

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.11.98](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.98)

УДК 339.564:664(477)

*М. В. Замроз,
к. е. н., доцент кафедри менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*M. Zamroz
PhD in Economics, Associate Professor of Management Department
Ivan Franko National University of Lviv*

FEATURES OF FORMING THE EXPORT POTENTIAL OF THE UKRAINIAN FOOD INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

Визначено сутність категорії експортний потенціал та запропоновано визначення поняття «експортний потенціал харчової промисловості». Досліджено товарну і географічну структуру експорту продукції агропродовольчого комплексу і харчової промисловості України. Визначено рівень концентрації експорту харчової продукції для торгівлі з країнами Європейського Союзу. Проаналізовано динаміку внутрішньогалузевої торгівлі для торгівлі з країнами Європейського Союзу та за окремими товарними групами. Досліджено сучасний стан експортного потенціалу харчової промисловості та виявлено його загальні тенденції та внутрішні передумови. Визначено основні чинники, що стримують розвиток торгівлі аграрною та продукцією харчової промисловості на європейському ринку. Проаналізовано основні напрями державного впливу на підвищення рівня експортного потенціалу харчової промисловості України в умовах євроінтеграції, серед яких вдосконалення нормативно-правової бази з регулювання різних аспектів експортних операцій, активна діяльність держави із просування товарів вітчизняного аграрного експорту на зовнішні ринки, підвищення інституційної спроможності держави для підтримки українських експортерів, інформаційний супровід експортерів, методологічна підтримка експортної діяльності, організаційна та фінансова підтримка пріоритетних підгалузей харчової промисловості. Обґрунтовано вплив Експортного бренду України для просування українського експорту.

The essence of the export potential category is investigated and the definition of „export potential of the food industry” is proposed. The structure of the export potential in the country is determined. The commodity structure of food industry export and the agro-food sector of Ukraine to the countries of the European Union was investigated. The geographic structure of export of the agro-food products complex and food industry of Ukraine is analyzed and the main four regions of the European Union, such as Asia, Africa and the CIS are defined. The level of food export concentration for trade with the countries of the European Union is defined using the Hirschman index, which reflects the degree of country readiness to resist the turmoil on foreign markets. The dynamics of intra-industry trade for trade with the European Union countries and by separate

commodity groups is analyzed using the Grubel-Lloyd's index in order to substantiate the expediency of integration between trading partners. The present state of export potential of the food industry is investigated and its general tendencies and internal conditions are revealed. The main factors hindering the development of trade in agrarian and food products in the European market are determined. The main directions of the state influence on the increase of the export potential of the Ukrainian food industry in the conditions of European integration are analyzed, among which the improvement of the regulatory framework for the regulation of various aspects of export operations, the increasing activity of the state in promoting the goods of domestic agricultural exports to foreign markets, improving the institutional capacity of the state to support Ukrainian exporters, information support for exporters, methodological support for export activities, organizational and the financial support of the priority sub-sectors of the food industry based on the needs of the domestic market, as well as the trends in the growth of demand in the world food market. The influence of the Export brand of Ukraine to promote Ukrainian exports is substantiated.

Ключові слова: експортний потенціал; експорт; харчова промисловість; внутрішньогалузева торгівля; якість харчової продукції; експортний бренд.

Keywords: export potential; export; food industry; intra-industry trade; quality of food products; export brand.

Постановка проблеми. Позиції країни на світовому ринку харчової продукції знаходяться у прямій залежності від активності залучення її в систему міжнародних економічних відносин. Аби досягнути високих позицій у рейтингу провідних світових експортерів продовольства необхідно активно нарощувати свій експортний потенціал. В сучасних умовах господарювання, на вітчизняному ринку харчової продукції, активно нарощують діяльність потужні світові транснаціональні компанії, що зумовлює необхідність пошуку шляхів розвитку експортного потенціалу харчової промисловості національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та практичні аспекти особливостей аналізу, оцінки, формування й використання експортного потенціалу розглядалися у працях таких провідних українських вчених, як В. Байрак, Ю. Верланов, О. Дерев'яно, Я. Жаліло, О. Кириченко, Л. Кутідзе, Т. Мельник, В. Мовчан, Н. Навроцька, Т. Пепа, В. Рогов та багато інших. Незважаючи на значний науковий доробок, питання ефективного формування експортного потенціалу саме харчової промисловості України в умовах євроінтеграції залишається вивченим недостатньо, що робить актуальним подальше вивчення цієї проблематики.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження сучасного стану експортного потенціалу харчової промисловості, виявленні його тенденцій та джерел оновлення, також надання рекомендацій щодо формування механізму розвитку експортного потенціалу в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий досвід підтверджує, що найбільш дієвою та ефективною стратегією інтеграції економічної системи країни у світову економіку є поєднання структурної перебудови національної економіки з її орієнтацією на активне зростання експорту, тобто реалізація експортного потенціалу.

