

РОЗДІЛ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 330.322.21

Ваніна Н. М.

Первомайський політехнічний інститут

Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Досліджено та проаналізовано теоретичні питання ролі держави в розвитку експорту та створення сприятливого зовнішнього середовища і стимулів до експорту. Визначено проблеми диверсифікації економіки, в якій тісно переплітаються економічні, фінансові, соціальні, технічні та організаційні питання, і розв'язання цієї проблеми вимагає комплексного підходу.

Ключові слова: експорт, експортна політика, експортний потенціал, стимулювання експорту, зовнішня торгівля, торгова політика.

Постановка проблеми. Перехід економіки України на ринкові умови зумовив необхідність пошуку шляхів, які сприяють вирішенню стратегічних і амбітних завдань по входженню нашої держави у число найрозвиненіших держав світу. Ефективна стратегія стимулювання експорту України дозволить державі забезпечити реалізацію найважливіших положень Програми соціально-економічного розвитку країни на 2014–2015 рр.

В умовах глобалізації світової економіки економічна незалежність будь-якої держави неможлива без вирішення такої важливої проблеми, як завоювання своєї ніші на світовому ринку. Вивчення потенціалу національної економіки і його позиціонування на світовому ринку є проблемою, яка вимагає не тільки уваги, але й вивчення. Оцінка реального стану народного господарства і результативність його зовнішньоекономічної діяльності можуть стати тією відправною платформою, яка дозволить сформулювати пріоритети експортної політики України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань, які ставить перед собою експорт України, займалися ряд вітчизняних вчених: А.А. Мазаракі [1], Ю.Ю. Верланов [2], Л.С. Кутідзе [6] та ін. Основним недоліком праць авторів, що займалися проблематикою експортного потенціалу, виступає те, що вони розглядають методіку визначення причин, наслідків, формування засобів вітчизняного експорту на рівні окремо взятого підприємства чи групи підприємств. Доцільніше було б розглядати цю проблему на загальнодержавному рівні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Виявлення характерних особливостей поставленого автором завдання та інструментів його стимулювання, визначення особливостей розвитку експорту в зарубіжних країнах, надання оцінки їх експортного потенціалу, аналіз стану експортного потенціалу України, та пропозиції напрямів його підвищення потребують подальшого дослідження.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності стимулювання і оптимізації експортного потенціалу України та розробці напрямів підвищення його ефективності в умовах інтеграції у світову економіку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нарощування країнами світового співтовариства

граничнодопустимого рівня державного боргу, безпрецедентне зниження кредитного рейтингу США, масштабна боргова криза в Єврозоні, глобальні дисбаланси в міжнародній торгівлі, інші негативні фактори з усією очевидністю свідчать: ситуація у світовій економіці продовжує залишатися складною, незважаючи на вжиті міжнародними інститутами зусилля з її нормалізації.

Процеси, що відбуваються сьогодні, не можуть не відгукнутися негативними наслідками на відкритих економіках світу, і Україна не виняток. Нестабільна ситуація на глобальних фінансових майданчиках, загострення зовнішньої та внутрішньополітичної боротьби в країні, протекціоністська політика – ось далеко не повний перелік перешкод, які, поряд з поточними всередині економічними проблемами, доводиться долати в цілях збільшення експорту.

Стратегічні напрями розвитку експорту визначено Указом Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» як першочергові пріоритети реалізації Стратегії [5].

Основна мета цієї Програми – активне просування експорту та захист внутрішнього ринку і забезпечення збалансованого розвитку на основі випереджаючих темпів зростання експорту над імпортом. Перед країною стоїть найважливіше завдання: досягти збільшення удвічі обсягів експорту товарів вітчизняного виробництва до 2019 р., вийти на позитивне сальдо зовнішньоторговельного балансу України, яке у 2014 р. становило \$3,88 млрд., скоротившись у четвертому кварталі на \$0,37 млрд., тоді як за підсумками минулого року сальдо було негативним у розмірі \$8,51 млрд.

