

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА  
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ  
ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**Підвищення експортного потенціалу економіки України в умовах  
євроінтеграції**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти “магістр”

Виконав: студент 2 курсу 12-271М  
групи

Спеціальності 051 Економіка

Освітньо-професійної (наукової)  
програми Економіка

**Нікішенко Віктор Володимирович**

Керівник: к.е.н., ст. викл. Чмут А.В.

Рецензент: к.е.н., доц. Мельникова  
К.В.,

## ЗМІСТ

	с.
<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАХОДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ</b> .....	7
1.1. Сутність експортного потенціалу.....	7
1.2. Перспективи розвитку експортного потенціалу в умовах євроінтеграції.....	10
1.3. Законодавче забезпечення здійснення зовнішньоекономічної діяльності.....	13
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ</b> .....	23
2.1. Методологічні заходи аналізу експортного потенціалу.....	23
2.2. Оцінка експортного потенціалу України.....	29
2.3. Проблеми та перспективи розвитку експортного потенціалу України.....	31
<b>РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ</b> .....	36
3.1. Напрями підвищення експортного потенціалу економіки України.....	36
3.2. Формування експортного бренду України.....	38
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	42
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	45

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасні світові зовнішньоекономічні відносини мають визначальну роль для розвитку держави та її суб'єктів, оскільки безпосередньо пов'язані з активізацією процесів євроінтеграції та глобалізації, які прямим чином впливають на організацію, управління та форми і напрямки здійснення ЗЕД. Виходячи на міжнародний ринок, слід пам'ятати про тенденції та специфікації міжнародного середовища, щоб забезпечити підтримку конкурентоспроможності компанії. Для міжнародно активної компанії важливо вивчити та вирішити проблеми, що виникають у зв'язку з діяльністю на сучасному зовнішньому ринку, та шукати можливості для розширення сфери свого впливу. Останніми роками проблема зниження комерційної активності набуває особливої актуальності в більшості країн, які раніше імпортували значну кількість продукції, що особливо гостро постає для агропромислових комплексів. Вивчення цих умов та конкурентоспроможності компанії становить вирішальну роль для продовження ефективної діяльності та підтримання стабільного рівня прибутку з року в рік, навіть за наявності дестабілізуючих факторів. Оцінка потенціалу, аналізу та конкурентних переваг щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності дає оцінку складних характеристик, що дає можливість розглянути питання розширення та подальшого формування стратегії діяльності на глобальному ринку.

Зовнішньоекономічна діяльність відіграє величезну роль у поліпшенні економічного стану держави, поліпшенні рівня життя людей та зміцненні позицій держави на світовій арені. Експортні операції, які є невід'ємною частиною зовнішньоекономічної діяльності, є основним джерелом прибутку. Максимальна ефективність експортних операцій і, отже, максимізація прибутку можлива лише завдяки найбільш ефективній організації зовнішньоекономічної діяльності. Вивчаючи

досвід країн усього світу, ми можемо побачити, що існує прямий взаємозв'язок між ступенем розвитку зовнішньоекономічної діяльності та ефективним функціонуванням усього господарського комплексу: чим нижче національна економіка, тим більше зовнішня торгівля активно працює на зовнішніх ринках Є і навпаки. Теоретична реформа зовнішньоекономічної стратегії необхідна, по-перше, для того, щоб фактори навколишнього середовища мали найбільший вплив на стан підприємств. Аналіз досвіду та вітчизняного досвіду зарубіжних компаній свідчить про те, що ступінь ризику суттєво знижується для компаній, що використовують новітні теорії та методи сучасного управління, де готують департаменти стратегічного розвитку.

Дослідженням здійснення зовнішньоекономічної діяльності та аспектів її здійснення, включаючи стратегію займалися вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: Дунська А.Р., Матковський Р.Б., Гук І.С., Бабій І.В., Квятковська Л.А., Кулінічев П.К., Ткачук Г.Ю., Мустафаєва Л. А., Босак А. О., Федосєєва Г.С., Ільїн В. Ю., Шаповалова І.В., Селезньова Г.О., Дзуліт З.П. та інші.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Кваліфікаційна робота виконувалась у відповідності до науково-дослідної теми «Формування науково-практичних засад ефективного розвитку та управління економічною діяльністю підприємств в умовах зміцнення зовнішньоекономічних зв'язків» - номер державної реєстрації 0117U005022 (в рамках теми досліджено експортний потенціал суб'єктів господарювання).

**Метою роботи** є дослідження експортного потенціалу економіки України в умовах євроінтеграції.

Зазначена мета окреслила коло наступних **завдань**:

- поглиблення наукових основ зовнішньоекономічної діяльності, заснованих на збільшенні експортного потенціалу регіону в умовах посилення глобалізаційних процесів;

- обґрунтування принципів формування ефективної зовнішньоекономічної діяльності регіону в умовах глобалізації;
- обґрунтування методологічного підходу до оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності;
- розробка організаційно-економічних заходів для підтримки та заохочення учасників зовнішньоекономічної діяльності та економічних механізмів стимулювання експортної діяльності в регіоні;
- створення концептуальної моделі стратегічного моніторингу розвитку зовнішньоекономічної діяльності з метою з'ясування перспективних напрямків інтеграції українських регіонів у світову економіку;
- розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності в регіоні на основі збільшення його експортних можливостей.

**Об'єктом дослідження роботи** є експортний потенціал економіки України.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та практичні аспекти підвищення експортного потенціалу економіки України в умовах євроінтеграції.

**Методи дослідження.** Теоретико-методологічною основою дослідження є системний підхід та діалектичний метод пізнання, які застосовувалися для вивчення фундаментальних положень економічної науки стосовно особливостей розвитку та функціонування зовнішньої торгівлі послугами України. З метою аналізу кількісних та якісних показників розвитку зовнішньої торгівлі послугами України використаний статистико-економічний метод, а саме його прийоми – графічний, порівняння. Важливою складовою магістерського дослідження було використання абстрактно-логічного методу (приймів індукції та дедукції, аналізу та синтезу, співставлення).

**Апробація результатів дослідження.** Основні результати дослідження дипломної роботи оприлюднено в матеріалах IV

Міжнародної науково-практичної «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти», 17 жовтня 2019 р.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАХОДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

### 1.1. Сутність експортного потенціалу

Зовнішньоекономічна діяльність країни базується на зовнішній торгівлі, яка проходить у двох основних формах: експорті та імпорті. Основні важелі впливу експорту на зовнішньоекономічну діяльність держави в рамках міжнародного поділу праці проявляються у просуванні на зовнішніх ринках конкурентоспроможних товарів, функцій та послуг; отримання країною валютного доходу, необхідного для вдосконалення та оновлення виробничих потужностей за допомогою винаходів та сучасних техніко-технологічних та управлінських ідей; своєчасної оплати імпортованих товарів у країні. Таким чином, раціональне співвідношення експорту та імпорту може сприяти формуванню позитивного сальдо державних платіжних систем.

Згідно Закону України Про зовнішньоекономічну діяльність: «експорт товарів – це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів» [21].

За тлумаченням відомої дослідниці процесу формування і використання експортного потенціалу Т.М. Мельник: «експорт є вагомим чинником у впливу на економічне зростання країни та на її інтеграцію у світове господарство, і за таких умов він набуває ознак потенціалу» [2, с. 243].

Під поняттям «потенціал» прийнято вважати сили та можливості. За визначення, яке подане у Економічному словнику: «потенціал – це

сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для потреб суспільства (виробництво, оборона тощо), відображає економічну могутність країни, досягнутий рівень розвитку продуктивних сил, обсяг національного багатства, можливості їх зростання» [19, с. 244].

«Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів – підприємство, галузь, регіон всередині країни, національна економіка, угруповання кількох держав, які реалізують цей потенціал завдяки розвитку зовнішньої торгівлі, передусім експорту. Тобто експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей, а експортний потенціал галузі – з експортних потенціалів окремих підприємств» [4, с. 35].

На рис. 1.1. подано загальну структуру експортного потенціалу країни.

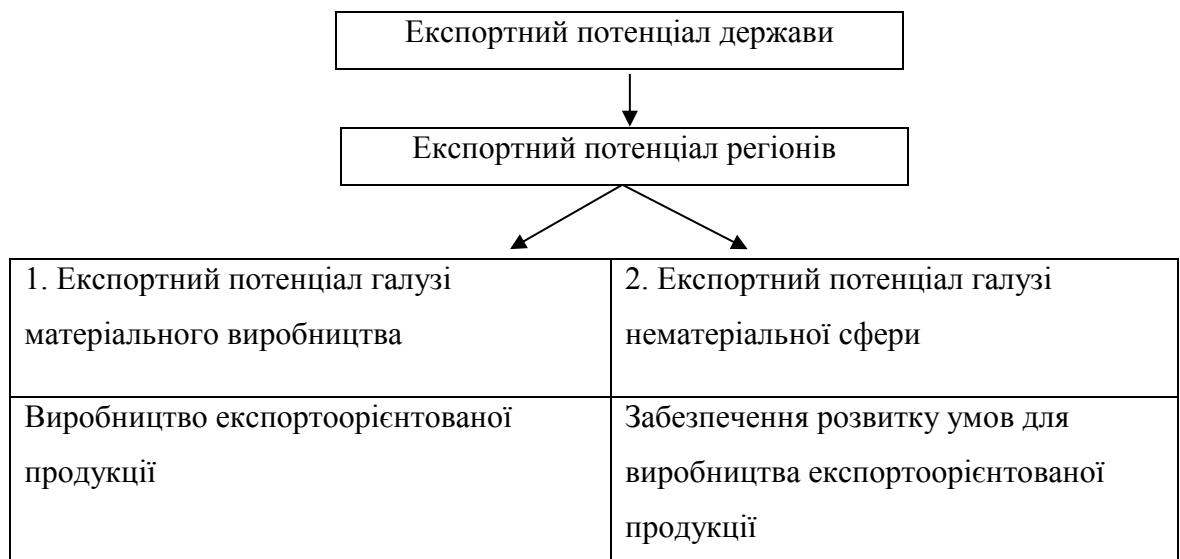


Рис. 1.1. Формування експортного потенціалу країни

Джерело: доповнено автором, на основі [12]

Ця структура складається з чотирьох рівнів. На першому рівні торгові установи формують експортний потенціал, оскільки насправді кожна компанія може виступати потенційним експортером своєї



продукції за умови, що вона відповідає вимогам, що застосовуються до зовнішньоекономічних суб'єктів. Підприємства мають виробничі, фінансові, технічні та технологічні параметри щодо персоналу, що змушує їх самостійно розширювати свою діяльність та виходити на зовнішні ринки і тим самим збільшувати експортні можливості за країнами.