Так, Т. Пепа під експортним потенціалом розуміє частину виробничого потенціалу країни, результати розвитку якої реалізуються в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Тобто це здатність економіки відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені [3, с. 273]

Експортний потенціал, на думку В. Рогова, – це здатність національної економіки, її секторів, галузей, підприємств та компаній виробляти конкурентоспроможні на світовому ринку товари та послуги шляхом використання як порівняльних національних переваг (масштабні природні ресурси, сприятливі географічні, інфраструктурні та інші фактори, висока продуктивність праці тощо), так і нові конкурентні переваги, засновані на досягненнях науки та науково-технічного прогресу [2, с. 5].

О. Кириченко вважає, що експортний потенціал – це соціально-економічна категорія ринкової економіки, яка відбиває можливості галузі (підприємства) зберігати або збільшувати обсяг експорту в довгостроковій перспективі, використовуючи сукупність національних і зовнішніх чинників, що дають можливість ефективно конкурувати на світовому ринку [5, с. 66].

Під експортним потенціалом галузі (підприємства), на думку В. Байрак, слід розуміти її здатність до контролю максимально можливої для нього частки цільового ринку при визначених обмеженнях як внутрішнього, так і зовнішнього характеру [8, с. 5].

Отже, під експортним потенціалом харчової промисловості слід розуміти потенційний обсяг конкурентної харчової продукції, які харчова промисловість має або здатна створити і спроможна в довгостроковій перспективі реалізувати на зовнішніх ринках.

Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів — підприємство, галузь, регіон, національна економіка, угруповання кількох держав, які реалізують цей потенціал шляхом розвитку зовнішньої торгівлі, передусім експорту [7, с. 247]. 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.

На сьогодні, продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості займає провідне місце в українському експорті у ЄС. Структура експорту продукції АПК і харчової промисловості зображена у таблиці 1.

Таблиця 1.
Структура експорту продукції АПК і харчової промисловості

Категорія товарів	Експорт, тис. дол. США					у % до 2013 р.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Усього по країнах ЄС	16758614,8	17002906,8	13015209,7	13496283,2	17533403,9	104,6
I. Живі тварини; продукти тварин. походження, в т. ч.	55194,9	136966,7	163959,7	176305,6	282537,5	511,9
живі тварини	112,4	310,1	130,6	397,5	674,3	599,9
м'ясо та їстівні субпродукти	1156,2	51973,7	66507,4	70190,9	136406,5	11797,8
молоко та молочні продукти, яйця птиці; мед	41896,8	69424,3	84299,1	92401,5	120819,4	288,4
інші продукти тварин. походження	4802,7	6124,7	4410,1	4223,8	4462,4	92,9
II. Продукти рослин. походження, в т. ч.	3141076,4	2936270,8	2444656,1	2037567,7	3025442,7	96,3
овочі	22747,9	23915,4	11890,9	19955,7	35672,6	156,8
їстівні плоди та горіхи	82466,4	88905,0	87536,6	85190,0	139214,8	168,8
зернові культури	1722594,3	1805431,6	1625849,5	1278396,8	1709341,8	99,2
продукція борошномельно-круп'яної промисловості	8298,1	10204,5	14330,8	15759,2	18282,3	220,3
насіння і плоди олійних рослин	1248431,8	919003,2	645289,0	607027,7	1095171,6	87,7
III. Жири та олії тварин. або рослин. походження, в т. ч.	500502,9	792967,2	678335,7	1204266,8	1475659,4	294,8
IV. Готові харчові продукти, в т. ч.	781462,7	899322,9	762111,2	703422,5	865181,6	110,7
продукти з м'яса, риби	1900,4	3019,3	3961,3	6493,3	2858,9	150,4
цукор і кондитерські вироби з цукру	29170,4	20862,6	32912,3	53148,9	53223,1	182,5
готові продукти із зерна	26289,7	29598,6	39251,0	44573,0	96103,0	365,6
продукти переробки овочів	160955,8	157204,9	114146,7	78079,2	108792,6	67,6
залишки харчової промисловості	496988,0	605714,4	490584,0	439205,5	497482,7	100,1

Так, у 2017 р. обсяги експорту даної продукції до країн ЄС склали 32,2% від загального обсягу експорту, недорогоцінні метали та вироби з них – 21,4%, у т.ч. чорні метали та вироби з них – 20,2%, механічні та електричні машини – 14,2%.