Експорт на душу населення за основними показниками економіки України у січні-червні 2015 р. у порівнянні з аналогічним періодом 2014 р. знизився на 35,9% [7]. У минулому році експорт скоротився на 14,6% – до \$63,89 млрд., тоді як імпорт рухнувся на 28% – до \$60,01 млрд. Експорт товарів у 2014 р. зменшився на 13,5% – до \$53,91 млрд., імпорт – на 28,3%, до \$54,38 млрд. Експорт послуг у минулому році скоротився на 20,8% – до \$11,27 млрд., тоді як імпорт – на 24,6%, до \$5,68 млрд. Експорт у країни СНД впав на 31% – до \$18,87 млрд., тоді як в інші країни – тільки на 5,2%, до \$45,02 млрд., зокрема, у країни ЄС він

навіть зріс на 0,7% – до \$20,30 млрд. Одночасно падіння імпорту з країн СНД становило 37%, тоді як з країн ЄС – 22,5%. Знижується ефективність експорту, вимірювана темпом зростання експорту на душу населення від кожного експортованого відсотка ВВП.

За оцінками експертів, у 2015 р. падіння реального ВВП складе 4,5–5,5%. Серед головних чинників падіння залишаються: незадовільні умови економічної діяльності, розширення обмежень у фінансовій і монетарній сферах, збереження валютної і цінової нестабільності та загальної економічної невизначеності, суттєве зниження доходів і добробуту населення, а отже, й рівня платоспроможного попиту. Від'ємне сальдо торгового балансу ще більш виросло у зв'язку з наслідками світової фінансово-економічної кризи. Втрачаються порівняльні переваги і знижується конкурентоспроможність продукції, що випускається, що вимагає розробки зовнішньоторговельної стратегії України з урахуванням сучасних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі.

Специфіка погіршення зовнішньоторговельного балансу України така, що негативне сальдо росло на тлі падіння зовнішньоторговельного обороту в цілому, тобто скорочувався й експорт, й імпорт. І тільки у 2014 р. експорт (85,4%) впав менше, ніж імпорт (72%) у порівнянні з попереднім періодом, що і дало відносний торговельний профіцит у \$3 884 000 000. [7]. Цього року тенденція продовжилася, експорт та імпорт в першому місяці 2015 р. звалилися на третину – на 31,2% і 33,4% відповідно – до \$ 2 984 000 000 та \$ 3 009 000 000.

Обсяги експорту продукції важкої промисловості (основної статті експорту) і сільського господарства у 2014 р. мали різницю всього в 5%. Ураховуючи наростання кризи у 2015 р., обсяги експорту цих галузей зближаться ще більше, можливо, і зрівняються. Але навіть зростання експорту сільгосппродукції має відносний характер. Падіння відбувається у двох галузях, але на тлі випереджаючого падіння промислового виробництва експорт сільгосппродукції створює ілюзію деяких небувалих його успіхів.

У 2015 р. ситуація посилилася. У січні-лютому у порівнянні з аналогічним періодом 2014 р. валютна виручка від експорту чорних металів скоротилася ще майже на 40%. У лютому 2015 р. виплавка сталі на металургійних підприємствах України в порівнянні з минулим роком скоротилася на 33,2%.

Обсяги виробництва сільськогосподарської продукції у 2015 р. у порівнянні з минулим роком також знизилися. Вони збільшилися лише у фактичних цінах – на 2,7 млрд. грн.

Можлива ситуація, коли випереджаюче падіння експорту промислової продукції у порівнянні з падінням експорту продукції сільського господарства означає, що країна просто йде із зовнішніх ринків і, переорієнтовуючись на внутрішній ринок, зберігає промислове виробництво на колишньому рівні. Але не у випадку з Україною. Застій ВВП у 2012–2013 рр., а потім його падіння у 2014–2015 рр. показує, що в промисловості йде абсолютне скорочення виробництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Аналіз експортних можливостей дозволив виділити три експертні групи товарів, які можуть стати пріоритетними напрямками державної політики України в області стимулювання експорту, по розширенню товарної номенклатури та ринків

збуту на коротко-, середньо- і довгострокову перспективи з метою скорочення негативного сальдо торгового балансу.

