

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ ЗАДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

О.В. Баула¹, В.Я. Голюк²

¹ Луцький національний технічний університет, baula_olena@i.ua

² Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», tavika@ukr.net

Для окреслення стратегічних пріоритетів розвитку зовнішньої торгівлі України, необхідно перш за все звернути увагу на негативні чинники, які прямо чи опосередковано впливають на її розвиток:

1. Відносно низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів та послуг. Продукція вітчизняних товаровиробників енергомістка через зношування основних засобів та застарілі технології. На 1 дол. США ВВП Україна витрачає в 5,5 рази більше енергоресурсів ніж країни Центральної Європи [1]. В результаті кінцева продукція України має високу собівартість. Тому й не дивно, що ціни на окремі види української продукції на 30 – 70 % перевищують ціни на міжнародних ринках.

2. Недостатня розвиненість базових інститутів ринкової економіки. Українським експортерам непросто конкурувати на зовнішніх ринках в умовах невизначеності щодо прав власності і правил ведення бізнесу [2].

3. Недостатня розвиненість ринкової інфраструктури підтримки експорту – відсутність надійних та ефективних систем фінансування і страхування експорту, дієвих механізмів просування товарів на міжнародні ринки.

Негативні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України зумовлені передусім низькими темпами внутрішніх трансформаційних процесів. В умовах жорсткої конкуренції на світових ринках збільшується рівень відставання України від промислово розвинених країн [3].

Для успішного просування України на міжнародні ринки необхідне суттєве коригування зовнішньоторговельної політики, яке доцільно здійснювати за наступними стратегічними напрямками [2; 4]:

— визначитися з галузевими пріоритетами експортної діяльності і надавати дієву державну підтримку саме тим українським підприємствам, чиї товари мають експортний потенціал на світовому ринку;

— визначити перелік країн, які можуть претендувати на роль стратегічних партнерів України. Вітчизняні підприємства повинні зосередити свої експортні зусилля на найбільш перспективних географічних напрямках;

— підвищити рівень захисту інформації та прав вітчизняних виробників;

— удосконалити менеджмент і маркетингове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності;

— розробити систему показників і стандартів якості, що будуть стимулювати організацію та розвиток сучасного виробництва [2].

Стратегічним напрямком державного регулювання зовнішньоекономічної сфери є проведення експортоорієнтованої політики підприємств, а саме: оптимізацію структури експорту, розширення асортименту товарів та послуг, підвищення частки високотехнологічної продукції в загальному обсязі, пошук нових ринків збуту.

Першочергові протекціоністські заходи з підтримки експорту продукції українських товаровиробників доцільно реалізувати в напрямках зображених на рис. 1.