На другому рівні експортних можливостей є дві галузі: сфера фізичного виробництва (сільськогосподарська, легка та важка промисловість), що виробляє матеріальні блага, якими можна торгувати за кордоном, та невиробничий сектор, що створює умови для виробництва експортоорієнтованої продукції (кваліфікований персонал, дослідження та наукові розробки, виробнича інфраструктура). Ці дві галузі тісно взаємопов'язані, оскільки їх розвиток взаємозалежний.

На третьому рівні експортний потенціал обох галузей об'єднується у експортний потенціал регіонів. Таким чином формується спеціалізація кожного регіону. Наприклад, одні області спеціалізуються на виробництві зернових культур для експорту, інші – на виробництві продукції легкої промисловості.

«Четвертий рівень формування експортного потенціалу є завершальним. На ньому потенціал усіх регіонів країни об'єднується в єдиний експортний потенціал держави» [5].

Підводячи підсумок теоретичних аспектів підготовки та досліджень вчених з метою реалізації експортного потенціалу, хочу зазначити, що вони сформували свою точку зору щодо поняття «експортний потенціал», і що «експортний потенціал – це частина економічного потенціалу країни в аспекті якої формується можливість виробництва експортоорієнтованої продукції». Крім того, під «експортоорієнтованою продукцією» я маю на увазі продукцію, яка відповідає міжнародним стандартам якості і яка може бути призначена для реалізації за межами митної території держави.

## 1.2. Перспективи розвитку експортного потенціалу в умовах євроінтеграції

На даному етапі розвитку метою української економіки є забезпечення сталого економічного розвитку шляхом технологічної модернізації та перебудови економіки. Важливим фактором економічного розвитку та інтеграції у світову економіку виступає експорт товарів та його інвестиційне забезпечення.

Сучасна глобалізація торговельних процесів актуалізує кілька завдань, пов'язаних з відкриттям нових джерел конкуренції для України та створенням нових економічних партнерств, за підтримки яких наша держава може прискорити модернізацію національної економіки. А враховуючи, що за час своєї незалежності Україна стала повноправним партнером у процесі глобалізації, її зовнішньоекономічна політика базується не лише на встановленні стратегічних відносин з окремими країнами, переговори з якими важливі для національної економіки, але також такі організаційні об'єднання, як Європейський Союз, Білоруський митний союз, Казахстан; на рівні країн світу – США, Китай, Росія; на регіональному рівні – Туреччина, Білорусь та інші.

Під впливом динамічних змін у зовнішньому середовищі вітчизняна економіка переживає кризовий період. Розвиток її конкурентоспроможності прямо пропорційний розвитку зовнішньоекономічної діяльності, зокрема стимулюванню експортного потенціалу та налагодженню співпраці зі стратегічними країнами-партнерами. Експортний потенціал є основою для розробки компанією стратегії виходу на зовнішні ринки. Фактори, що впливають на її зростання, безпосередньо впливають і визначають процес стратегічного виходу компанії на зовнішні ринки. Підвищення ефективності експортного потенціалу забезпечує збільшення валютного доходу, а його параметри важливі для економічної безпеки країни. Тому розвиток

орієнтованих на експорт вітчизняних підприємств в контексті європейської інтеграції є одним із пріоритетів державної політики, що визначає актуальність вивчення питання.

Відповідно до Закону України Про зовнішньоекономічну діяльності: «експорт товару – це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів. Експортна орієнтація економіки сприяє посиленню конкуренції, підвищенню рівня інновацій та зростанню інвестиційної активності. Реалізація експортної діяльності лежить в межах експортного потенціалу, який полягає у спроможності сукупного виробництва певної країни в цілому виробляти необхідну кількість конкурентоспроможних товарів для зовнішнього ринку» [10]. «Основою експортного потенціалу є ресурсо-сировинна база і стан економіки, які забезпечують науково-технологічний, промисловий, соціальний і культурний розвиток, що дозволяє досягти стійких темпів зростання експортного виробництва і високого рівня життя населення з врахуванням ринкових умов» [3].

*Таблиця 1.1*

### **Складові експортного потенціалу підприємства**

Складові експортного потенціалу підприємства		
потенціал внутрішніх ресурсів (функція від техніко-технологічної бази, кваліфікації кадрів, методів управління, фінансів);	Потенціал цільового зарубіжного ринку та умови виходу на нього (торговельна політика країни, система підтримки експортного виробництва);	зовнішні умови (торговельний режим країни експортування)

Джерело: доповнено автором, враховуючи попередні дослідження [4].

«Розвиток експортного потенціалу вимагає дотримання низки взаємопов'язаних між собою принципів: забезпечення інноваційності продукції (відповідність чинним стандартам якості) та захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера; необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів; побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців; постійність та адекватність позиціонування продукції на ринку; передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури; забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства-експортера» [8, с. 231].

Залежно від ступеня контролю виділяють ендогенні (пов'язані з діяльністю підприємства, його зовнішньоекономічною маркетинговою стратегією та характеристиками менеджменту) та екзогенні (включають характеристики політичного, географічного, природно-кліматичного середовища внутрішнього та експортного ринку) фактори, які впливають на експортний потенціал підприємства (табл. 1.2).

*Таблиця 1.2*

**Фактори впливу на експортний потенціал підприємства**

Екзогенні	Ендогенні
1. Нормативно-правова база	1. Характеристика підприємства
2. Характеристика галузі на внутрішньому ринку	2. Характеристика продукції
3. Характеристика експортного ринку	3. Стратегія експорту
4. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності	4. Результати експорту

Джерело [13].

Виникають деякі труднощі при врахування та оцінці екзогенних факторів через непередбачуваність змін у міжнародному середовищі. Рівень впливу ендогенних факторів на експортну діяльність підприємства оцінюється його структурними підрозділами відповідно до функціональної структури.

Вищезазначені фактори (табл. 1.2) є системними та взаємозалежними, безпосередньо беруть участь у формуванні та розвитку експортного потенціалу компанії та її економічної діяльності за кордоном. Впровадження цілеспрямованих заходів щодо кожного з цих факторів допоможе підвищити конкурентоспроможність та ефективну діяльність компанії в цільових сферах зовнішніх ринків.

### **1.3. Законодавче забезпечення здійснення зовнішньоекономічної діяльності**

Основним законодавчим актом, що встановлює правову основу зовнішньоекономічної діяльності національних економічних установ, є український закон про зовнішньоекономічну діяльність від 16 квітня 1991 року. Цей закон визначає основоположні правові та організаційні принципи зовнішньої торгівлі в Україні та покликаний вдосконалити правове регулювання всіх видів зовнішньої торгівлі, включаючи зовнішньоекономічну, економічну, науково-технічну співпрацю, загальновизнані Принципи, стандарти та правила міжнародної торгівлі, відносини міжнародні угоди, прийняті в рамках України.

«Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами» [21].

Записи іноземних суб'єктів господарської діяльності в господарській діяльності України та практиці зовнішньоекономічної діяльності керуються такими принципами:

Принцип суверенітету українського народу при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, включаючи:

- виняткове право українського народу на вільне та вільне використання зовнішньоекономічної діяльності на українській території відповідно до закону про українську територію;

- відповідальність України полягає у неухильному дотриманні всіх українських договорів та зобов'язань у галузі міжнародних економічних відносин;

### Принципи зовнішньоекономічної діяльності

Таблиця 1.3

1	2
Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва	право суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;
	право суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
	обов'язок додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
	виключне право власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності.
Принцип юридичної рівності і недискримінації	рівність перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

## Продовження таблиці 1.3

1	2
	<p>неприпустимість обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених Законом.</p> <p>неприпустимість обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим Законом. заборона будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;</p>
Принцип верховенства закону	<p>регулювання зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;</p> <p>заборона застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України.</p>
Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава	забезпечення рівного захисту інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;
Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава	<p>здійснення рівного захисту всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;</p> <p>здійснення захисту державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.</p>

Джерело: доповнено автором, враховуючи попередні дослідження

«Принцип еквівалентності торгівлі, дискваліфікація демпінгу при імпорті та експорті товарів» [1].