До першої групи належать товари, порівняльні переваги за якими залишаються без змін або покращуються на світовому ринку починаючи з 1998 р., володіють високою конкурентоспроможністю серед аналогічної продукції інших країн. За прогнозами ОЕСР, ціни на товари, що відносяться до першої, другої і третьої груп, з розділів «Свіжі продукти і сировинна сільськогосподарська продукція» і «Перероблені сільгосппродукти» матимуть тенденцію до зростання на світовому ринку до 2018 р. До товарів першої групи відносяться: «Свіжі продукти і сировинна сільськогосподарська продукція», «Перероблені продукти», «Дерево, продукція з дерева, папір», «Хімічні товари», «Шкіра та шкіряні вироби», «Метали та інші промислові товари», «Машини без електроніки», «Електронні компоненти», «Транспортне обладнання», «Мінеральні продукти».

До другої групи належать товари, по яких є досить високі порівняльні переваги, але спостерігається тенденція зниження конкурентоспроможності на світовому ринку. Для збереження експортного потенціалу поданими групами товарів необхідне прийняття термінових заходів щодо підвищення їх конкурентних переваг шляхом залучення інвестицій і технологій як у виробництво, що працюють із сировиною, так і в переробку промисловості, розробка нових маркетингових стратегій просування і утримання позицій українських товаровиробників на світовому ринку.

До третьої групи відносяться товари, по яких Україна мала порівняльні переваги в минулі роки, але потім або їх втратила, або припинила експортувати продукцію на світовий ринок, але потенціал для її виробництва та експорту існує. Необхідно відзначити, що при стимулюванні виробництва та експорту товарів із зазначених груп акцент слід зробити на випуск наукомісткої вузькоспеціалізованої продукції дрібними і середніми партіями з урахуванням попиту та інтересів конкретного споживача. Це потребує залучення інвестицій для модернізації та технологічного оновлення виробництва, підвищення кваліфікації працівників нижчої та середньої ланок, а також управлінського персоналу для розробки агресивної стратегії завоювання і утримання конкурентних позицій на світовому ринку. Особливої уваги для випуску конкурентоспроможної готової продукції вимагає придбання якісної та недорогої сировини, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, для чого ставки імпорتنих мит на дані товари необхідно встановити на нульовому рівні з метою диверсифікації джерел їх постачання.

У експортному асортименті України присутня і високотехнологічна продукція, але, зважаючи на зменшення в період з 2012 по 2014 р. об'ємів експорту та імпорту високотехнологічних товарів, спостерігається зниження частки високотехнологічної продукції в загальносвітовому експорті та імпорті.

Аналіз зовнішньоторговельної статистики за підсумками 2014 р. дозволяє говорити про те, що запропоновані в Україні заходи з нарощування експорту, посилення грошово-кредитної і бюджетно-податкової політики будуть сприяти початку формування обнадійливих тенденцій у вирішенні поставленого завдання та досягнення позитивного сальдо зовнішньоторговельного балансу.

Для підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу виробництва і зростання конкуренто-

спроможності експорту актуальна необхідність збільшення в експортному портфелі країни кількості високотехнологічних товарних позицій.

Унаслідок погіршення порівняльних переваг і зниження конкурентоспроможності продукції України на основних ринках збуту необхідно оцінити можливості виробництва конкурентоспроможних виробів українськими підприємствами – самостійно або в науково-технічному, виробничому і збутовому кооперуванні з іноземними партнерами. Використання переваг міжнародного поділу праці при виробництві підвищить їх інноваційний потенціал і конкурентоспроможність продукції, що випускається, знизить трансакційні витрати.

