

УДК 339.97; 339.54

Іващук С. П., Солодковський Ю. М.

**СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКСПОРТНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА У СОТ**

У статті розкрито теоретичні підходи до трактування поняття, ефективного використання

та розвитку національного експортного потенціалу. Досліджено основні сучасні дисбаланси українських експортних потоків та запропоновано напрями вдосконалення практики стимулювання розвитку вітчизняного експортного потенціалу.

Ключові слова: експортний потенціал, конкурентоспроможність експорту, стимулювання експорту, СОТ, глобалізація.

В статье раскрыты теоретические подходы к трактовке понятия, эффективного использования и развития национального экспортного потенциала. Исследованы основные современные дисбалансы украинских экспортных потоков и предложены направления усовершенствования практики стимулирования развития отечественного экспортного потенциала

Ключевые слова: экспортный потенциал, конкурентоспособность экспорта, стимулирование экспорта, ВТО, глобализация.

The article deals with such economic term as export potential and export competitiveness. The author provides definition, effective usage and development of national export potential. Main disproportions of Ukrainian export flows and ways of improvement of national export stimulation programs are presented in the article.

Key words: export potential, export competitiveness, export stimulation, WTO, globalization.

Постановка проблеми. Кризові явища, які останніми роками формують ключові умови людської життєдіяльності, виявили нові дисбаланси розвитку української економіки та її експорту. Очевидно, що відхід від експортоорієнтованої стратегії розвитку вітчизняної економіки, який розпочався наприкінці 2004 року під впливом зміни пріоритетів вищого керівництва держави та переорієнтації векторів розвитку зовнішньополітичної діяльності, негативно відобразився на стані платіжного балансу країни. Так за період з 2004 по 2008 рр. баланс зовнішньоторговельних операцій України із значного позитивного (+6976,1 млрд. дол. США у 2004 році) змінився на ще більш значний негативний (–15568,3 млрд. дол. США у 2008 році) (розраховано за даними [1]), що у поєднанні зі зростанням обсягів зовнішньої державної та корпоративної заборгованості викликало суттєве занепокоєння у колах економічних аналітиків та вчених. Постійне погіршення кількісних та структурних показників українського експорту в умовах зростання непередбачуваності змін зовнішнього середовища та не контролюваності внутрішнього актуалізують дослідження питань пов'язаних із управлінням національним експортним потенціалом.

Аналіз літератури. Тематику економічного, виробничого та експортного потенціалу розробляли такі вітчизняні та російські вчені: Л. І. Абалкін, А. Н. Азрілян, А. Ю. Архипов, Є. В. Волкодавова, Т. Голікова, Т. Ф. Гордєєва, В. М. Капіцин, Т. М. Мельник, В. П. Михайлівський, В. В. Рогачов, М. Е. Сейфуллаєва, Т. В. Скорнякова, Д. М. Стеченко, О. В. Черновець, Т. М. Циганкова тощо. При цьому, додаткового теоретичного узагальнення потребує підхід до управління експортним потенціалом в умовах кризового розвитку країн-членів СОТ.

Довготривалий, глобальний та багатоаспектний характер останньої кризи виявив зростання впливу держави на економічні процеси. Водночас досвід Греції, яка активно переорієнтовувалась від екзогенних до ендогенних факторів розвитку, показує, що помилки національної системи регулювання є на сьогодні надзвичайно небезпечними з точки зору забезпечення стабільності внутрішнього соціально-економічного середовища та його гармонії із зовнішнім. В умовах здійснення глобалізаційних перетворень актуалізується багато дискусій з приводу виявлення оптимальних збалансованих принципів співвідношення лібералізаційних та регуляторних процесів розвитку міжнародної торгівлі.

Фактично, регуляторний компонент розвитку експорту реалізується на практиці передусім у двох площинах: по-перше, це експортний контроль; по-друге, – стимулювання або підтримка, або вдосконалення експорту. Оскільки експортний контроль виконує переважно контролюючо-обмежувальну функцію більш вагомих вплив на розвиток експортного потенціалу здійснює стимулюючий компонент регулювання експорту.