Усі Має рівне право здійснювати функції, пов'язані з будь-яким видом зовнішньоекономічної діяльності та її здійсненням, незалежно від форми власності, та іншими характеристиками зовнішньоекономічної діяльності, включаючи операції, біржі та розрахунки з іноземними валютними законами Не є безпосередньо забороненими або обмеженими законодавством, включаючи гарантії, що застосовуються Національним банком України відповідно до українського законодавства про грошові та грошові операції.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою:

- функції тарифів та нетарифного регулювання, передбачені законодавством, які публікуються державними органами України, що перебувають під їх юрисдикцією;

- економічні заходи оперативного регулювання (фінансово-грошові, кредитні та інші) в рамках українських законів;

- рішення неурядових органів управління економікою, які приймаються відповідно до законодавства України відповідно до їх статутних документів;

- між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності були укладені угоди, які не суперечать українським законам. Забороняється регулювання зовнішньоекономічної діяльності прямо не передбаченими у цій частині актами і діями державних і недержавних органів.

Україна самостійно створює систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на своїй території.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності повинно передбачати:



- захист економічних інтересів України та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

- Створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності для розвитку всіх видів підприємницької діяльності незалежно від форм власності та всіх сфер використання доходів та інвестицій;

- заохочувати конкуренцію та ліквідувати монополію у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Держава та її органи не мають повноважень безпосередньо втручатися у зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів такої діяльності, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється відповідно до цього закону та інших законів України.

#### Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Таблиця 1.4

1	2
Верховна Рада України	прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності
	затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України
	розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
	укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими договорами;
	прийняття рішень про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом встановлення повної/часткової заборони (повного/часткового ембарго) на торгівлю, крім випадків, визначених цим Законом;

*Продовження таблиці 1.4*

1	2
Кабінет Міністрів України	позбавлення режиму найбільшого сприяння або пільгового спеціального режиму.
	вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;
	здійснює координацію діяльності міністерств, інших центральних органів виконавчої влади щодо забезпечення провадження зовнішньоекономічної діяльності; координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах; призначає керівників торговельних представництв України в іноземних державах за поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері економічного розвитку, погодженим з Міністерством закордонних справ України; погоджує призначення на посади в закордонних дипломатичних установах України працівників центральних органів виконавчої влади, до посадових обов'язків яких належать питання торговельно-економічного та секторального співробітництва;
	приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;
	проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучає до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;

	<p>відповідно до своєї компетенції, визначеної законами України, вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств - органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, повноваження яких не можуть бути вищими за повноваження Кабінету Міністрів України, які він має згідно з законами України;</p>
	<p>забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;</p>
	<p>здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України;</p>
	<p>забезпечує виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй з питань зовнішньоекономічної діяльності.</p>
<p>Митні органи</p>	<p>здійснюють митний контроль в Україні згідно з чинними законами України.</p>
<p>Антимонопольний комітет України</p>	<p>здійснює контроль за додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законодавства про захист економічної конкуренції.</p>
<p>Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі</p>	<p>здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України;</p> <p>приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів;</p> <p>приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань у межах компетенції, визначеної законами України.</p>

Джерело: доповнено автором, враховуючи попередні дослідження [7]

Для експорту до Європейського Союзу компанії повинні дотримуватися норм та правил міжнародної торгівлі, як зазначено в ПВЗВТ, а також законодавчих вимог ЄС щодо безпеки продукції, гігієни та інших. Це правила, а не ринковий попит. Якщо вони не дотримуються, продукція не може імпортуватися до Європейського Союзу. Ця енциклопедія зосереджена насамперед на викладі цих правил ведення бізнесу, а не на конкретних вимогах клієнтів чи ринку. Насправді, якщо компанія не дотримується правил міжнародної торгівлі, вона не може експортувати, а якщо не виконує вимоги ринку, вона матиме законне право на торгівлю, але не свою продукцію. Зможе продати. Тому енциклопедія надає джерела, де підприємства можуть знайти ринкову інформацію для визначення своїх потреб.

Конкретні правила бізнесу та законодавчі вимоги різні для кожного товару, і класифікується понад 10 000 товарів. Тому здається важким засвоїти ці правила. Але насправді їх легко зрозуміти, оскільки всі правила та вимоги підпорядковуються певній логіці. Таким чином, для кращого розуміння вимог щодо експорту до Європейського Союзу необхідно знати наступні блоки нормативних актів щодо кожного виду продукції.

Однією з важливих умов успішної й ефективної зовнішньоекономічної діяльності України є створення правової бази, яка відповідає б потребам часу та міжнародним актам. Недосконалість нормативних актів негативно впливає на розвиток зовнішньоекономічних відносин держави, призводить до безконтрольного вивезення ресурсів і продажу їх на світовому ринку за демпінговими цінами. Безконтрольність та відсутність чіткого валютного регулювання з боку держави призвели до масового відтоку валюти за кордон, на що неодноразово зверталася увага провідних фахівців, керівників держави.

## Загальні вимоги міжнародної торгівлі

Таблиця 1.5

Доступ на ринок ЄС	З кожного товару стягується мито за певним тарифом (податок, що застосовується на кордоні на основі контрактної вартості товару). Відповідно до ПВЗВТ, чимало з цих тарифів буде знижено протягом кількох років. Крім того, експорт чутливих для ЄС товарів (головним чином, аграрні продукти) за пільговими тарифами може здійснюватися в межах так званих тарифних квот. Насамкінець, претендувати на пільговий доступ на ринок можуть тільки товари, вироблені в Україні, тому слід дотримуватись правил походження, які, знов-таки, відрізняються для кожного продукту.
Нормативні вимоги ЄС	Кожен продукт, який продається в ЄС є об'єктом регулювання, щоб гарантувати його безпечність для здоров'я і довкілля та захист прав споживачів. Технічні регламенти і санітарні та фітосанітарні заходи – це правові вимоги, яким повинні відповідати всі продукти, як ті, що ввозяться до ЄС, так і вироблені в ЄС. Конкретні чинні правила, як і процедури передпродажного затвердження (так зване розміщення на ринку) відрізняються для кожного товару.
Ринкові вимоги	На додачу до правових норм, кожен продукт повинен відповідати вимогам споживачів і/або покупців, таким, як, специфікація продукту, ціна, кількість, своєчасне постачання, особливості товару, приватні стандарти. За цією інформацією компаніям слід звертатися до головних галузевих торговельних асоціацій в ЄС, які представляють той чи інший сектор і/або до відповідних галузевих ярмарків, які просувають ці продукти і висвітлюють ринкові тенденції.

Джерело: доповнено автором, враховуючи попередні дослідження

Неналежне регулювання зазначених та інших відносин, безумовно, негативно впливає на стан організації та здійснення зовнішньоекономічної діяльності, а це значить – і на авторитет нашої держави у зовнішньоекономічних відносинах з іншими державами, іноземного інвестора та приток іноземних інвестицій до неї.

Розглядаючи важливість правового регулювання зазначеної сфери, слід мати на увазі й те, що ще більший ефект від зовнішньоекономічної діяльності буде тоді, коли національне законодавство України буде належним чином упорядковане з міжнародно-правовою системою, а в ряді випадків – і з правовими системами тих держав, із якими Україна перебуває у найтісніших відносинах.

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

#### 2.1. Методологічні заходи аналізу експортного потенціалу

«Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів - підприємство, галузь, регіон всередині країни, національна економіка, угруповання кількох держав, - які реалізують цей потенціал шляхом розвитку зовнішньої торгівлі, передусім, експорту. Тобто експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів окремих галузей, в першу чергу промисловості як найважливішого продуцента готових виробів, а експортний потенціал галузі - з експортних потенціалів окремих підприємств; по-друге, експортний потенціал об'єктивно пов'язаний з конкурентоспроможністю продукції, призначеної для реалізації на світовому ринку. Враховуючи, що національна конкурентоспроможність має трирівневу структуру - країни, галузі, окремого підприємства, можна стверджувати, що існує тісний взаємозв'язок між підвищенням конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку та збільшенням експортного потенціалу національної економіки» [1].

Експортний потенціал підприємства визначається кількома елементами, що характеризують різні аспекти його діяльності. Взагалі, діяльність підприємства у зовнішньоекономічній зоні складається із взаємних процесів, кожен з яких розглядається окремо для визначення експортних можливостей.

Експортний потенціал характеризується кількісним (якісним) структурним положенням суб'єкта (виробництво, фінанси, праця тощо), їх співвідношенням та ресурсами, доступними для їх координації; Можливість залучення резервів для досягнення поставлених цілей

протягом заданого періоду часу; можливість посилити та вдосконалити всі компоненти експортних потужностей та їх взаємозв'язок. Крім того, визначення "експортного потенціалу" на рівні підприємства має три рівні зв'язків і відносин: по-перше, зв'язки і відносини, що відображають минуле як сукупність існуючих атрибутів, накопичених в результаті розвитку. З компанії; по-друге, зв'язки та відносини, що позначають сьогодення, тобто всі ті можливості (потенціали), які реально можуть бути реалізовані в процесі експортної діяльності; по-третє, орієнтовані на майбутнє зв'язки та відносини, які дозволяють поточному процесу реалізувати не тільки наявні можливості, а й відтворити нові можливості як додаткові сильні сторони компанії.

