

УДК 339.92

Зарицька Н.С.

*аспірант кафедри міжнародного обліку і аудиту  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

## СУЧАСНИЙ РІВЕНЬ ТА ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА США

Статтю присвячено аналізу українсько-американських торговельних відносин, які репрезентують нині важливу складову частину зовнішньоекономічної діяльності двох країн. Досліджено потенційні можливості та сучасний стан торговельного співробітництва України та США. Визначено шляхи підвищення ефективності торговельної співпраці України та США.

**Ключові слова:** інвестиційне співробітництво, експортний потенціал, міждержавне співробітництво, зовнішньоекономічна діяльність.

### **Зарицкая Н.С. СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТОРГОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ И США**

Статья посвящена анализу украинско-американских торговых отношений, которые представляют собой важную составляющую внешнеэкономической деятельности двух стран. Исследованы потенциальные возможности и современное состояние торгового сотрудничества Украины и США. Определены пути повышения эффективности торгового сотрудничества Украины и США.

**Ключевые слова:** инвестиционное сотрудничество, экспортный потенциал, межгосударственное сотрудничество, внешнеэкономическая деятельность.

### **Zarytska N.S. CURRENT LEVEL AND POTENTIAL CAPACITY FOR UKRAINE AND USA TRADE COOPERATION**

The article analyzes the Ukrainian-US trade relations, which now represent an important part of foreign trade of the two countries. The article explored the potential and current state of trade cooperation between Ukraine and the USA. Identified the ways to improve trade cooperation between Ukraine and the USA.

**Keywords:** invest cooperation, export potential, intergovernmental cooperation, foreign economic activity.

**Постановка проблеми.** Процес відтворення глобального суспільного продукту реалізується нині через розгалужену і диверсифіковану систему господарських зв'язків, що формують єдине складне «павутиння» міжнародної економічної діяльності компаній і різного роду бізнес-структур, галузей і секторів національних економік, а також територій, регіонів і окремих міст. Загальновідомо, що будь-яке торговельне співробітництво між суб'єктами господарювання на міжнародному рівні завжди базується на двох началах: по-перше, його об'єктивній необхідності; по-друге, взаємній зацікавленості сторін у його реалізації через наявність конкретних економічних вигод. Таким чином, чисельні господарські зв'язки і взаємозалежності між країнами і регіонами, будучи матеріальною основою сучасних процесів міжнародного обміну, у той чи інший спосіб завжди замикаються на міжнародному ринку і зовнішній торгівлі. Остання втілює в собі всю розгалужену сферу обміну результатами національного виробництва у масштабі світового господарства, їх реалізації і споживання на інтернаціональному рівні, а також сукупність відносин товарного і грошового обміну та свободи конкуренції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Багато робіт вітчизняних та зарубіжних учених (О. Бабаніна, Т. Гаряньської, В. Мовчан та ін.) присвячено питанням зовнішньоекономічної співпраці США з іншими країнами.

**Мета статті** полягає у детальному аналізі сучасного стану зовнішньоторговельного співробітництва України та США.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Характеризуючи фінансово-економічні заходи забезпечення інтересів українських товаровиробників на американському ринку, слід відзначити, що політика державної підтримки експортерів, що реалізується в Україні впродовж останніх двадцяти років, є, на нашу думку, недостатньо ефективною та оптимальною, оскільки вона не сприяє підвищенню кон-

курентоспроможності вітчизняних товарів та послуг на світових ринках, розвитку та впровадженню у виробництво технологічних та інноваційних досягнень, розбудові ринкової інфраструктури.

У даному контексті слід відзначити, що в Україні тривалий час державна підтримка експорту розглядалася переважно як субсидування окремих галузей і виробників. Державні структури тривалий час здійснювали лобіювання пільг, преференцій та податкових «канікул» в інтересах наближених до влади представників великого приватного бізнесу, що значно вплинуло на формування незбалансованої товарно-географічної структури і зовнішньої торгівлі загалом та експорту зокрема. Цю ситуацію суттєво ускладнює той факт, що наша держава, не маючи власної Агенції з кредитування експорту (ЕКА), дотепер не набула рівноправного членства у Бернському Союзі (Berne Union). І хоча ще в 2011 р. Верховна Рада України ухвалила закон, який запроваджував основи державної фінансової підтримки в Україні, проте до нього було застосовано президентське вето. З того часу жодного законопроекту, пов'язаного зі створенням системи державної підтримки експорту, у Верховній Раді України не розглядалося [1, с. 54].