Метою нашого дослідження є визначення напрямів подальшого державного стимулювання розвитку експортного потенціалу України, які забезпечуватимуть загальне зростання національної економіки в умовах вдосконалення глобальної торгової системи. Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені такі конкретні завдання:

- дослідити теоретичні засади розвитку й проаналізувати результати формування та реалізації національного експортного потенціалу України;
- виявити особливості стимулювання експор-

ту провідних світових експортерів країн-членів СОТ;

- надати рекомендації щодо напрямів стимулювання розвитку українського експортного потенціалу.

Під час виконання поставлених завдань автором були застосовні наступні методи дослідження: структурно-факторний, якісний та кількісний аналіз, метод наукової абстракції, синтезу, дедукції та індукції, метод поєднання логічного та історичного підходів до вивчення економічних явищ тощо.

Виклад основного матеріалу. В умовах боротьби суб'єктів міжнародного бізнесу за обмежені ресурси та блага сучасної цивілізації ключовим питанням розвитку залишається конкурентоспроможність, яка пронизує всю господарську діяльність, як на корпоративному, так і на національному, а подекуди і наднаціональному рівнях. Не є виключенням й експорт: країни конкурують на зовнішніх ринках за право збувати свою продукцію з найбільш ефективним результатом та максимальною прибутковістю. У попередніх наших дослідженнях було діагностовано та описано термін «конкурентоспроможність експорту» як детерміновану міжнародною конкурентоспроможністю товарів та фірм здатність країни адекватно задовольняти потреби споживачів на цільових зовнішніх ринках, відповідаючи критеріям усталеності, ефективності, якості/інноваційності, доброчесності конкуренції. Крім того, нами запропонована система показників конкурентоспроможного експорту на національному та корпоративному рівнях. Так до показників конкурентоспроможного експорту за критерієм усталеності віднесено частка експорту країни на міжнародних ринках; зростання темпів експорту; розширення бази експортування; досягнення ефекту масштабу. До показників за критерієм ефективності належать зростання реальної заробітної плати в сфері експортування; позитивне сальдо балансу платіжних операцій; збільшення індексу «умови торгівлі». Показниками за критерієм якості/інноваційності визначено диверсифікація експорту країни; модернізація технологій та зростання кваліфікації кадрів; частка національної доданої вартості в структурі експорту; індекс концентрації експорту; індекс диверсифікації експорту. А показник індекс економічної свободи (особливо за критерієм «торговельна політика») покликаний оцінити національний експорт за критерієм доброчесності конкуренції [2, с. 163–224, 275].

Спроектвавши рівні конкурентоспроможності (товару, фірми, галузі та країни) на цикл відтворення світового продукту (виробництво,

розподіл, обмін і споживання), ми довели, що конкурентоспроможність експорту є певним проміжним рівнем конкурентоспроможності, який базується на товарній та фірмовій конкурентоспроможності й впливає на процес продажу товарів на зовнішніх ринках. Отже із дослідження випливає, що із трьох агрегованих компонентів конкурентоспроможності експорту двома є конкурентоспроможність: товару та фірми, а третій передбачає певну сукупність чи систему характеристик національного експорту, які забезпечують реалізацію товарів на закордонних ринках з максимальною вигодою для економіки країни.

Аналіз публікацій, присвячених тематиці регулювання та управління експортом дає нам можливість стверджувати, що цим третім агрегованим компонентом конкурентоспроможного експорту є експортний потенціал. Цей висновок базується на результатах досліджень вітчизняних та російських науковців (див. вище), присвячених економічному, виробничому та експортному потенціалу. Аналіз підходів до визначення категорій економічного потенціалу, запропонованих зазначеними авторами дає нам змогу говорити, що експортний потенціал разом із потенціалом внутрішнього ринку є надбудовним компонентом економічного потенціалу, який базується на виробничому та відображає розвиток споживання економіки.