Порівняння експортного потенціалу України з іншими країнами дозволить виявити серйозні недоліки експортної політики країни. Орієнтація на використання переважно внутрішніх інвестиційних ресурсів, жорсткий торговий протекціонізм, несприятливий діловий клімат і надмірно складні умови реалізації проектів «зеленого поля» (створення підприємств з нуля) є ендемічними причинами обмеження експортного потенціалу. Українські підприємства практично відсутні в структурах вертикальної (виробництво комплектуючих або напівфабрикатів) і горизонтальної (розміщення повноцінних заводів з виробництва товарів) інтеграції транснаціональних корпорацій (ТНК) ланки.

У сформованих умовах найважливішим напрямом удосконалення експортного потенціалу є стимулювання процесу диверсифікації. Для цього необхідно визначити, виробництво яких саме товарів дозволяє накопичити знання, навички, вміння, потенціал для випуску нових, більш технологічних товарів та їх упровадження в експортний кошик країни. Очевидна стратегічна необхідність зміни структури експорту у бік збільшення продажів інноваційної, наукомісткої продукції з високою часткою доданої вартості, а імпорту – у бік скорочення споживання енергоресурсів і сировини. Для цього слід забезпечити максимально прискорену модернізацію економічного комплексу України з одночасним зміщенням центру ваги його розвитку на користь наукомістких інноваційних виробництв з мінімальною залежністю від імпорту енергії, сировини і комплектуючих.

Модернізація економіки, у свою чергу, вимагає залучення іноземних інвестицій. Домагатися цього необхідно шляхом не тільки залучення стратегічних інвесторів до участі у приватизації, а й налагодження співпраці з провідними транснаціональними корпораціями та інвестиційними компаніями. У даний час необхідно вести інтенсивний пошук інвестиційних агентів, які зацікавлені у поданні країни на міжнародній арені з урахуванням взаємних інтересів і при цьому мають зв'язки з провідними світовими корпораціями.

Забезпечення збалансованості експортно-імпортних операцій та платіжного балансу передбачає також раціоналізацію внутрішніх витрат, відповідність бюджетних витрат, кредитування, заробітної плати темпам зростання виробництва, ВВП і продуктивності праці.

Однак в Україні не розроблений теоретичний апарат, не обґрунтований процес диверсифікації; немає методики оцінки даного процесу стосовно умов функціонування національної економіки; відсутній відповідний алгоритм відбору товарів, розвиток виробництва яких генерує зазначений вище потенціал.

Зовнішньоторговельна стратегія України як малої відкритої економіки в умовах лібералізації

міжнародної торгівлі повинна направлятися на підвищення ефективності та конкурентоспроможності українського експорту, оптимізацію товарної структури імпорту та поповнення експортного портфеля більш дохідної на світовому ринку наукомісткої та капіталомісткої продукцією з високою доданою вартістю, реалізацію пріоритетів регіонального зовнішньоторговельного співробітництва з іншими країнами.

У глобальному контексті необхідний розгляд будь-якого регіону України як елемента системи міжнародних економічних відносин, який є компонентом більш масштабної системи міждержавного економічного співробітництва. Розуміння такого становища регіону в системі загальнодержавних пріоритетів дозволяє моделювати форми співробітництва, де можлива постійна кооперація між підприємствами, організаціями та підприємцями, реалізація спільних екологічних, культурних та освітніх програм, дослідницьких проектів, обмін різною інформацією. Необхідно також урахувати, що потенціал транскордонного співробітництва, з одного боку, формується на схожості економік прикордонної території та доцільності спільними зусиллями вирішувати спільні проблеми соціально-економічного розвитку суміжних країн, а з іншого – припускає різноманітність економічних структур в межах транскордонної зони як один з важелів міжнародного економічного співробітництва.