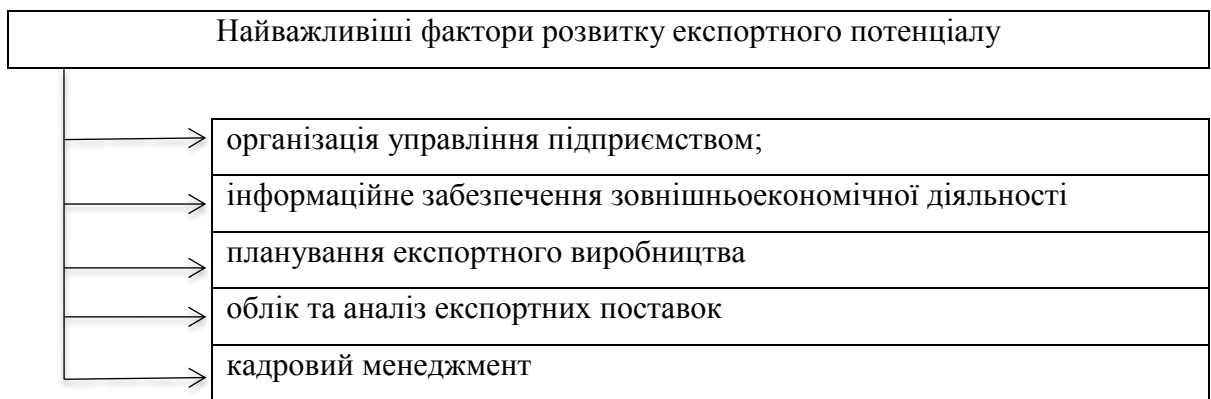


Рис. 2.1. Фактори розвитку експортного потенціалу

Джерело: доповнено автором на основі [38]

Крім того, «експортна спроможність визначається як готовність підприємства безпосередньо для підприємства здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, зокрема експортну, яка включає проникнення на цільові зовнішні ринки. . Експортний потенціал є основою для розробки стратегії компанії щодо виходу на зовнішні ринки. Таким чином, фактори, що впливають на зростання експортних можливостей, також опосередковано впливають і визначають процес



вироблення стратегії компанії щодо виходу на зовнішній ринок та рівень представництва компанії на зовнішньому ринку» [9].

В сучасних умовах динаміки науково-технічного прогресу необхідною умовою створення реальної бази експортного потенціалу є підвищення рівня прогресу його структурних елементів. Можна припустити, що високий організаційно-технологічний рівень експортного потенціалу дає можливість впроваджувати прогресивні елементи структури з одного боку, а з іншого, розширювати сферу уявного аспекту. Ще однією особливістю експортного потенціалу є його перспективи.

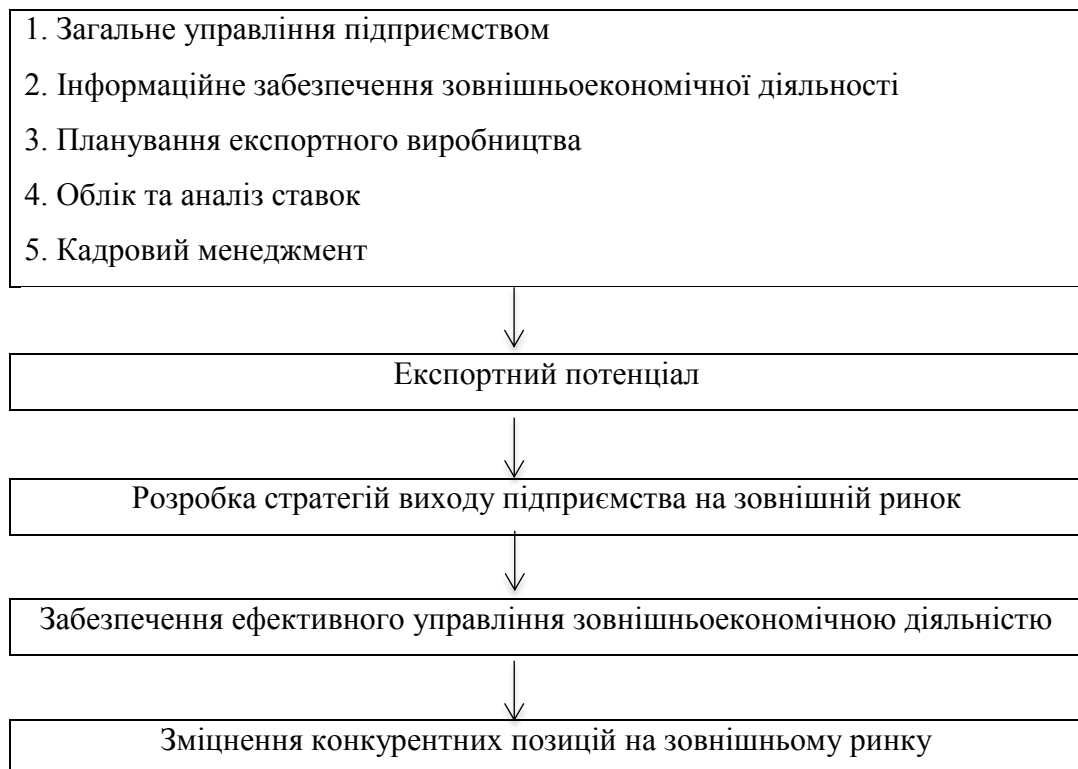


Рис. 2.2. Взаємозв'язок розвитку експортного потенціалу та результатів діяльності промислового підприємства на зовнішньому ринку

Джерело: доповнено автором на основі [18]

Всі ці фактори структуровані, тобто вони формують та взаємозалежність експортного потенціалу компанії, тобто зовнішньоекономічної діяльності для забезпечення зростання активності - об'єднані єдиною метою.

Впровадження заходів кожного фактора у розвитку експортного потенціалу посилить конкурентні позиції підприємства, ефективно просуваючи продукцію підприємства на цільовому ринку. Іншими словами, ці фактори не тільки впливають на зростання експортних можливостей, але в кінцевому рахунку можуть збільшити конкурентоспроможність компанії в цілому.

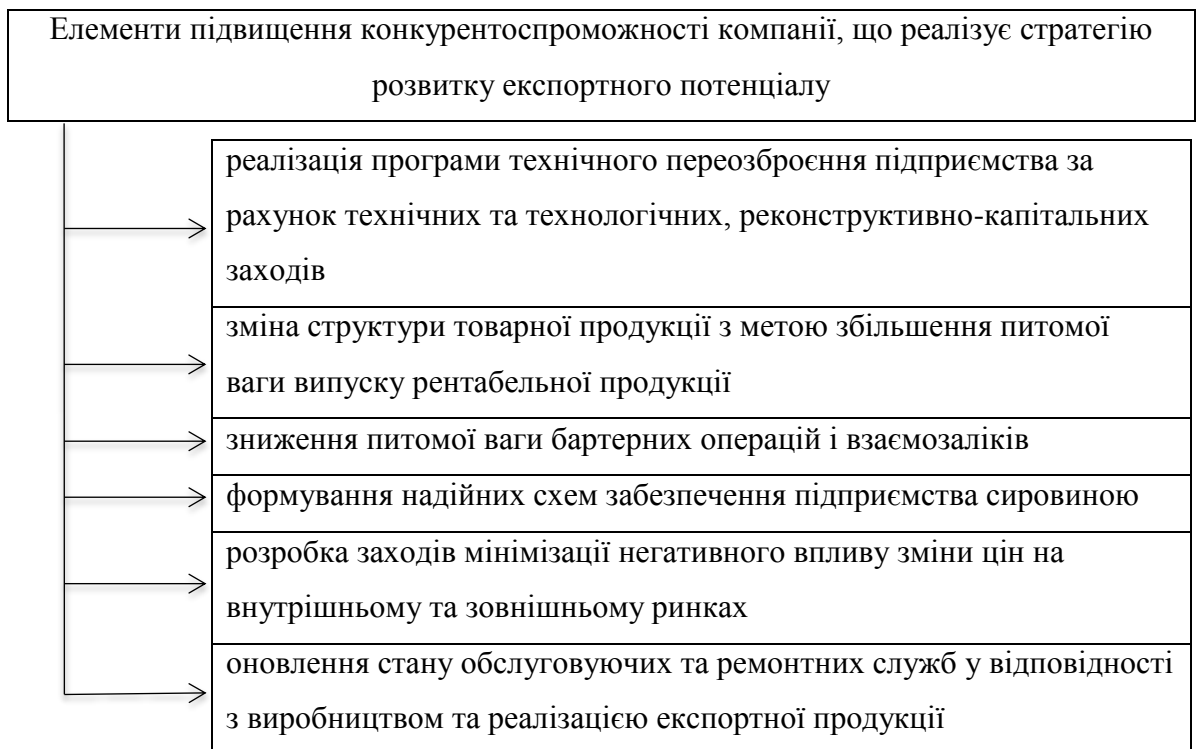


Рис. 2.3. Основні елементи підвищення конкурентоспроможності підприємства

Джерело: доповнено автором, враховуючи попередні дослідження

[17]

В контексті створення та розвитку інформаційного суспільства одним із важливих факторів розвитку експортного потенціалу промислового підприємства є використання інформаційних технологій. Зростаючий потік інформації всередині та поза компанією вимагає швидкої обробки для правильного використання. Для цього компанія повинна мати відповідну технічну базу та підготовлених фахівців. Удосконалення деяких елементів інформаційної підтримки системи зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства для розвитку експортного потенціалу може бути застосовано у сферах, зазначених на рисунку 4.