Серед товарів АПК та харчової промисловості найбільша частка експорту припадала на зернові культури – 32% від загального обсягу товарів АПК (у т.ч. кукурудза – 25,1%, пшениця – 3,9%), жири та олії тваринного або рослинного походження – 27% (олія соняшникова – 23,6%), насіння і плоди олійних рослин – 20%. Структура експорту товарів АПК та харчової промисловості зображено на рисунку 1.

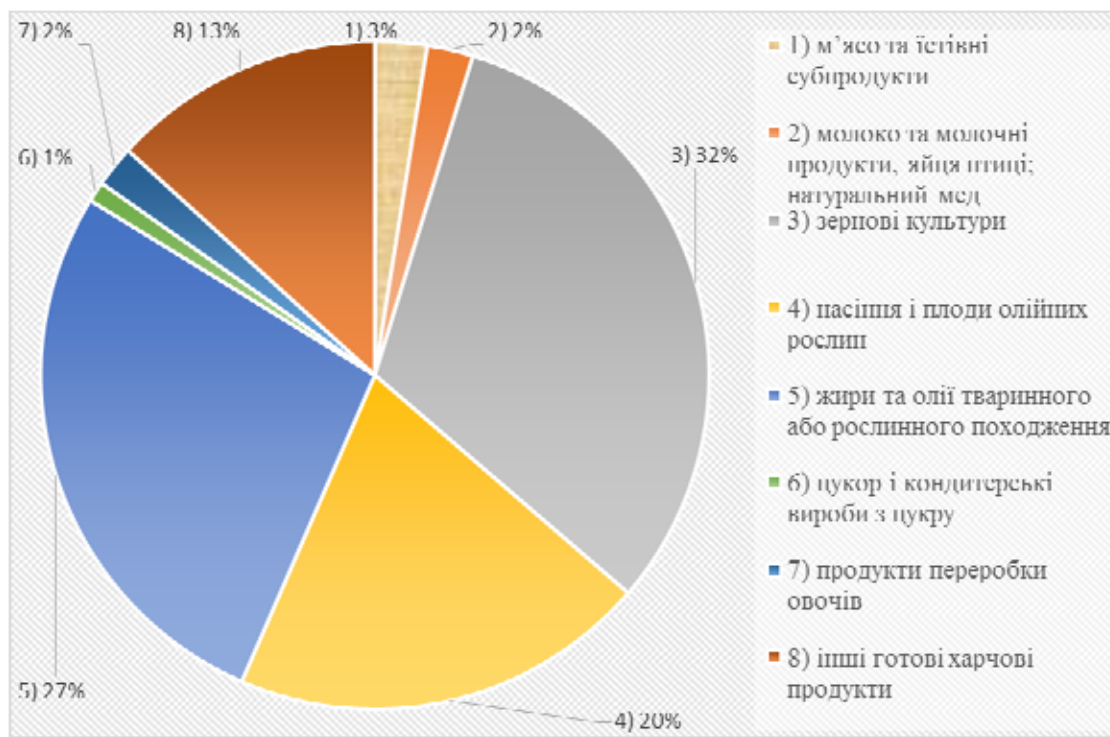


Рис. 1. Структура експорту товарів АПК та харчової промисловості

Отже, в структурі українського експорту харчової продукції продовжує переважати експорт сировини, а також продуктів низького рівня переробки. Так, значних темпів росту з кожним роком набирає експорт м'яса та субпродуктів, живих тварин, молока та молочних продуктів, яєць птиці, меду. При цьому, експорт груп товарів з більш високим рівнем доданої вартості, хоч і зростає, але недостатньо швидкими темпами. Так, як видно з таблиці 1, експорт готових продуктів з м'яса та риби порівняно з 2013 р. зріс на 50,4%, а готових продуктів із зерна на 265,6%, проте у 2017 р. у загальній структурі експорту продуктів АПК і харчової промисловості займає не більше 1%. Загалом, поряд із значними обсягами виробництва, не лише вітчизняний агропромисловий сектор, а й харчова промисловість потребує більш активної популяризації існуючого широкого спектру харчових продуктів, покращення їх впізнаваності та визнання іноземним споживачем.