В одній з останніх публікацій, присвячених проблемі експортного потенціалу [3, с. 221–229], на нашу думку, дуже вдало зроблене узагальнення щодо структурування економічного потенціалу на два агрегованих компонента: виробництво та реалізація (споживання). Проведене автором дослідження аргументовано доводить, що спроможність країни, галузі чи фірми виробляти товари та послуги не є достатнім фактором гармонійного, стратегічно орієнтованого розвитку економіки в глобалізованому світі. Здатність виробляти конкурентоспроможний товар має підкріплюватися, а краще підсилюватися спроможністю споживати, а відтак реалізувати цей товар. Слідуючи цій логіці, автор показує ланцюг агрегованих компонентів економічного потенціалу, який ми, доопрацювавши, пропонуємо у вигляді схеми, представленої на рис. 1.

Враховуючи наведені аргументи, ми пропонуємо таке визначення експортного потенціалу, як спроможність економіки (національної, галузевої, корпоративної) забезпечувати зростання власної конкурентоспроможності в результаті збільшення споживання виробленої нею продукції шляхом її реалізації за кордоном. З огляду на це стає чітко зрозумілою роль экс-

портного потенціалу як економічної категорії. Так експортний потенціал є, по-перше, інструментом підвищення конкурентоспроможності національного експорту; по-друге, агрегованим компонентом економічного потенціалу, реалізація якого є базовим завданням управління

національною економікою орієнтованою на довгострокову конкурентоспроможність в умовах турбулентності зовнішнього середовища; по-третє, об'єктом експортної стратегії, на який направлені основні заходи розроблені з метою виконання довгострокових цілей тощо.

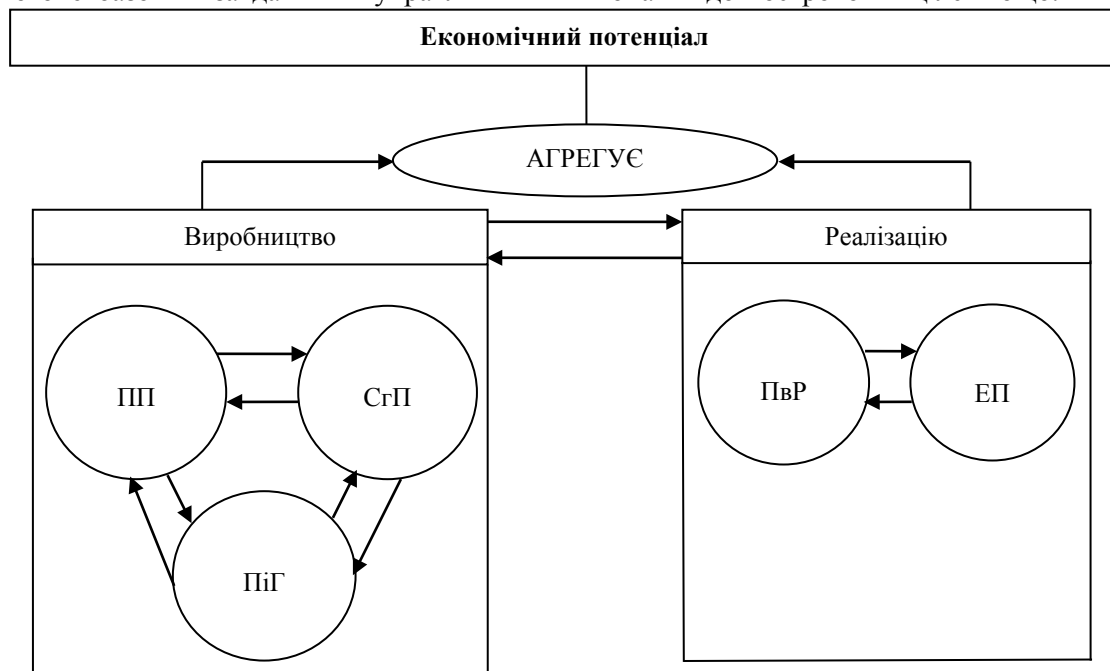


Рис. 1. Структура національного експортного потенціалу (розроблено авторами на основі роботи Т. Мельник [3, с. 223], де: ПП – промисловий потенціал; СгП – сільськогосподарський потенціал; ПіГ – потенціал інших галузей, наприклад, сфери послуг чи інноваційної сфери, залежить від особливостей структури економіки; ПвР – Потенціал внутрішнього ринку; ЕП – експортний потенціал; стрілками позначено кластери взаємозалежності агрегованих компонентів.