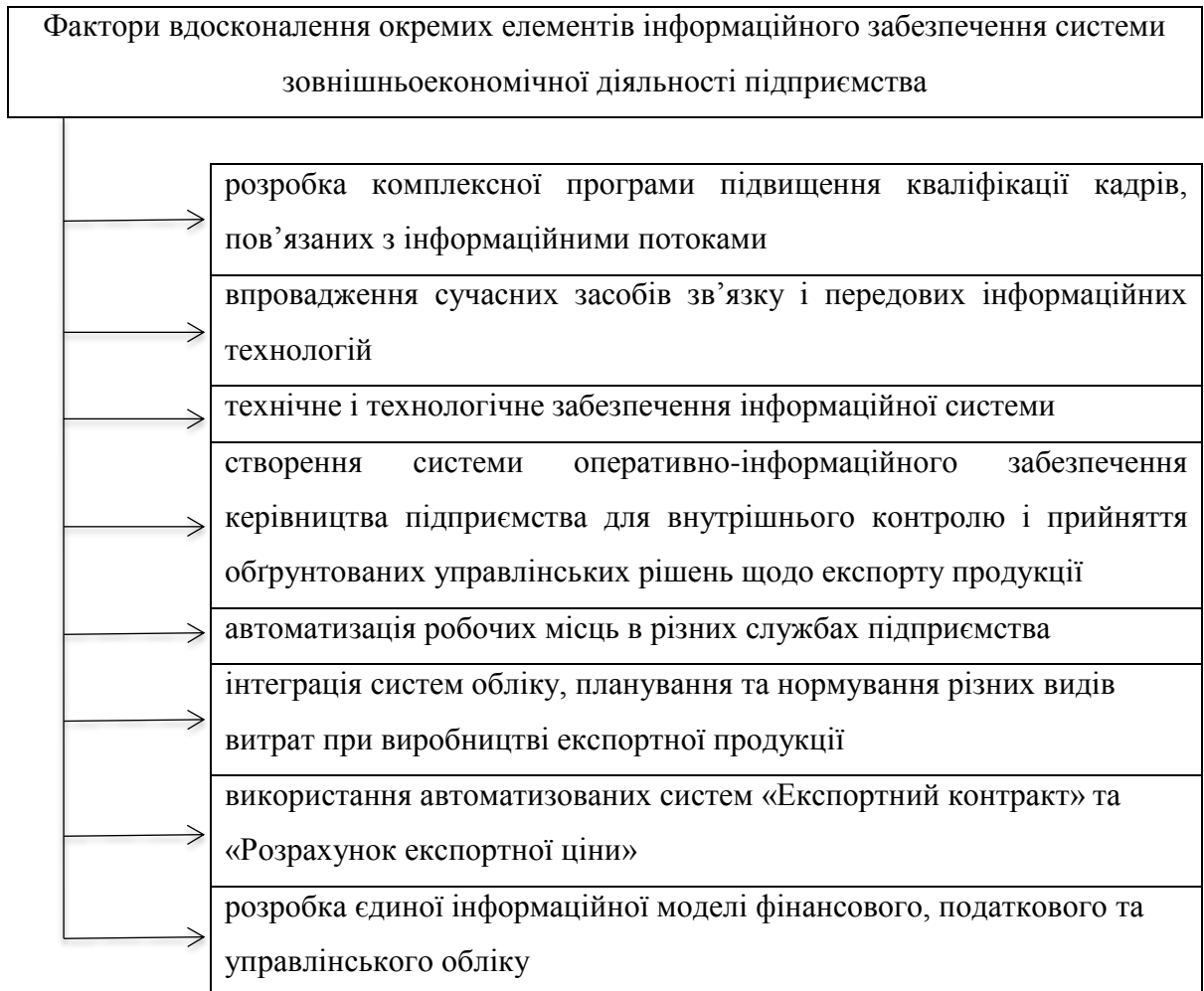


Рис. 2.4. Фактори вдосконалення елементів системи зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Джерело: складено автором на основі [26]

Окрім цих основних напрямків вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, «слід звернути увагу на оцінку ризиків та системи безпеки, вдосконалення методів складання планів. Бізнес, навчання означає залучення іноземних інвестицій, методи оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності» [12].

«Функціональна організація зовнішньоекономічної діяльності, властива більшості підприємств, не відповідає сучасним вимогам зовнішніх ринків, не сприяє суттєвому розвитку експортного потенціалу підприємства і не забезпечує рівня конкуренції, очікуваного компанією. Реструктуризація системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства призводить до якісних структурних змін, по-перше, в експортних можливостях підприємства, оскільки вона базується на наявних експортних можливостях. Стратегія компанії та програма виходу на зовнішні ринки. Очікується, що ще одним напрямком майбутніх досліджень буде унікальна методологія оцінки експортного потенціалу підприємства, яка інтегруватиме процес оцінки експортного потенціалу підприємств та створить відповідну інформаційну базу. Розробити адекватну стратегію для зовнішніх ринків» [23].

Виходячи з усього вищесказаного, я хотів би сформулювати своє визначення такої економічної категорії, як "експортний потенціал". На мою думку, це здатність компанії (країни) або будь-якого іншого суб'єкта господарювання виробляти продукцію, яка стає конкурентоспроможною на національних чи світових ринках. Оскільки інтеграція у світову економіку призводить до набагато вищих темпів економічного зростання, регулювання експортного потенціалу має стати стратегічною метою в країні та окремих компаніях.

## 2.2. Оцінка експортного потенціалу України

Дослідження методологічних підходів до оцінки експортного потенціалу свідчить про відсутність загальноприйнятого методу його визначення. правило, вивчення експортного потенціалу закінчується прогнозом зростання експорту за товарно-промисловою структурою, якому передують аналіз його ретроспективної мобільності, структури товару та географії. Це пов'язано, на мою думку, з неможливістю визначити розмір експортних можливостей через певну суб'єктивність цієї концепції, відсутність прямої залежності між потужністю компанії та посадами на ринку. І більше - країни. Крім того, у «західній літературі немає постійного збігу економічних, виробничих, промислових чи експортних можливостей. Вивчаючи цю категорію, американські та західноєвропейські дослідники використовують такі терміни, як комерційний потенціал, можливості експорту тощо» [23].

«Деякі методологічні підходи, що знайшли своє відображення в наукових працях, зосереджені на теоретичних аспектах оцінки спроможності суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках» [24]. Ці підходи засновані на твердженні, що внутрішня структура ємності визначається складом та часткою різних структурних можливостей.

До складових експортного потенціалу (ЕхП) належать такі:

- 1) потенціал внутрішніх ресурсів;
- 2) потенціал цільового зарубіжного ринку;
- 3) умови виходу на ринок.

Потенціал внутрішніх ресурсів (ПВР) визначається як функція від техніко-технологічної бази (ТБ), кваліфікації кадрів (К), методів управління (М), фінансів (Ф), тобто  $ПВР = f(ТБ, К, М, Ф)$ .

Окрім внутрішніх ресурсів, оцінка експортного потенціалу доповнюється ємністю зовнішнього ринку, яка повинна дорівнювати

ємності внутрішніх ресурсів, інакше діяльність на цьому ринку не була б практичною., тобто:

$$E_{x\Pi} \rightarrow ПВР = ПЗР, \quad (2.1)$$

де ПЗР — потенціал цільового зарубіжного ринку.

Умови виходу на ринок (УВР) охоплюють національні умови (НУ) (торговельна політика країни, система підтримки експортного виробництва) та зовнішні (ЗУ) (торговельний режим країни експортування):

$$УВР = НУ + ЗУ. \quad (2.2)$$

Показником експортного потенціалу господарської одиниці є відповідність внутрішньої ресурсної спроможності вимогам зовнішнього ринку та сприятливих умов для виходу на цільовий зовнішній ринок., такого:

$$E_{x\Pi} = f(ПВР, ПЗР, УВР) \text{ за умов,} \\ \text{що: } ПВР = ПЗР \text{ і } УВР \rightarrow \max, \quad (2.3)$$

де ПВР — потенціал внутрішніх ресурсів;

ПЗР — потенціал зарубіжного ринку.

Основні показники зовнішньої торгівлі України, млн.дол.

Таблиця 2.1

	2017	2018	2019
Експорт товарів і послуг	52579,5	57280,9	64050,3
% до попереднього року	116,6	108,9	111,8
Імпорт товарів і послуг,	55080,6	63493,7	67739,4
% до попереднього року	123,6	115,3	106,7
Сальдо	-2501,1	-6212,8	-3689,1
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	0,95	0,90	0,95
Експорт товарів	43264,7	47335,0	50054,6
% до попереднього року	119,0	109,4	105,7

Джерело: складено автором на основі [29].

Аналізуючи рівень експортного потенціалу України, можна стверджувати про наявність конкурентоспроможності національних

товарних груп України на світових ринках та споживчого попиту на них. Подальша реалізація започаткованої стратегії розвитку експортного потенціалу України буде позитивно впливати на ступінь її участі на світових ринках, підвищувати роль та зацікавленість національних товаровиробників у зовнішній торгівлі. Удосконалення внутрішніх адміністративних процедур оформлення зовнішньоекономічної діяльності та поліпшення регуляторного середовища лише привабить суб'єктів господарювання до активної участі в ній та значно підвищить рівень експортного потенціалу України.