Транскордонне співробітництво прикордонних територій України з суміжними країнами – членами ЄС слід розглядати як один з напрямів взаємовигідної співпраці з країнами Західної Європи, так як з розширенням ЄС різко зросла роль тих регіонів, які мають безпосередньо сусідство з ЄС. Пріоритетами даної групи регіонів повинні стати економічне співробітництво; охорона навколишнього середовища та раціональне природокористування; розвиток соціальної сфери; будівництво спільної прикордонної та транспортної інфраструктури. Служби маркетингу підприємств спільно з радниками з торгово-економічних питань, галузевими міністерствами і концернами повинні забезпечити оперативне вирішення цих питань. У даний період доцільне скорочення ланцюга посередників шляхом відкриття власних представництв за кордоном, створення та вдосконалення роботи логістично-експедиторських служб. Світова практика свідчить, що в багатьох країнах (США, Нідерланди, Бразилія, Сінгапур, Данія, Польща, Японія, Канада, Німеччина, Швеція, Малайзія та ін.) успішно функціонують організації по підтримці національного експорту. Подібні організації є ключовою ланкою і каталізатором у національній системі підтримки експорту та залучення в національну економіку іноземних інвестицій.

Виходячи з цього, урядам відводять роль посередника, який заповнює цю нішу і забезпечує експортерів необхідними ресурсами (у тому числі фінансовими). Уряд може надавати допомогу компаніям державного і приватного секторів за допомогою різного роду послуг, починаючи з надання інформації про поточні можливості на світових ринках і закінчуючи спільною розробкою і впровадженням програм продажів продукції за кордон. Подібні заходи зазвичай здійснюються організаціями з підтримки експорту, які відіграють важливу роль у розвитку і розширенні експорту країни.

Виходячи із закордонного досвіду, існує необхідність створення агентства щодо стимулювання експорту в Україні, причому це має бути державне підприємство, підзвітне певному міністерству чи

безпосередньо уряду України. Основними функціями такого агентства є фінансова та інформаційна підтримка експортерів, полегшення умов доступу на зовнішні ринки, сприяння залученню іноземних інвестицій та ін. При налагодженні успішного функціонування агентства в перспективі слід передбачити створення зарубіжних представництв у країнах – основних споживачах експортної продукції України.

Для стимулювання експорту товарів України доцільні такі заходи:

- припинення дотацій збитковим підприємствам і підвищення зацікавленості керівників у реалізації продукції. Проведення реінжинірингу на збиткових державних підприємствах, продукція яких незатребувана на вітчизняному та світовому ринку;

- прискорення створення товаропровідних мереж вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках;

- пріоритетний напрямок ресурсів у галузі і виробництва, що мають максимальну експортну віддачу. Введення національної автоматизованої системи електронного декларування експорту;

- субсидування експортоорієнтованої продукції, але не на стадії її виробництва, а на етапі науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок. Збільшення обсягів гарантування, виділення додаткових експортних кредитів, зниження рівня податкового навантаження на експорт (зниження вивізних митних зборів);

- здійснення заходів щодо використання національних валют в розрахунках з найважливішими торговельними партнерами.

З метою реалізації експортного потенціалу доцільно реалізувати такі заходи:

- підвищення ефективності діючих і створення нових експортоорієнтованих виробництв, збільшення рентабельності експорту та обсягів надходження валютної виручки;

- збільшення частки послуг у загальному обсязі експорту товарів і послуг за рахунок розвитку нових видів інформаційно-комунікаційних, туристичних, комп'ютерних, інжинірингових, страхових, банківських, фінансових та інших послуг;

- збільшення експорту високотехнологічної та наукомісткої продукції з високою доданою вартістю;

- розвиток системи кредитування та страхування експорту, використання іноземних кредитів і механізмів міжнародної допомоги для просування вітчизняних товарів і послуг на закордонні ринки;

- залучення кредитних ресурсів і прямих іноземних інвестицій відповідно до потреб країни в інвестиціях;

- освоєння нових зовнішніх ринків, вихід на стратегічний рівень відносин з країнами, що динамічно розвиваються;

- створення підприємств за кордоном з метою зниження транзакційних витрат і збільшення експортного прибутку;

- активізація участі України в інтеграційних процесах, спрямованих на зміцнення торгово-економічного співробітництва в рамках СНД, а також у рамках Європейського Союзу;

- усунення бар'єрів доступу товарів і послуг на зовнішні ринки і зняття обмежень у торгівлі з основними країнами-партнерами;

- спрощення митних процедур та впровадження нових прогресивних технологій митного адміністрування;

- наближення нормативних правових актів до вимог СОТ, що буде мати важливе значення для залучення прямих іноземних інвестицій і розширення ринків збуту;

- гармонізація стандартів, сертифікації та нормативних вимог до виробленої продукції з нормами ЄС/ОЕСР для виходу на експортні ринки.