Одним із проміжних висновків Т. Мельник стосовно категорій економічного, виробничого, промислового, експортного тощо потенціалу стала ідентифікація відсутності аналогічних термінів у західній літературі. Така ситуація, на нашу думку, обумовлена схильністю американських та західноєвропейських дослідників використовувати в якості агрегованого інструмента категорію конкурентоспроможності, зокрема експорту.

На нашу думку, кількісна оцінка експортного потенціалу дає можливість визначити характер державних інструментів управління з точки зору переорієнтування географічної складової експортного потенціалу (як правило предмет інтеграційної стратегії) та з точки зору його товарної реструктуризації (предмет експортної стратегії). Найбільш простою і поширеною методологією аналізу, яка дозволяє робити висновки щодо якості реалізації національного експортного потенціалу, є кількісний та структурний аналіз розвитку країнового експорту у порівнянні з аналогічними світовими показниками та показниками країн-лідерів.

На початку кожного року збільшується кількість вітчизняних публікацій аналітичного

характеру, предметом яких є розвиток української зовнішньої торгівлі, зокрема експорту. Стосовно останнього, висновки авторів практично не змінюються протягом багатьох років: як правило фактичні та розрахункові показники виявляють суттєві дисбаланси реалізації національного експортного потенціалу. На сьогодні негативними є як кількісні показники розвитку українського експорту, так і показники розвитку його товарної та географічної структури. Очевидними для аналітиків є наступні проблеми.

1. Попри зростання абсолютних показників експорту, як по торгівлі товарами, так і по торгівлі послугами, суттєве підвищення темпів зростання обсягів імпорту призвели до значного негативного сальдо балансу торгових операцій. Такий дисбаланс є загрозливим з точки зору його впливу на валютний ринок країни, рівень державної заборгованості, платоспроможність населення, що негативно впливає на внутрішній попит та пригнічує дії, спрямовані на активізацію ендегенних факторів розвитку та розширення внутрішнього ринку.

2. Обсяги світової торгівлі товарами та послугами в останні 5 років знаходяться приблизно у такому співвідношенні 80% до 20%, при

цьому в структурі вітчизняного експорту частка послуг не перевищує 15% (14,9% у 2008 році) (розраховано за даними [1]), що свідчить про низьку конкурентоспроможність сектору та його експорту.

3. Традиційним є превалювання в структурі експорту послуг транспортної складової (65,2% у 2008 році), що аж ніяк не відповідає сучасним уявленням про конкурентоспроможність та відповідність експортного потенціалу інтересам суспільства адже транспортні послуги характеризуються негативним впливом на екологію та низькою часткою доданої вартості порівняно з іншими видами послуг.

4. Також негативною традицією для нашої країни є збереження на провідних позиціях в товарній структурі експорту чорних металів та продукції хімічної промисловості (табл. 1).

Найгіршим структурним явищем розвитку експорту є те, що частка машин та обладнання за період незалежного розвитку України поступово і невинно зменшилась з 18,2% до теперішніх 9,47%, при цьому ми вже не входимо в коло країн, які здатні виробляти всю номенклатуру машинобудівної продукції (США, Японія, Російська Федерація, Німеччині, Великобританія та Франція), як це було наприкінці 90-х. Втішає хіба факт нашого представництва в також досить вузькому колі країн, які можуть в значній мірі виробляти всю номенклатуру машинобудівної продукції: Китай, Канада, Італія, Україна, а більшість інших розвинутих країн та нових індустріальних країн спеціалізуються на виготовленні окремих видів машинобудівної продукції, з якими вони виходять на світовий ринок [4].

Таблиця 1.

Товарна структура світового та українського експорту.