### **2.3. Проблеми та перспективи розвитку експортного потенціалу України**

Важливість вивчення перспектив експорту зросла з переходом українських компаній до ринкових відносин, коли відображення обґрунтованої та зовнішньоекономічної політики є одним із визначальних факторів їх успішного розвитку. Щоб Україна стала повноправним членом міжнародних економічних відносин, необхідно розробити та впровадити заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку.

«Експортний потенціал тісно пов'язаний з конкурентоспроможністю продукції, призначеної для продажу на світовому ринку. Основою експортного потенціалу є ресурсна база та стан економіки, які забезпечують науково-технічний, промисловий, соціальний та культурний розвиток, що дозволяє стійкому зростанню та рівню експортного виробництва розвивати високий рівень життя, увагу до ринкових умов. Тримаючись Враховуючи поточну ситуацію та наявні ресурси, ефективне формування країни із соціальною окупацією та її діяльністю можливе лише при визначенні пріоритетних сфер діяльності, які слугуватимуть пунктами майбутнього економічного зростання» [5].

«За останні два роки експортні можливості України зменшились. Багато іноземних компаній, які є субконтинентом українських компаній у Європі, не укладали нових контрактів через страх зростання економічних проблем в Україні. Крім того, розпочався масштабний рух української продукції з російського ринку. Все це призвело до падіння експорту ЄС до України на 30%, до Росії - на 70%.» [6]

Сукупність національних факторів має значний вплив на український експорт. Серед цих факторів, що є гострою проблемою, можна виділити такі основні:

- неповнота норм українського законодавства у сфері управління реалізацією та розвитком експортної діяльності порівняно з прийнятими нормами у міжнародній практиці;
- менша конкуренція за національну промислову продукцію;
- складне фінансове становище більшості підприємств обробної та переробної промисловості, що практично унеможливорює інвестиції в експортно-орієнтовані проекти за рахунок внутрішніх ресурсів;
- штучне обмеження курсу гривні у "грошовому коридорі" зменшує шанси використання коефіцієнта валютного курсу для стимулювання експорту;
- неадекватний розвиток національних систем сертифікації та контролю якості експортної продукції в умовах значного збільшення вимог, що стосуються споживчих та екологічних характеристик;
- зростання цін на продукцію та послуги природних монополій порівняно із зростанням цін на вироблену продукцію та продукцію агропромислових комплексів;
- відсутність у більшості українських підприємців спеціалізованих знань та досвіду у галузі експорту, а також недостатня координація їхньої діяльності на зовнішніх ринках [1, 2, 5].

Важливим напрямком підтримки експорту, зокрема продуктів з високим рівнем переробки, є використання важелів податкового



регулювання. В рамках реформування існуючої в Україні податкової системи з метою посилення її стимулюючого впливу на вітчизняних виробників, експортерам доцільно вивчити та протестувати потенційні форми податкових пільг, щоб вони могли внести відповідні корективи в чинне законодавство.

Окрім постійної "фіскальної проблеми" економіки, існує ще кілька основних проблем, пов'язаних із сучасним розвитком українського експорту, серед яких:

- вузька спеціалізація природи сировини та значної частини експорту. Спостерігається тенденція імпорту готової продукції, що містить сировину вітчизняного походження. Наприклад, Україна має позитивне сальдо торгівлі сировиною та від'ємне сальдо готових виробів зі шкіри;

- неадекватний рівень інвестицій в модернізацію експортних галузей та гострий дефіцит нових технологій. Основним джерелом фінансування витрат на інновації є власний капітал компаній з помітною тенденцією до зменшення іноземних інвестицій в регіон;

- наявність диспропорцій у двосторонній торгівлі з ключовими партнерами;

- не конкурентоспроможність продукції через високий рівень споживання ресурсів та енергії національних галузей [1,9].

Сучасний стан української економіки та актуальність зовнішньоторговельного потенціалу країни, а також неповнота існуючої фінансової підтримки експортерів, включаючи низьку ефективність систем державного боргу, експорту та страхування, є одними з основних причин негативного сальдо зовнішньої торгівлі. Стимулювання експорту має бути таким:

- вдосконалення нормативної бази, яка повинна чітко підтримувати основні напрямки підтримки вітчизняних виробників;

- фінансування пріоритетних програм та проектів розвитку стратегічного експортоорієнтованого бізнесу;
- надавати кредитну та страхову підтримку та податкові пільги компаніям, що виробляють високотехнологічні та інноваційні експортні товари;
- надання державою гарантійних зобов'язань щодо кредитних ресурсів, залучених ліцензованими банками для забезпечення оборотних коштів галузями та організаціями, орієнтованими на експорт своєї продукції;
- страхування експортних кредитів від комерційних та політичних ризиків для забезпечення захисту експортерів;
- надання позик національним продуктам країн-імпортерів;
- впровадження системи добровільного страхування експортного кредиту на випадок банкрутства покупця через значну відсутність сили, збільшення збитків внаслідок коливань курсу валют, відмову від продукції іноземного покупця тощо

Одним із ефективних механізмів прискорення переходу до високотехнологічних галузей може бути запровадження консолідації економіки в Україні, а саме виділення деяких галузей для розвитку виробництва високих технологій. Ми віримо, що кластеризація прискорює виробничо-регіональний та соціально-економічний аспекти регіонального розвитку на основі використання всіх внутрішніх можливостей. Зрештою, кластери ефективніші за окремі фірми, навіть маючи значні виробничі та технічні можливості [9].

Слід зазначити, що «динамічні кластерні програми діють як у галузі нових технологій, так і в традиційних галузях промисловості Німеччини, Італії, Іспанії, Великобританії та Данії. Тому ми вважаємо, що економіку слід впроваджувати в Україну, оскільки вона сприяє більш ефективному використанню природних ресурсних можливостей регіонів, що гарантує стійкий соціально-економічний розвиток країни. У

цьому випадку основним способом формування регіональних кластерних структур має бути не їх стихійне виникнення, а явний та взаємоузгоджений контроль цього процесу з боку центральної та регіональної влади» [4,10].

## РОЗДІЛ 3

### ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

#### **3.1. Напрями підвищення експортного потенціалу економіки України**

Для більш ефективного залучення України до системи міжнародного поділу праці та світової торгівлі в періоди рецесії необхідно здійснити поступове структурне регулювання економіки та відповідну реформу експортного сектору.

Набір таких факторів має сильний стримуючий вплив на український експорт: менша конкуренція за вітчизняну промислову продукцію; Неадекватний розвиток національних систем сертифікації експортної продукції та контролю якості; Складне фінансове становище більшості компаній та низький світовий рейтинг надійності боргу та інвестицій, що ускладнює використання іноземних фінансових ресурсів для розвитку експортного потенціалу країни; Невідповідність стандартів українського законодавства у галузі якості експортної продукції прийнятним стандартам у міжнародній практиці.

На сучасному етапі подолання негативних наслідків рецесії для національної економіки існує нагальна потреба держави негайно взяти заходів для створення комплексної системи заходів стимулювання експорту.

Основою цього сектору, крім традиційних галузей та металургійної галузі, яка в даний час є основним джерелом валютних надходжень від експорту, можуть бути наукомісткі високотехнологічні галузі, пов'язані з будівництвом, зокрема, літаки нового покоління, ракети. , Нові матеріали, електрозварювальне виробництво, рівень яких не нижче кращих закордонних аналогів. За даними Світового банку,

Україна займає провідні позиції у розвитку науки і техніки, що є необхідною умовою її поступового перерозподілу від експорту сировини до високоінтенсивної готової продукції. Знання та нові технології.

Для вирішення цих проблем важливо, щоб компетентні державні структури заохочували розробку та фінансування програм розвитку пріоритетних експортно-орієнтованих проектів у рамках спеціально побудованих фондів; Розробити та прийняти міждержавні документи щодо координації загальних принципів ринку цінних паперів, іпотечних операцій, страхування ризиків, валютного та експортного контролю; Запровадження позик та страхової підтримки для інновацій та розвитку експортних підприємств; Забезпечувати адміністративну та організаційну підтримку та приносити користь вітчизняним виробникам пріоритетних видів продукції; Заохочувати прямі інвестиції від національних інвесторів; Сприяти розвитку міждержавної оренди.

Агропромислові сектори також мають значний експортний та конкурентоспроможний потенціал, модернізація якого може вивести сільське господарство на рівень високоефективних галузей, що визначатиме, серед іншого, економічні рамки України в системі. Міжнародний поділ праці. Водночас розширення експортної орієнтації сільськогосподарського виробництва може стати одним з головних факторів економічного розвитку галузі та може підвищити конкурентоспроможність її продукції.

Важливою передумовою зміцнення позицій України на світових ринках є коригування її зовнішньоекономічної політики щодо створення конкурентоспроможних міжнародних корпорацій із стратегічними маркетинговими технологіями на світовому ринку.

Державна підтримка цих високотехнологічних компаній по суті необхідна для реалізації великих проектів співпраці. Нюанси ефективної міжнародної експертизи України також вимагають організації державної підтримки для розробки потужних маркетингових програм та створення

міжнародної конкурентної переваги для вітчизняної продукції на світових ринках.