Усе це актуалізує розробку Програми розвитку українського експорту, що визначено в Дорожній карті та першочергових пріоритетах реалізації Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» [2]. Серед ефективних інструментів реалізації цієї програми, на нашу думку, особлива увага має приділятися впровадженню в Україні системи державної фінансової підтримки експорту у відповідності з міжнародними вимогами. Таким чином, першим етапом на шляху розбудови в Україні ефективної системи фінансової підтримки експортної діяльності за умов її асоційованого членства в ЄС має стати ухвалення на основі міжнародних вимог і правил рамкового закону щодо запровадження в Україні системи державної підтримки експорту, на підставі якого потрібно створити власну ЕКА та забез-

печити найближчим часом її ефективну інтеграцію у відповідні міжнародні інституції.

Значення цієї інституції важко переоцінити, оскільки, як свідчить світовий досвід, у комплексі фінансово-економічних заходів забезпечення інтересів українських товаровиробників на американському ринку найефективнішим є фінансове сприяння держави вітчизняним експортерам через реалізацію механізмів кредитування експорту; страхування експортних кредитів від комерційних та політичних ризиків; надання урядом гарантій щодо залучення кредитних ресурсів у експортоорієнтовані виробництва та запровадження системи ефективного кредитування їх оборотних коштів; надання державної підтримки експортерам промислової продукції, передусім тих галузей, де вже створено конкурентні переваги на світовому ринку, та ін.

Із подальшим розвитком фінансової підтримки вітчизняним експортерам доцільно активізувати інвестиційне співробітництво українських та американських суб'єктів господарювання за конкретними проектами виробництва конкурентоспроможної на зовнішніх ринках продукції; акумулювати фінансові ресурси як для освоєння нових технологій, так і для здійснення масштабної диверсифікації виробництва наукомісткої продукції; використовувати податкові та митно-тарифні важелі заохочення експортерів.

Реалізація експортного потенціалу України на ринку США вимагає також якісного поліпшення системи організаційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності. Воно має бути спрямоване на досягнення таких стратегічних цілей, як: всебічна підтримка національного економічного розвитку; розширення сегменту української продукції на американському ринку; забезпечення економічної безпеки нашої держави шляхом досягнення сприятливого торговельного режиму зі Сполученими Штатами та усунення будь-яких дискримінаційних обмежень для вітчизняних товарів та послуг; виявлення найбільш перспективних для українського експорту товарних ніш на ринку США; динамізація розвитку науково-технічного, торговельно-економічного, інвестиційного та інших видів міждержавного співробітництва; забезпечення доступу українських підприємств на американський ринок машин та обладнання, мінерально-сировинних ресурсів, капіталів, технологій та інформації, а також транспортних комунікацій в якості експортерів та імпортерів [3, с. 185].

Першочерговим завданням у цьому напрямі є інформаційно-аналітична підтримка її зовнішньоекономічної діяльності, яка, зокрема, повинна включати: налагодження ефективних мереж зовнішньоторговельної інформації та диверсифікацію діяльності інформаційно-консультативних служб у межах регіональних та зарубіжних представництв; моніторинг ринків товарів США та розроблення рекомендацій щодо нарощування експорту українських товарів; організацію ефективної системи обміну господарською інформацією між українськими та американськими суб'єктами господарювання; проведення рекламних, іміджевих, пропагандистських кампаній із метою популяризації розвитку економічних відносин з Україною; формування ефективної інфраструктури збуту товарів та послуг на американському ринку; сприяння реалізації перспективного плану участі українських суб'єктів господарювання у виставкових заходах, що проводяться у Сполучених Штатах, та ін.