Групи товарів	Частка у структурі експорту*	
	Світ, %	Україна, %
Всі товари	100	100
Недорогоцінні метали та вироби (чорні метали)	3,5	34
Мінеральні продукти	19,5	10,5
Продукція хімічної промисловості	10,9	7,5
Машини та обладнання	31,9	9,47
Інші товари**	34,2	38,53

* дані по світу надані за 2007 р. [5], а по Україні за 2008 р. [1]

** с/г продукція, текстиль, одяг, інші споживчі товари, продукція деревообробної промисловості тощо

5. Невтішною є й динаміка географічної структури товарного експорту. За період з 2003 по 2009 рр. частка країн Європи зменшилась з майже 40% до 29%, натомість частка країн СНД зросла з 26% до 36%, що в умовах високої імпортозалежності від Росії створює додаткові загрози національній безпеці. Збільшення частки країн Азії та Африки можна назвати позитивним фактором з точки зору диверсифікації експортних потоків, проте це зростання є досить малим, крім того ринки цих континентів характеризуються значно меншою ємністю.

Не існує єдиної успішної політики стимулювання експорту. Країни використовують різні стратегії щодо державного заохочення свого експорту. Багато в чому це залежить від стану економіки країни, етапу розвитку, на якому вона знаходиться, загальної економічної та політичної ситуації у світі [6, с. 22]. Аналіз світового досвіду показує, що стимулювання експорту відбувається двома основними методами: 1) через формування сприятливого макроекономічного клімату; 2) через створення для виробників і експортерів необхідних стимулів до експорту. Перший шлях є, безумовно, більш привабливим, оскільки він відповідає практиці країн з ринковою економікою і абсолютно не

суперечить нормам СОТ. Заходи щодо стимулювання експорту також широко застосовуються як на державному рівні, так і в рамках регіональних утворень [6, с. 23], проте основний інструмент такого стимулювання – експортні субсидії є забороненими для країн-членів СОТ, як такі, що суперечать принципу «справедливої конкуренції».

Останнім часом ряд розвинених держав зосередили свою увагу не на програмах стимулювання експорту, а на його вдосконаленні [7]. Цим самим вони відреагували на розширення лібералізації правил зовнішньої торгівлі та зростання конкуренції з боку іноземних товарів. Удосконалення експорту відрізняється від стимулювання експорту тим, що воно націлене на виробництво нових експортних товарів та/або проникнення на нові ринки, які раніше були недоступні. Ціль діяльності по удосконаленню експорту полягає в тому, щоб визначити існуючі можливості та стимулювати створення сучасних фірм та засобів виробництва для задоволення попиту на нову продукцію, яка з'являється на міжнародному ринку. Такі дії, на нашу думку, є більш доцільними, як з точки зору ефективності використання бюджетних коштів, так і з точки зору стратегічної орієнтації

та членства у СОТ.

Досвід таких країн-експортерів, як США, Канада, Франція тощо, показує, що держава здійснює дворівневий вплив стимулюючого характеру на експортерів: по-перше, на великих виробників та ТНК зорієнтовані лише заходи, які формують сприятливий макроекономічний клімат для здійснення експортного виробництва; по-друге, для стимулювання експорту малих та середніх фірм створюються державні органи, перед якими ставляться завдання зі здійснення кредитної, страхової, інформаційної, консультативної, дослідницької та іншої аутсорсингової допомоги. Японія, натомість, традиційно стимулює виробників до укрупнення та консолідації під час здійснення експортних операцій, крім того, в країні не застосовуються експортні субсидії, а основним інструментом державної підтримки є надання інформаційних та консультаційних послуг [8, с. 51–55; 9, с. 559].

Корисним у теоретичному і практичному плані є вивчення досвіду стимулювання експорту «азійських тигрів» (Тайвань, Сінгапур, Гонконг і Південна Корея), які з закритих країн, пройшовши через етапи імпортозаміщення та експортоорієнтації, перетворилися на повноправних учасників світового торговельного співтовариства з досить високим рівнем лібералізації. Основними чинниками успіху політики експортоорієнтації країн цієї групи, на нашу думку, стали: по-перше, вдалий вибір галузей економіки, який вони почали орієнтувати на експорт; по-друге, ефективні програми стимулювання експорту, які передбачали: першочергове фінансування проєктів, спрямованих на створення експортних товарів; кредити під експортні операції; пільгове оподаткування експортерів з пониженням ставок за користування енергоресурсами; прискорення амортизації та інші заходи (в Південній Кореї нараховувалося приблизно 39 різних заходів стимулювання експорту); по-третє, підвищена увага до прикладних наук, пов'язаних з випуском експортної продукції (витрати Кореї тільки на освітні програми склали 9000 млн. доларів США [8]); по-четверте, проведення паралельних процесів лібералізації імпорту, що забезпечило позитивний імідж країн та трансфер технологій тощо. Крім того, в країнах широко використовували практику державної підтримки у створенні крупних торговельних компаній, які почали допомагати малим підприємствам у здійсненні експортної діяльності. При цьому, досвід Південної Кореї по застосуванню прямого субсидування експорту був абсолютно невдалим, після чого в країні з 1997 року повністю відмовилися від програм державного субсидування.

