Ukraine: assessment methodology and analysis]. *International economic policy Journal*, vol. 1–2, pp. 241–271.
8. Lukianenko D. (2006) Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu v umovakh hlobalizatsii ekonomichnoho rozvytku [Management of international competitiveness in a globalizing economic development]. Kyiv : KNEU (in Ukrainian).
9. Kirychenko O. (2002) Derzhavne rehuliuвання eksportnoho potentsialu kharchovoi promyslovosti [State regulation of the export potential of the food industry] (PhD Thesis), Kyiv : Research Economic Institute of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine.
10. Dudchenko M. (2002). Dyversyfikatsiia eksportnoho potentsialu Ukrainy [Diversification export potential of Ukraine]. Kyiv : Lybid.

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА УКРАИНЫ

Статья посвящена исследованию методологических принципов оценивания экспортного потенциала на уровне страны. Выделены два основных показателя, а именно индикатор экспортного потенциала и индикатор диверсификации продукции, которые используются западноевропейскими учеными-экономистами при анализе возможностей увеличения экспорта. Однако использование этих подходов не всегда является возможным, поскольку существует проблема наличия необходимых для моделей статистических показателей в секторальных базах данных, а введение в модель фиксированных значений смещает ее оценки. Теоретически согласованной моделью оценки экспортного потенциала является гравитационная модель. Однако прогнозируемый по ней экспорт имеет скорее утопические значения, поскольку модель базируется на принципе полной занятости, что является невозможным при современной ситуации на рынке труда Украины. Более того, экспортный потенциал можно измерять только по определенному продукту на определенном целевом рынке, а агрегированный показатель не является статистически значимым. Другой подход к оценке экспортного потенциала базируется на взаимодействии трех факторов, а именно предложении экспортера, спросе импортера, легкости доступа на рынок. Полученное значение экспортного потенциала целесообразно сравнить с фактическим экспортом, чтобы определить величину неиспользованного потенциала.

**Ключевые слова:** экспортный потенциал, индикатор экспортного потенциала, индикатор диверсификации продукции, гравитационная модель, предложение экспортера, спрос импортера, легкость доступа на рынок.

## METHODOLOGICAL FOUNDATION OF THE UKRAINE'S EXPORT POTENTIAL ASSESSMENT

The article is devoted to the study of methodological foundation of export potential assessment at the country level. Two main indicators were identified – the indicator of export potential and the indicator of product diversification, which are used by Western European economists in the analysis of opportunities to increase export. However, the use of these approaches is not always possible, as there is a problem with the availability of statistical indicators required for the models in sectoral databases, and the introduction of fixed values in the model shifts its estimates. The theoretically agreed model for estimating export potential is the gravity model. However, the projected export is rather utopian, as the model is based on the foundation of full employment, which is impossible in the current situation on the labor market of Ukraine. Moreover, the export potential can be measured only for a certain product in a certain target market, and the aggregate indicator is not statistically significant. Another approach to assessing the export potential is based on the interaction of three factors – exporter supply, importer demand, and ease of market access. The forecast of export potential is based on the potential values of supply, which changes at the rate of GDP growth; demand, which is adjusted for population growth, GDP per capita. Demand also includes tariff preferences determined on the basis of weighted average tariffs and the average distance from the exporting country to the potential target market. The third component is ease of access to the market, based on a comparison of the country's share of this product in the importer's market and the country's share in the world as a whole. By calculating these three components, you can find the value of the export potential of the exporting country for a particular product for a predetermined target market. The obtained value of export potential should be compared with actual exports to determine the amount of untapped potential. However, the calculations should only serve as a starting point for the actions of authorized persons or authorities involved in export support, and not be perceived critically as the final stage of the research.

**Key words:** export potential, export potential indicator, product diversification indicator, gravitational model, exporter supply, importer demand, ease of market access.