З урахуванням того, що на сьогодні основним каналом просування українських товарів на зовнішні

ринки є торговельно-економічні місії України, які мають змогу збирати й обробляти первинну інформацію щодо попиту та пропозиції на окремих сегментах зарубіжних ринків, здійснення прориву України на американський ринок можливо за кардинального розширення присутності українських підприємств на них. Важливе місце у цьому процесі відводиться: наданню з боку торговельно-економічних місій допомоги українським суб'єктам підприємницької діяльності у просуванні вітчизняної продукції на американський ринок збуту, пошуку потенційних партнерів; проведенню у США масштабних презентаційних та торговельно-виставкових заходів з активізацією участі в них українських підприємств та фірм; створенню розгалуженої мережі торговельних представництв крупних компаній України у Сполучених Штатах; удосконаленню роботи українських торговельно-економічних місій. Саме ці напрями реалізації економічної дипломатії України відображено в Положенні про Міністерство закордонних справ України, затверджене Указом Президента України від 6 квітня 2011 р. № 381 [4].

У контексті сприяння вітчизняним експортерам у виході на американський ринок важко переоцінити значення такого організаційного механізму, як *ефективне використання можливостей Генералізованої системи преференцій США (Generalized System of Preferences, GSP)*. Так, за оцінками експертів, до серпня 2013 р. (коли закінчився строк чинності GSP) у рамках Генералізованої системи преференцій Україна щорічно експортувала до США товарів на суму від 70 до 200 млн. дол., у тому числі титан, пігменти та заготовки на основі діоксиду титану, галій, цукор та сировину для кондитерських виробів, м'яса, окремі види нафтопродуктів, карбід бору, феромарганець, алюміній, вироби з дерева, вентилятори, бурильні інструменти та обладнання, традиційні народні вироби, а також окремі види оптики та шкочоладної продукції [5].

Після дворічної перерви у червні 2015 р. Конгресом США було ухвалено закон «Про розширення торговельних преференцій» (*Trade Preferences Extension Act 2015*), згідно з яким наша держава отримала право до кінця 2017 р. безмитно ввозити на територію США понад 3 800 видів вітчизняних товарів хімічної, харчової, машинобудівної та меблевої промисловості. У зв'язку з цим першочергового значення набуває нині інформаційна кампанія Посольства України в США спільно з Міністерством економічного розвитку України, Торговельно-промисловою палатою України, Українським союзом промисловців і підприємців України, Американською торговельною палатою в Україні, Європейською бізнес-асоціацією та американською консалтинговою компанією Sandler Trade, LLC щодо якнайширшого інформування українських товаровиробників про можливості використання переваг Генералізованої системи преференцій США. Це суттєво підвищить конкурентоспроможність експортних товарів України на американському ринку та сприятиме нарощуванню експортних поставок вітчизняної продукції. Необхідною є й активізація зусиль Посольства України в США (через участь у неформальному «Альянсі країн ГСП») у напрямі отримання додаткових вивільнених продуктивних ніш після санаційного позбавлення Росії в кінці 2014 р. доступу до GSP як країни, що не відповідає критеріям цієї програми.

Крім того, необхідно є активна видавнича діяльність, фінансування публікацій матеріалів, каталогів, інформаційних бюлетенів для створення і функ-

ціонування публічної інформаційної системи, яка б давала оперативну інформацію про підприємницькі структури України та їх експортні можливості в режимі он-лайн. Так, на сьогодні активно працює у цьому напрямі Посольство України у США, яке з 2011 р. регулярно випускає електронний Інформаційний бюлетень з економічних питань [6], де представлено детальну оперативну інформацію щодо: основних тенденцій соціально-економічного розвитку США; поточного стану переговорів про утворення за участі США зон вільної торгівлі; ключових напрямів українсько-американського економічного та науково-технічного співробітництва; стану виконання проектів технічної допомоги та розширених програм кредитування України з боку США; проведення у Сполучених Штатах різноманітних ярмарків та виставкових заходів; економічного потенціалу американських штатів.