Вивчення досвіду зазначених вище країн, а також КНР, Польщі, ЄС, Росії тощо, дозволяє нам стверджувати, що сучасні інструменти стимулювання, вдосконалення і підтримки експорту можна поділити на такі групи: політико-дипломатичні, інформаційно-аналітичні та фінансово-економічні. При цьому спостерігаються наступні тенденції:

- *по-перше*, серед фінансових інструментів зменшується частка застосування прямого субсидування, за винятком сільського господарства, а зростає частка кредитування, страхування і гарантування експорту, що пов'язано як з політикою СОТ, так і з практичним усвідомленням неефективності субсидування;
- *по-друге*, зростає значення інформаційно-аналітичної підтримки експортерів, що відповідає сучасним тенденціям розвитку інформаційних технологій в умовах турбулентності зовнішнього середовища та використання політико-дипломатичних інструментів, що відображає тенденцію набуття національними торговими політиками ознак конвенційності;
- *по-третє*, політико-дипломатичні інструменти поділяються на зовнішньоорієнтовані і внутрішньоорієнтовані; перші використовуються на міжнародній арені у процесах ведення торговельних переговорів, вирішення конфліктів чи ведення торгових війн і можуть бути агресивними, помірними та захисними; останні покликані забезпечувати ефективну співпрацю об'єктів та суб'єктів зовнішньоторговельного управління на всіх рівнях його здійснення;
- *по-четверте*, характерною особливістю підтримки національного експорту на даному етапі розвитку міжнародної торгівлі є урядова підтримка різних форм об'єднань та укрупнень експортерів, що пояснюється зростанням «ваги» та ролі ТНК на світовій арені.

В Україні програми по вдосконаленню експортного потенціалу мають стати важливим чинником формування нового конкурентного суспільства, а це, відповідно до теорії Стефана Гареллі [10], передбачає для держави такі три зовнішньоекономічні стратегічні орієнтири:

- 1) підтримування рівноваги між «глобальною» та «місцевою» економікою;
- 2) забезпечення наступальної поведінки країни на міжнародних ринках;
- 3) залучення на внутрішній ринок іноземних компаній, що виробляють продукцію з високою часткою доданої вартості.

Перший орієнтир, на нашу думку, передбачає комплекс державних завдань, методів та ін-

струментів, покликаних унеможливити дисбаланси, пов'язані з надмірною орієнтацією національних виробників на внутрішній чи глобальний ринок. Як правило, у цьому контексті експорторієнтовані галузі мають піддаватися певному контролю, який здійснюватиметься задля забезпечення продажу за кордоном лише тих товарів, попит на які у власній країні задовольнений повністю. Натомість галузі, орієнтовані передусім на внутрішній ринок, мають бути готовими до конкуренції з іноземними виробниками і завданням держави в цій площині є забезпечення їх максимально можливою підтримкою, яка проте не передбачає тотального захисту.

Другий орієнтир передбачає комплекс державних завдань, методів та інструментів, покликаних забезпечити відповідність експорту критеріям конкурентоспроможності: усталеності, ефективності, якості/інноваційності, добросовісності конкуренції. При чому, ці завдання, методи та інструменти повинні враховуватись не лише в експортній політиці, а й в інших державних програмах розвитку: промисловій, валютно-кредитній, інтеграційній, інноваційній тощо. Ключовим завданням держави є створення внутрішньоекономічного клімату, за якого буде здійснюватись поступове переливання надлишкових капіталів із традиційних галузей, які виробляють товари з низькою часткою доданої вартості, в галузі нової економіки головними ресурсами яких є інформація, людина та знання. Крім того, вкрай важливого значення в умовах прискорення глобалізаційних процесів набуває державна інтеграційна політика, спрямована на покращення іміджу країни, нарощування її світової значимості і залучення конкурентних переваг ззовні. До прикладу, в нашому макрорегіоні діє п'ять найбільших торгово-економічних організацій: ЄС, Європейська Асоціація вільної торгівлі, Центральноевропейський договір, СНД та Асоціація Чорноморської економічної співпраці – відповідно, завданням для України має бути максимальний ступінь участі у їх діяльності.