При визначенні зовнішньоекономічних пріоритетів слід ураховувати фактори, що впливають на ефективність використання експортного потенціалу України. Насамперед це необхідність проведення реструктуризації та модернізації підприємств, зниження енерго- і матеріаломісткості продукції, забезпечення її конкурентоспроможності. Мають бути створені умови для зростання виробництва та експорту шляхом розвитку лізингових і факторингових компаній, реалізації великих інвестиційних проектів, активізації інвестиційної діяльності за рахунок створення сприятливих податкових умов іноземним інвесторам та підтримання на прийнятному рівні вартості внутрішніх кредитних ресурсів.

Аналіз практики підтримки експорту в країнах – членах Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) показує, що щорічно на дані цілі виділяються кошти в розмірі до 0,35% від ВВП.

У цих умовах експортний кредит є одним з джерел для покриття потреби експортерів в оборотних коштах. При цьому банк-кредитор безпосередньо виробляє оплату національному експортеру за відвантажені товари, зроблені роботи, чи надані послуги, тобто гроші не йдуть з держави. Одночасно для експортера вирішуються питання відсутності дебіторської заборгованості та поповнення обігових коштів. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських експортерів може (і повинен) орієнтуватися на використання кредитних ресурсів великих банків, що надаються у формі кредитів покупцям української продукції (імпортерам) під гарантію міжнародних страхових агентств. Україні необхідно мати механізми видачі експортних кредитів і страхування ризиків, які як мінімум не поступаються за ефективністю іншим країнам в інтересах не просто збільшення валового обсягу експорту, а й вдосконалення його структури за рахунок підвищення частки продукції обробної промисловості (машинобудування, верстатобудування в першу чергу) та послуг.

Ведучи мову про інструменти стимулювання експорту і роблячи акцент на використанні банківського кредиту для цих цілей, необхідно згадати про ще один, подібний експортному кредиту, інструмент – міжнародний (експортний) лізинг. Обидва інструменти просування експорту (банківське кредитування і міжнародний лізинг) вельми схожі за структурою, але перевага у використанні саме схеми експортного кредиту в тому, що у даній угоді імпортер надає аванс («живі гроші») у розмірі не менше 15% від контрактної вартості експортних поставок, які відразу надходять до розпорядження експортера.

Іншою формою стимулювання експорту є страхування експортних кредитів. У рамках цих заходів постачальник (банк постачальника) отримує можливість застрахувати ризик неплатежу імпортера (банку імпортера) за допомогою державного страхування на 85–95% суми вимог. Страхування здійснюється при тісній взаємодії банків та інститутів по страхуванню експорту, так званих експортних кредитних агентств (ЕКА).

Заходи, спрямовані на сприяння експорту, повинні варіюватися залежно від рівня економічного розвитку країни, традицій, пріоритетів розвитку тієї чи іншої галузі. У більшості розвинених країн створення товаропровідних мереж ініціюється самими підприємствами. У той же час у цих країнах держава може реалізовувати національні

експортні стратегії за допомогою підтримки експортерів при створенні товаропровідних мереж.

У світовій практиці існують як спеціалізовані торговельні компанії, що виконують обмежений набір функцій, так і ті, які поєднують різні функції. На експорті високотехнологічної, унікальної продукції спеціалізуються, як правило, малі та середні торгові компанії, на експорті сировини та сільськогосподарської продукції – великі компанії.