З огляду на це, функціональні компетенції Посольства України у Сполучених Штатах Америки мають бути доповнені функціями щодо: аналізу експортної конкурентоздатності США; виявлення потенційного політичного і соціального ризику, який може мати негативні наслідки для співробітництва українських і американських суб'єктів господарювання; розробки необхідних умов (стандартів), необхідних для вітчизняних компаній, що мають намір вийти і закріпитись на ринку США; проведення детальних практичних досліджень конкурентних умов, пов'язаних із реалізацією особливих проектів у США; надання послуг українським бізнесменам у сфері політичного сприяння на місцевому рівні або на рівні міністерств та глав держав, залучення зацікавлених сторін у співпраці приватних компаній та надання допомоги у започаткуванні ділових контактів з американськими компаніями; рекламне просування провідних українських компаній із використанням сучасних заходів піар-акцій та ін.

У ході розширення функцій Посольства України у США необхідно вирішити питання стосовно того, якій категорії українських компаній воно має надавати послуги у першу чергу. Як свідчить досвід економічної дипломатії України, за сприятливої кон'юнктури ринку великі вітчизняні компанії та промислово-фінансові групи, що мають потужні маркетингові служби та представництва за кордоном на кшталт «СКМ» та «Метінвест» Р. Ахметова, «Інтерпайп» В. Пінчука, «Fergexro» К. Жеваго та ін., надають перевагу вирішенню питань виходу на американський ринок без втручання вітчизняних посольств за кордоном. Таким чином, у подальшому Посольство України у США має приділяти особливу увагу наданню підтримки вітчизняним малим і середнім компаніям, котрі все ще не мають змоги утримувати у своєму складі потужні зовнішньоекономічні підрозділи або ж відкривати власні представництва за кордоном. На сьогодні такі представництва мають переважно лише авіаційні та морські компанії, а також деякі туристичні компанії [3, с. 191].

**Висновки.** Сучасне українсько-американське торговельне співробітництво має доволі суперечливий характер. Це виявляється в тому, що, незважаючи на позитивну динаміку міждержавної торгівлі і нарощування обсягів взаємного товарообороту, існують і такі диспропорції торговельних відносин, як: нестабільність та циклічний характер динаміки взаємної торгівлі, наростання дефіциту зовнішньоторговельного балансу України в торгівлі зі США, неефективність товарної структури міждержавних експортно-імпорتنних операцій та нееквівалентність товарного обміну між двома країнами. Україна в торгівлі зі США репрезентується переважно як держава з мало-перспективним із точки зору міжнародної спеціалізації виробництвом товарів, котрі характеризуються слабким динамізмом попиту і надлишковою пропозицією на глобальному ринку. Вітчизняні суб'єкти господарювання недостатньо мірою використовують можливості високотехнологічної моделі міжнародної конкурентоспроможності, а їх конкурентні позиції на американському ринку базуються, головним чином, на порівняльній перевагах низької вартості робочої сили та експорту низькотехнологічних товарів із невисоким рівнем доданої вартості. Це суттєво звужує можливості нашої держави щодо реалізації своїх національних економічних інтересів на американському ринку, гальмує темпи зростання національної економіки, суттєво погіршує умови торгівлі та виснажує вітчизняні фінансові ресурси.

Підбиваючи підсумок, слід відзначити, що вищезазначені заходи забезпечення інтересів українських товаровиробників на американському ринку дають змогу не лише підвищити ефективність торговельної співпраці України та США як важливої складової частини двосторонньої економічної взаємодії країн, а й досягти стратегічної мети – інтеграції України в глобальний економічний простір.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванова І.М. Державна підтримка експорту як інструмент захисту національних інтересів: досвід ЄС, СOT та уроки для України / І.М. Іванова // Стратегічна панорама. – 2015. – № 1. – С. 51–55.
2. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015 // Урядовий кур'єр. – 2015. – № 6.
3. Шульга А.В., Мусінко М.К. Розвиток інституційно-організаційних засад представлення економічних інтересів України за кордоном / А.В. Шульга, М.К. Мусінко // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія «Управління». – 2013. – Вип. 4. – С. 183–198.
4. Указ Президента України «Про Положення про Міністерство закордонних справ України» від 6 квітня 2011 р. № 381 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/381/2011>.
5. Генералізована система преференцій США / Посольство України у США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://usa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-us/trade/GSP+USA>.
6. Інформаційний бюлетень з економічних питань Відділу з економічних питань Посольства України в Сполучених Штатах Америки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://usa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-us/trade/bulletin>.