Отже, необхідно створити сприятливі економічні, організаційні, правові та інші умови для розвитку та ефективного використання її експортних можливостей в Україні, а також створити механізми фінансового, державна інформація та консультації, маркетинг, дипломатичні та інші послуги для вітчизняних експортерів.

### **3.2. Формування експортного бренду України**

Сучасні глобальні процеси є важливою передумовою розвитку брендингу. Даний факт обумовлений тим, що розвиток глобалізації економіки спричиняє активізацію інтеграційних процесів між країнами світу. Широкий спектр питань, пов'язаних із формуванням та управлінням брендами, їх суперечність доповнюються неоднозначністю понятійного апарату. В українських публікаціях тривалий час термін «торгова марка» використовувався у значенні товарного знаку (юридичний термін, що означає об'єкт інтелектуальної власності, який захищає назву і деякі інші атрибути товару від конкурентів). Між тим, його англійський еквівалент - trade mark - найчастіше використовується для позначення не лише юридично захищеного імені, але також самого товару і його іміджу, а термін «бренд» (від англ. brand - а) клеймо, фабрична марка; б) випалювати) [12, с. 78] вітчизняні автори застосовували досить рідко і визначали його як популярний товарний знак, який набув популярності і завоював довіру покупця завдяки вдалим маркетинговим інструментам. Таким чином, одним з ключових місць в дискусії стало порівняння «торгової марки» і «бренду».

Деякі науковці вважають, що «бренд - це свого роду торгова марка із стійким іміджем» [17], або бренд - це торгова марка плюс певний набір емоційних відчуттів, стереотипів. Крім того, бренд розглядається

як «система, що зв'язує разом товар з його характеристиками, торговою марку, її образ у свідомості споживача, а також концепцію виробника по відношенню до свого товару, торгової марки і споживача» [29].

Рішення про бренд - основне питання товарної стратегії компанії. З одного боку, продаж товару під брендом вимагає значних довгострокових інвестицій, особливо в рекламу, просування товару і упаковку. З іншого боку, сильні позиції на ринку належать компаніям, які володіють брендами.

У зв'язку з цим, необхідно чітко визначити, які функції, окрім інформації про товар, несе в собі бренд і наскільки доцільне його використання компанією. Можна виділити наступні функції бренду:

- визначення положення бренду серед брендів-конкурентів - швидко ідентифікує продукт, скорочення часу на пошук потрібного товару;
- практичність - дозволяє виграти час і зменшити витрати енергії за допомогою нової купівлі вже відомого і визнаного продукту;
- гарантія - упевненість в якості цього продукту, незалежно від місця продажу і часу купівлі;
- оптимізація - упевненість в придбанні кращого товару;
- персоналізація - усвідомлення переваги перед іншими споживачами;
- постійність - формує почуття упевненості і стабільності;
- естетичність - отримання задоволення від зовнішнього вигляду товару, оригінальності бренду [10].

Таким чином, бренд має безліч важливих для різних категорій споживачів функцій і стає важливою ланкою в товарній політиці компанії.

Для ефективного управління брендом важливо враховувати, на якому рівні ринку знаходиться компанія, і на який рівень вона хоче

вийти за допомогою брендингу. Існує три рівні ринку: національний, регіональний, глобальний.

Характерні відмінності в управлінні брендами в Україні визначаються їх різноманіттям і рівнем розвитку ринкової інфраструктури, пов'язаної з ними, зокрема, досить слабкими механізмами правового захисту споживачів і власників марок. Основне призначення марки на українському ринку - гарантувати якість товару.

Вітчизняний ринок специфічний з точки зору просування бренду, він як і раніше привабливий для нових іноземних брендів, приплив яких змушує українські фірми займатися активною рекламною підтримкою.

Велику роль грає сам факт реклами бренду, особливо по телебаченню, в той час, як реклама за допомогою мережі Інтернет почала активно використовуватися тільки останніми роками. Компанії використовують цю психологічну особливість споживача, приурочуючи масові закупівлі до періодів активної реклами.

У сучасних умовах глобалізованого світу бренд являє собою найважливіший елемент стратегії розвитку сучасного підприємства і виконує низку найважливіших функцій: сприяє ідентифікації продукту або компанії, стає гарантом різних характеристик товарів, є носієм позитивного іміджу бізнесу.

Виділено наступні функції бренду: визначення положення бренду серед брендів-конкурентів - швидко ідентифікує продукт, скорочення часу на пошук потрібного товару; практичність - дозволяє виграти час і зменшити витрати енергії за допомогою нової купівлі вже відомого і визнаного продукту; гарантія - упевненість в якості цього продукту, незалежно від місця продажу і часу купівлі; оптимізація - упевненість в придбанні кращого товару; персоналізація - усвідомлення переваги перед іншими споживачами; постійність - формує почуття упевненості та стабільності; естетичність - отримання задоволення від зовнішнього вигляду товару, оригінальності бренду.



Український ринок специфічний з точки зору просування бренду, він як і раніше привабливий для нових іноземних брендів, приплив яких змушує українські фірми займатися активною рекламною підтримкою. В цілому, характеризуючи сучасні тенденції розвитку брендингу в Україні, можна виділити деякі характерні його риси: збільшується кількість брендів, що носять «національне забарвлення»; зростає кількість брендів, які мають елементи національної символіки.

Визначено, що ефективність глобального бренд-менеджменту пояснюється тим, що глобальна марочна політика сприяє скороченню витрат на виробництво одиниці продукції (ефекти масштабу, спрощення процесу і об'єднання ресурсів); ефект масштабу проявляється у сфері дистрибуції; завдяки тому, що у глобальній компанії продукт універсальний та ідентичний на усіх ринках, зникає необхідність розробляти новий продукт для кожного ринку, що значно знижує витрати компанії на наукові дослідження і розробки; глобальна марочна політика дозволяє зменшити або уникнути витрати на адаптацію до локальних умов бренду, упаковки, реклами.

## ВИСНОВКИ

Розроблені в магістерському дослідженні теоретико-методологічні підходи та рекомендації з удосконалення зовнішньоекономічної діяльності регіону в умовах глобалізації економічних процесів дозволили отримати наступні результати:

Зовнішньоекономічна діяльність регіону в умовах глобалізації являє собою діяльність суб'єктів господарської діяльності регіону та іноземних суб'єктів господарської діяльності, що має місце як на території регіону України, так і за її межами. Вона базується на принципах: суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності; свободи зовнішньоекономічного підприємництва; юридичної рівності і недискримінації; верховенства закону; захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів. В реалізації зовнішньоекономічної політики регіону провідна роль належить експорту, розвиток якого створює умови для забезпечення економічної, технологічної, продовольчої і фінансової безпеки регіону.

Встановлено, що на зовнішньоекономічну діяльність України справляє значний вплив диспропорційність окремих її суб'єктів, їхня низька конкурентоспроможність, відставання у вирішенні назрілих соціальних проблем і неефективне використання регіональних ресурсів. При розробці і реалізації державної політики в сфері зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати феномен внутрішньокраїнної міжрегіональної конкуренції за вихід на зовнішні ринки, шукати форми пом'якшення гострих суперечностей, що тут виникають.

В роботі запропонована концептуальна модель стратегічного моніторингу розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону, на

основі якої визначаються перспективні напрями розвитку цієї сфери в регіоні. Дана модель дозволяє систематизувати інформацію про ЗЕД регіону, аналізувати її, проводити оцінку зовнішньоекономічних можливостей регіону та рівня їх використання, що є підґрунтям розробки і коригування регіональних програм розвитку експорту та імпортозаміщення, залучення іноземних інвестицій і технологій. Відповідно до цієї моделі формується та інтегрується до державної стратегії регіональна стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності, реалізується міжрегіональна координація заходів щодо вирішення проблем зовнішньоекономічної діяльності в кожному регіоні. Зовнішньоекономічна політика на рівні регіону повинна бути діяльністю органів управління, спрямованою, в першу чергу, на розвиток і підтримку зв'язків вітчизняних імпортозаміщуючих і експортоорієнтованих підприємств у плані економічного співробітництва як з вітчизняними, так і з зарубіжними партнерами з урахуванням виробленої зовнішньоекономічної стратегії і вимог міжнародних стандартів.

Виявлені сучасні тенденції та територіально-галузеві відмінності зовнішньоекономічної діяльності регіону стали підґрунтям розробки перспективних напрямів зовнішньоекономічної політики щодо поліпшення фінансового стану. Встановлено, що в регіоні сформований потужний експортний потенціал, про що свідчить зростання зовнішньоторговельного обороту протягом останніх років, хоча в його структурі частка імпорту перевищує частку експорту. Разом з тим, одночасно із від'ємним сальдо по експорту та імпорту товарів спостерігається перевищення обсягів експорту послуг над їх імпортом. Проаналізовано структуру прямих іноземних інвестицій в економіку області, виявлено райони, які не залучені до процесу зовнішньоекономічної діяльності.

Встановлено, що вирішення внутрішньогосподарських проблем шляхом розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону може бути досягнуто за рахунок зсуву вектору розвитку з імпортоорієнтованої регіональної системи в бік нарощування експорту, визначено проблеми підприємств-основних експортерів та обґрунтовано напрями їх вирішення.