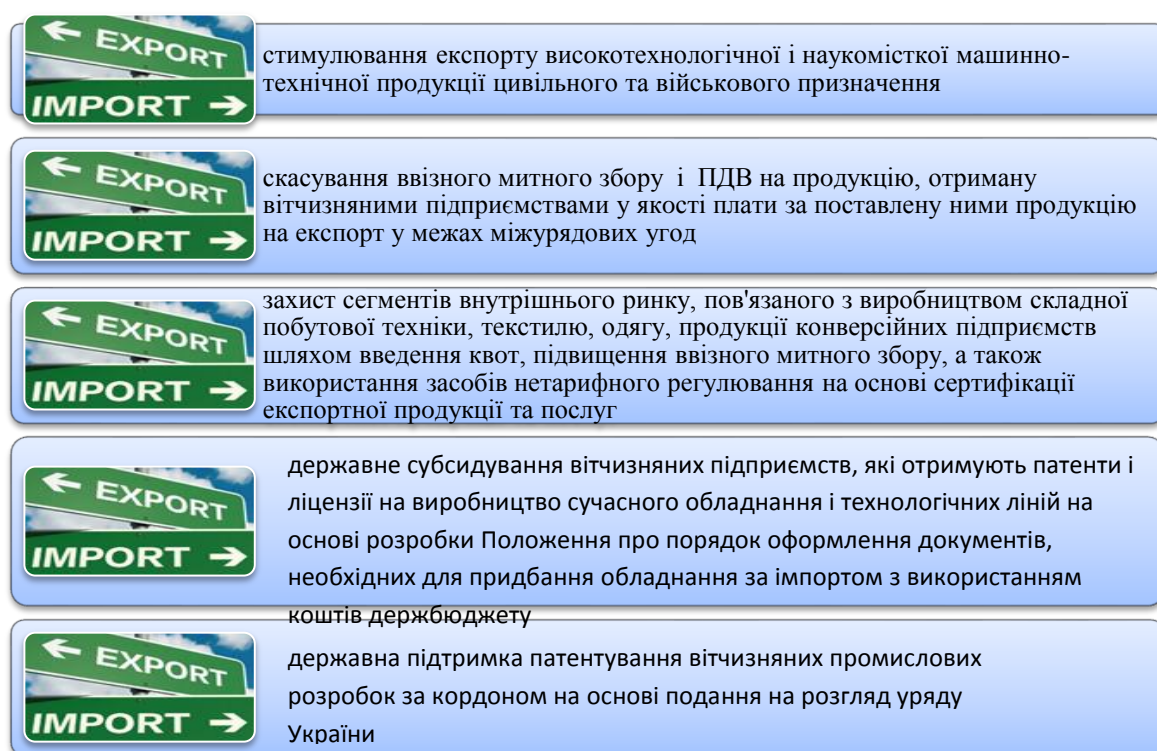


Рисунок – Заходи з підтримки експорту продукції вітчизняних товаровиробників [5]

Державне регулювання зовнішньої торгівлі України повинно враховувати не тільки сучасні тенденції нерівномірності міжнародних інтеграційних процесів і посилення міжнародної конкуренції, а й властиві трансформаційній економіці особливості взаємозв'язку між економічним зростанням, лібералізацією зовнішньої торгівлі та інституалізацією зовнішньоторговельної політики. Методи державного регулювання засновані на поступовій лібералізації зовнішньої торгівлі з послідовним скороченням адміністративних обмежень і їхнього заміщення ринковими інструментами регулювання при адекватних засобах державного контролю.

Концептуальними напрямками зміцнення позицій України на світовому ринку є диверсифікація експорту послуг, стимулювання розвитку сектору високотехнологічних послуг, розвиток транзитного потенціалу країни, розвиток експорту туристичних послуг і створення інституційного середовища розвитку ринку послуг. Для досягнення максимальних вигід від участі в світовій торгівлі послугами необхідна комплексна програма розвитку даного ринку в Україні з переорієнтацією на наукомісткі галузі та державна підтримка вітчизняних виробників, особливо телекомунікаційних, інформаційних, ділових та комп'ютерних послуг. Крім того, важливими постають питання модернізації систем науки і освіти відповідно до нових вимог економіки і суспільства. Під час реформування сфери послуг національної економіки слід враховувати зону природної конкурентоспроможності України – європейського статусу країни, надання транзитних послуг в галузі транспорту та зв'язку, розвиток туризму, забезпечення комерційної діяльності нерезидентів на території України. Диверсифікація географії всіх видів українського експорту послуг вимагає більш активних дій у зміцненні своїх позицій на ринках європейських країн. В той же час, важливою є інтенсифікація торгівлі з країнами далекого зарубіжжя по високотехнологічним видам послуг, розвиток потенціалу у експорті транспортних та туристичних послуг.

Отже, зовнішня торгівля товарами і послугами відіграє важливу роль у формуванні ВВП країни, забезпечення сталого розвитку економіки України. Відтак, заходи щодо її модернізації посідають важливе місце у системі заходів щодо подолання кризових явищ та посткризового відновлення економіки. Місце експорту у формуванні економічної динаміки є значним, а отже, він

має перетворитися на чинник структурної перебудови вже у коротко– та середньостроковій перспективах.

Список використаних джерел:

1. Далик В.П. Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку / В.П. Далик, Н.І. Дуляба // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/7_1_2016ua/31.pdf
2. Сидяга Б. Проблеми розвитку торговельного потенціалу України / Б. Сидяга // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 1 (10). – С. 250–256. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14sbvtpu.pdf>.
3. Носирев О.О. Зовнішня торгівля України з країнами ЄС: проблеми та напрями оптимізації / О.О. Носирев // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2011. – Вип. 18. – С. 81–88.
4. Панченко Ю. Зовнішня торгівля регіонів: кілька тривожних сигналів для України // Європейська правда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/09/9/7054154/>.
5. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2015. – № 23. – С. 49–59. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>.