Третій орієнтир формує завдання для державних програм, спрямованих на залучення прямих іноземних інвестицій. У цьому контексті, на нашу думку, варто враховувати наступні твердження:

- 1) стратегічний іноземний інвестор приходить в Україну не для того, щоб задовольняти потреби виключно вітчизняних споживачів, оскільки їх попит не підкріплений реальною платоспроможністю;
- 2) реальними чинниками іноземного інвестування в Україну є експортний потенціал нашої економіки та її ресурсна забезпеченість;

3) критеріями ефективного іноземного інвестування в Україну доцільно вважати трансферт технологій (виробничих, інформаційних, управлінських), побудова підприємств, продукція яких характеризується високою часткою доданої вартості, стратегічна орієнтованість тощо.

З урахуванням, з одного боку, ключових світогосподарських тенденцій, а з іншого, – умов, проблем і особливостей розвитку української економіки, стратегічними цілями торговельної політики мають стати:

- системна інтеграція у світове господарство із забезпеченням реальної міжнародної конкурентоспроможності;
- ефективна міжнародна спеціалізація, скоординована із внутрішньою структурною модернізацією та орієнтована на доступні прогресуючі сегменти світового ринку;
- спрямована на ліквідацію монопольної чи моносонної залежності від окремих зарубіжних ринків міжнародна диверсифікація;
- становлення власних транснаціональних економічних структур з глобальним менеджментом;
- інтеграційна макровзаємодія із СНД, Європейським Союзом, Центральними і Східноєвропейськими угрупованнями країн;
- забезпечення належного рівня економічної безпеки з дійовими механізмами захисту від несприятливих змін міжнародної кон'юнктури та фінансових криз.

Розглянутий вище зарубіжний досвід стимулювання експорту доцільно використовувати при формуванні власної системи стимулювання розвитку експорту і забезпечення експортної безпеки в Україні.

Тому вітчизняна практика просування і стимулювання експорту має передбачати застосування наступних важелів: політико-дипломатичних, інформаційно-аналітичних та фінансово-економічних.

Політико-дипломатичні заходи мають включати удосконалення роботи торговельно-економічних місій; створення мережі торговельних представництв підприємств, комерційних агентів, виставкових центрів та інших структур за кордоном; організацію ефективної системи сертифікації експортної продукції; активізацію наукових досліджень у зовнішньоекономічній сфері; підготовку кваліфікованих кадрів для діяльності в зовнішньоекономічній сфері; створення та підтримку об'єднань експортерів, координацію їхньої діяльності на зовнішніх ринках; формування ефективної інфраструктури збуту товарів і послуг за кордоном, яка відповідала б світовим стандартам і забезпечувала

швидке освоєння українськими товаровиробниками нових зовнішніх ринків; підвищення ролі закордонних представництв у дипломатичній підтримці важливих експортних операцій, попередніх маркетингових досліджень, зарубіжних виставок, ярмарок тощо; проведення інвентаризації договірно-правової бази та стану виконання довготермінових угод про торговельно-економічне співробітництво; приведення вітчизняного законодавства у відповідність з вимогами ГАТТ/СОТ; вдосконалення правової бази розвитку експортної діяльності.