## ДЖЕРЕЛА

1. Азрилян А. Н. Большой экономический словарь / Под ред. проф. А. Н. Азриляна. — М.: Фонд «Правовая культура», 1994. — 478 с.
2. Бахрамов Ю.М. Организация внешнеэкономической деятельности (особенности менеджмента): учеб. пособие / Ю. М. Бахрамов, В. В. Глухов ; Санкт-Петербургский гос. технический ун-т. - СПб. : Лань, 2003. - 444 с.
3. Безмитні тарифні квоти та їхнє використання [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://eu-ua.org/zona-vilnoitorhivli/bezmytni-taryfni-kvoty-ta-yihnie-vykorystannia>.  
[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv\\_u/07/Arch\\_%D0%BEehv\\_bl.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_%D0%BEehv_bl.htm).
4. Вдовин, М. Л., Математичне моделювання в управлінні експортно-імпортними операціями країн Центральної та Східної Європи [Текст] : дис. канд. екон. наук: 08.03.02 / Вдовин Мар'яна Любомирівна; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. - Л., 2005. - 223 арк.: рис., табл.
5. Географічна структура зовнішньої торгівлі України. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
6. Голіков, А. П., Економіко-математичне моделювання світогосподарських процесів: навч. посіб. / А. П. Голіков. — 3-є вид., переробл. і допов. — К. : Знання, 2009. — 222 с. : іл., табл. — Бібліогр.: с.222.
7. Десяева Л. М. Сучасні тенденції розвитку експортного потенціалу України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2012. № 2. С. 171–175.
8. Дунська А. Р. Гарбовська Н. І. Особливості формування експортного потенціалу підприємств України в контексті міжнародної

інтеграції Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник наукових праць VI Всеукраїнської науково-практичної конференції міжнародною участю. Черкаси, 2015 р. – 544 с.

9. Жуковська О. А. Методичні рекомендації до виконання комп'ютерного практикуму з дисципліни "Прогнозування соціально-економічних процесів" за темами: «Побудова прогнозу методом Хольта» «Побудова прогнозу методом Хольта-Вінтерса» / О. А. Жуковська. – К.: НТУУ «КПІ», 2016. – 18 с.

10. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991. № 959–XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29. – Ст. 377.

11. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для вищих навч. закл. / О. Кириченко [та ін]. – 2 вид., доп. - К. : Видавничий дім "Фінансист", 2004. - 634 с.

12. Кириченко О. М. Експортний потенціал харчової промисловості України// Наукові праці Українського державного університету харчових технологій. – К.: УДУХТ – 2001. - №5. - С.66-69.

13.Лаврів І.М. Експортний потенціал аграрних підприємств: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Львів, 2017. 221 с.

14. Лисак О. Проблеми та перспективи експорту аграрної продукції України / О. Лисак, Л. Андреева. // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. – 2017. – С. 139–151

15. Малиш Н. А. Моделювання економічних процесів ринкової економіки / Н. А. Малиш. – К.: МАУП, 2004. – 120 с.

16. (1.1)2. (1.2) 4.Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. Міжнародна економічна політика. 2008. № 1-2 (8–9). С. 221-271.

17. Методологічні положення зі статистики зовнішньої торгівлі товарами [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України.

– 2013. – Режим доступу до ресурсу:  
[http://ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/2013/413/met\\_polog.zip](http://ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2013/413/met_polog.zip)

18. Новикова М.В., Ткачук Н. Ю. Формування та тестування гравітаційної моделі зовнішньої торгівлі товарами України з країнами ЄС. [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/282/271>

19. Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 356 с.

20. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<http://www.ukrstat.gov.ua/>

21. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. URL:  
<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

22. Рік торгівлі з ЄС. Аналіз і перспективи [Електронний ресурс]. - 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://mi100.info/2017/07/29/rik-torgivli-z-ies-analiz-i-perspektyvy/>

23. Сейфуллаева М. Э. Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики / М. Э Сейфуллаева, В. М. Капицын // Маркетинг. — 2001. — № 1. — С. 6.

24. Стратегія сталого розвитку «Україна–2020» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10..>

25. Україна у цифрах [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv\\_u/01/Arch\\_ukr\\_zb.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm).

26. Управління експортним потенціалом України: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2007. 210 с.

27. ФАОСТАТ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<http://www.fao.org/faostat/ru/#home>.

28. Фоменок Д. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / Д. Фоменок, С. Дубков, С. Дадалко // Баковский весник. – 2011. – № 10. – С. 29–35.

29. Ціни та аналітика [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://milkuu.info/uk>.

30. Чмут А.В. Розвиток зовнішньої торгівлі товарами продовольчої групи в Херсонській області /// А.В. Чмут, С. Мельник// Матеріали 6 Міжнародної наук.-практ. конф. «Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації» (м. Дніпро, 07-09 листопада 2018 року) – Дніпро, 2018. – С. 85-87.

31. Чмут А.В. Особливості розвитку взаємовідносин підприємств в умовах глобальної світової економіки [Текст] / А.В. Чмут // Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: збірник матеріалів VII Міжнародної науково – практичної конференції (27-28 жовтня 2016 р). - Дніпропетровськ, 2016. - С. 3-4.

32. Petrenko, V.S. & Karanushenko, A.S. (2020). Assessment competitiveness of innovative enterprises with foreign investments. Bezpartochnyi, M. (scientific edited) New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph (149 – 159). Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, ISBN 978-954-8590-85-3

33. Petrenko, V., & Melnykova, K. (2018). Formation of vertically integrated agrarian enterprises with foreign capital. Technology transfer: innovative solutions in Social Sciences and Humanities, 13-15

34. Ihnatenko, M., Marmul, L., Petrenko, V., Karanushenko, A. & Levaieva, L. (2020) Innovative Tools in the Methodology and Teaching of the Basic Principles of Enterprise Management. International Journal of Management, (11, 6), 847-854 Вилучено 3  
<http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>



35. Rusnak, A. V., Karnaushenko, A. S. & Petrenko, V. S. (2018). Legislative support of innovation activity in Ukraine: problems and ways to overcome them”, *Efektivna ekonomika*, (10), <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.10.2>
36. Tanklevska, N., Petrenko, V., Karnaushenko, A., & Melnykova, K. (2020) World corn market: analysis, trends and prospects of its deep processing. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 6(3), 96-111. Retrieved from <https://are-journal.com/index.php/are/article/view/339>
37. Руснак, А.В. Аналіз фундаментальних методів бюджетування з метою розроблення організаційної бюджетної політики / Руснак, А.В., Петренко, В.С., Карнаушенко, А.С. // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії» – 2018. – Вип. 33. – С. 203-208.
38. Руснак, А.В. Страхування ризиків сільськогосподарських підприємств в Україні / В.С. Петренко, А.В. Руснак, А.С. Карнаушенко // Інвестиції: практика та досвід. Серія "Економічні Науки". – № 19. – 2018. – С. 5-11.
39. Мармуль Л.О. Стратегічне позиціонування підприємств з іноземними інвестиціями в аграрній сфері економіки / Л.О. Мармуль, В.С. Петренко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 4 (40). – С. 43-48
40. Федорчук О.М. Агропромислові кластери: проблеми, переваги та перспективи / О.М. Федорчук, В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Проблеми системного підходу в економіці. – Вип. 4 (78). – 2020. – С. 63-70.
41. Федорчук О.М., Інноваційна інфраструктура як основа формування конкурентоспроможності підприємств регіону / О.М. Федорчук, В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту Серія: економіка і менеджмент. – Вип. 4 2 (27), - 2019. – С. 126-134

42. Петренко В. С. Фінансування інноваційного молодіжного підприємництва шляхом залучення венчурних коштів. / В.С.Петренко, А.С. Карнаушенко// Бізнес Інформ. – 2020. – №7. – С. 242–248. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-242-248>
43. Петренко В.С. Сучасний стан та перспективи розвитку доставки продуктів харчування в Україні /В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Приазовський економічний вісник. – №1(18). 2020. – С. 132-138 <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-24>
32. CAPRI model [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://en.wikipedia.org/wiki/CAPRI\\_model](https://en.wikipedia.org/wiki/CAPRI_model).
33. Chmut A. Outsourcing in International Economic Relations / Y. Bilan, V. Nitsenko, I.Ushkarenko, A.Chmut, and O. Sharapa // Montenegrin Journal of Economics, Vol. 13, No. 3, (2017), 175-185.
34. Chmut A. Socio-economic institutions for development of cooperation / O. Sakovska, O. Shpykuliak, I.Ushkarenko, A.Chmut //Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2018/ - Vol.4, No.27 (2018),.- P. 513-521
35. European Commission. Statistics [Electronic resource]. Available at: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=st%2fst\\_Statistics](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=st%2fst_Statistics) (accessed 03 December 2019).
36. European Simulation Model (ESIM) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://agriflife.jrc.ec.europa.eu/ESIM.htm>.
37. FAO [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/home/ru/>.
38. Kobzyeva K.V. (2013) Eksportnyy potentsial pidpryyemstva: sutnist' i osoblyvosti formuvannya [Export potential of the enterprise: essence and features of formation]. Problems of economy. Vol. 4. pp. 281–285.
39. The geographical structure of Ukraine's foreign trade. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 03 December 2019).

40. Zhalilo Ya.A., Bazilyuk Ya.B., Belinskaya Ya.V. (2005) Konkurentospromozhnist ekonomiky v umovakh hlobalizatsii [Competitiveness of the economy in the conditions of globalization]. Kyiv: NISD.