Слід урахувати досвід США, Німеччини, Китаю. У США найбільш поширені компанії з управління експортом та експортні торгові компанії. Основна функція компаній з управління експортом – здійснювати експортну діяльність одного або кількох підприємств, слугувати своєрідним зовнішнім експортним відділом підприємств. Особливо подібні організації покликані працювати з малими та середніми підприємствами, з метою агрегування їхніх зусиль в експорті та подолання обмеженості в ресурсах при виході на зовнішні ринки.

У Німеччині існує значна кількість малих торгових домів. Як показав досвід, конкурентна перевага і позитивна репутація цих домов ґрунтуються більшою мірою на спеціальних знаннях, ніж на фінансових можливостях.

Торговим домам в Японії спочатку була надана квазімонополія у зовнішній торгівлі, за чим про-

слідували податкові та фінансові пільги, дозвіл створювати великі конгломерати, що було заборонено в інших країнах.

У Китаї за прикладом конгломератів і торгових домів Японії та Південної Кореї створюються багатофункціональні корпорації-гіганти, які в тому числі здійснюють експортні операції. Подібні структури утворені для протистояння конкуренції ззовні.

Висновки. Найбільш важлива роль держави в розвитку експорту полягає в підтримці експортерів допомогою створення сприятливої зовнішнього середовища і стимулів до експорту. Воно також може стимулювати експорт з допомогою технічної та фінансової підтримки, акцентуючи при цьому увагу на малих і середніх підприємствах, яким бракує подібних ресурсів. Рішення в питаннях експорту, включаючи структуру товаропровідних мереж, повинні виходити безпосередньо від компаній. Подібні рішення найбільш ефективні на мікрорівні, так як дозволяють урахувати особливості конкретних підприємств, їх продуктів і цільових ринків. Контроль над економікою і зовнішньоторговельними операціями повинен залишатися тільки у держави. Як наслідок, питання експортного маркетингу теж піднімаються на державний рівень.

Список літератури:

1. Мазаракі А.А. Управління експортним потенціалом України : [монографія] / А.А. Мазаракі [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2007. – 210 с.
2. Верланов Ю.Ю. Передумови формування зовнішньоторговельної політики країни в контексті економічної безпеки / Ю.Ю. Верланов, А.А. Васильєв // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили. – 2009. – Т. 64. – Вип. 51. – С. 53–59.
3. Щодо першочергових заходів зовнішньоторговельної політики в контексті структурних трансформацій зовнішньої торгівлі України після вступу до СОТ : Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень при Президенті України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/622/>.
4. Проект закону «Про державну фінансову підтримку експортної діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/.
5. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015.
6. Кутідзе Л.С. Експортний потенціал регіону: сутність, діагностика, механізми реалізації : [монографія] / Л.С. Кутідзе. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – 318 с.
7. Комплексна система інформаційно-консультаційної підтримки та розвитку експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/torg_obm/.

Ванина Н. Н.

Первомайський політехнічний інститут

Національного університета кораблебудування імені адмірала Макарова

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА УКРАИНЫ

Резюме

Исследованы и проанализированы теоретические вопросы роли государства в развитии экспорта и создания благоприятной внешней среды и стимулов к экспорту. Определены проблемы диверсификации экономики, в которой тесно переплетаются экономические, финансовые, социальные, технические и организационные вопросы, и решение этой проблемы требует комплексного подхода.

Ключевые слова: экспорт, экспортная политика, экспортный потенциал, стимулирование экспорта, внешняя торговля, торговая политика.

Vanina N. N.

Pervomaisk Polytechnic Institute

Admiral Makarov National University of Ship Building

FORMATION TO DEVELOPMENT STRATEGY OF EXPORT POTENTIAL OF UKRAINE

Summary

The theoretical issue and analyzed the state's role in export development and creating a favourable environment and incentives for exports. It's defined the problems diversification of the economy, which is closely, intertwined economic, financial, social, technical and organizational issues, and solving this problem requires a comprehensive approach.

Keywords: export, export policy, export potential, promotion of exports, foreign trade, trade policy.