Важливими *інформаційно-аналітичними заходами* мають стати налагодження широкої інформаційної системи у сфері зовнішньої торгівлі для задоволення потреб експортерів; здійсненні ефективного державного контролю за зовнішньоекономічними операціями з метою попередження зловживань; зборі інформації щодо ділової репутації та фінансового стану учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Серед *фінансово-економічних заходів* доцільно використовувати наступні: активізацію інвестиційної діяльності з метою підтримки конкурентоспроможних проектів; сприяння подальшій активізації експортної діяльності у тих секторах економіки, де вже створено конкурентні переваги на світовому ринку; накопичення матеріальних і фінансових ресурсів для освоєння нових технологій та реалізації перспективних інвестиційних проектів; широкомасштабну диверсифікацію наукоємних виробництв; страхування експортних кредитів від комерційних та політичних ризиків; надання урядом гарантій щодо залучення кредитних ресурсів у експортоорієнтовані виробництва та запровадження спеціальної системи кредитування їхніх обігових коштів; надання державної фінансової підтримки експортерам промислової продукції; податкове заохочення експортерів (повернення податку на додану вартість у разі експорту продукції тощо); митно-тарифне стимулювання.

Результати проведеного дослідження дозволили дійти таких **висновків** теоретичного та практичного характеру.

1. Головним завданням національної експортної стратегії є не підтримка експортоорієнтованих галузей чи підприємств, а розвиток експортного потенціалу з подальшою переорієнтацією його на високотехнологічні галузі та товари з максимально високою часткою доданої вартості. Дійсний експортний потенціал України не може виконувати функцію джерела економічного розвитку нашого суспільства, оскільки він, з одного боку, не забезпечує достатнього рівня конкурентоспроможності експорту, а з іншого, – все частіше стає засобом

вивимання ресурсного потенціалу країни. Відтак перед державним апаратом та суспільством в цілому стоїть очевидна мета, яку можна брати за основу при розробці нової експортної макростратегії: формування експортного потенціалу, орієнтованого на постійне самовдосконалення та забезпечення максимального позитивного довгострокового ефекту від продажу за кордоном товарів та послуг, вироблених в Україні.

2. Вивчення досвіду трьох груп країн: країни Тріади (США, Канада, Японія, ЄС, Франція), нових світових лідерів (Китай, «азійські тигри») та транзитних економік (Польща, Росія) показало, що активне використання інструментів стимулювання експорту є одним з найважливіших чинників підвищення його конкурентоспроможності і сприяє економічному зростанню країни. Так, фінансові інструменти стимулювання та інструменти інформаційно-аналітичної підтримки спрямовані на підвищення ефективності, якості/інноваційності та усталеності експорту, а інструменти політико-дипломатичної підтримки покликані сприяти усталеності та добросовісності конкуренції. Крім того, державне сприяння укрупненню експортерів, хоч певним чином суперечить критерію добросовісності конкуренції, все ж сприяє досягненню трьох інших критеріїв конкурентоспроможності.

3. Новітні напрями стимулювання розвитку експортного потенціалу України мають ґрунтуватися на використанні найкращих здобутків національної моделі управління експортом, адаптації найгармонічніших інструментів, що застосовуються країнами-лідерами глобальної торгової системи та орієнтуватися на товарну та географічну диверсифікацію із забезпеченням усталеності та ефективності як на традиційних, так і нових для України ринках експортування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційні дані Держкомстату України – 2004–2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія : у 2 т. – Т. 1 / [Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.] ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2006. – 816 с.
3. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Тетяна Мельник // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 8–9. – С. 221–244.
4. Єфіменко Н. А. Управління процесами відтворення машинобудування : монографія / Н. А. Єфіменко. – Черкаси : Вид-во ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2007. – 376 с.

5. Annual world trade report 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.wto.org>.
6. Николаева Л. Стимулирование экспорта: причины и стратегии / Л. Николаева // Международная экономика. – 2008. – № 10. – С. 156–162.
7. Введение в технологию стимулирования экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.unescap.org/tid/publication/tipud2107_chap7_rus.pdf.
8. Опыт стран-членов ВТО по защите национальных интересов на внутреннем и внешнем рынках // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 8. – С. 12–121.
9. Kotabe Masaaki, Helsen Kristian. Global Marketing Management / Kotabe Masaaki, Helsen Kristian. – NY. : John Wiley & Sons. Inc. (Second Edition), 2001. – 741 p.
10. Гарелли С. О двух типах экономики: Менеджмент / С. Гарелли ; [пер. с англ.]. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. – 466 с.