Щодо географічної структури українського експорту, то приблизно 97% вартості поставок у 2017 році припадало на чотири основні регіони – країни Європейського Союзу, Азії, Африки та СНД. Азія у минулому році посилала свої позиції основного імпортера української агропродукції. Вартісні обсяги вітчизняного експорту до країн цього регіону торік збільшилися до 7,7 млрд. дол. США. Частка азійських країн складала торік 42,8% від загального експорту української сільгосппродукції.

Найбільше – на 1,6 млрд. дол. США – збільшився експорт українського агропродовольства до країн – членів ЄС. Його обсяги у вартісному вимірі сягнули рекордної позначки у 5,8 млрд. дол. США. При цьому частка країн – членів ЄС у вітчизняному експорті збільшилася у 2017 році до 32,2% проти 27,1% у 2016 році.

Країни Африки 2016 року збільшили обсяги імпорту української агропродовольчої продукції до 2,5 млрд. дол. США (13,9% від загального експорту української сільгосппродукції).

Індія, яка 2015 року поступилася першим місцем за обсягами закупівель продукції вітчизняних сільгоспвиробників Китаю, 2016 року повернула собі лідерство у рейтингу найбільших імпортерів української агропродукції і утримує його другий рік поспіль. Вартісні обсяги поставок вітчизняної сільгосппродукції до цієї країни збільшилися майже на чверть – на 23,7% – проти показників 2016 року і склали минулого року 1954 млн. дол. США. При цьому частка Індії у вітчизняному експорті продовольства збільшилася у 2017 році до 10,9% проти 10,2% у 2016 році.

Хоча склад топ-10 імпортерів вітчизняної сільгосппродукції зберігся з 2016 року, розстановка сил зазнала помітних змін внаслідок того, що деякі країни значно збільшили обсяги імпорту української сільгосппродукції.

Загалом у 2017 році топ-10 країн забезпечили 55% доходів вітчизняних експортерів агропродукції.

Помітно збільшили обсяги закупівель вітчизняної сільгосппродукції Бельгія (322 млн. дол. США), Туніс (269 млн. дол. США) та Молдова (223 млн. дол. США), забезпечивши собі таким чином місця у топ-20 основних імпортерів української продовольства.

Ключовими позиціями вітчизняного експорту у 2017 році традиційно стали зернові та олійні культури, соняшникова олія та продукція харчової промисловості. Їх сумарна вартість в агропродовольчому експорті склала близько 90%.

На тлі посилення взаємодії і взаємної залежності країн світу відбувається посилення диспропорції світової економіки, що спричиняє розбалансування попиту та пропозиції та істотно впливає на кон'юнктуру ринків товарів та послуг. Також спостерігаються стрімкі зміни складу гравців та високий рівень волатильності у відносинах на міжнародних ринках, зумовлені загостренням конкуренції за вплив та ресурси. Поряд з цим збільшується рівень відкритості міжнародної системи. Зростання взаємозалежності національних економік та їх відкритості спричиняє підвищення їх чутливості до змін у зовнішньому середовищі. Слід зазначити, що цим процесам притаманні недостатній рівень прогнозованості й непередбачуваності та значний рівень плінності (динамічності). У цих умовах відкриваються нові безпрецедентні можливості та водночас формуються нові загрози та виклики безпеці у зовнішньоторговельній сфері, успішне функціонування якої вирішальним чином залежить від її чутливості до зовнішніх змін (вразливості), здатності адекватно реагувати на ці виклики та адаптуватися до вимог сучасності. Тому до групи показників, що відображають ступінь готовності країни протистояти потрясінням на зовнішніх ринках, пропонується включити такі показники, як індекси концентрації та диверсифікації експорту, що широко застосовуються у міжнародних дослідженнях [4, с. 117].

Коефіцієнт концентрації товарного експорту (індекс Хіршмана) (1) демонструє, наскільки широкий спектр товарів експортує країна, та слугує індикатором чутливості країни до зовнішніх змін на товарних ринках. Фахівці стверджують, що надмірна концентрація експорту негативно впливає на економічне зростання, загальний обсяг експорту та робить країни вразливими до зовнішніх шоків. Індекс диверсифікації експорту демонструє відхилення структури експорту країни від структури світового експорту, ступінь його різноманітності, що також виступає індикатором стійкості до зовнішніх змін. Відповідно показники концентрації та диверсифікації імпорту також є характеристиками чутливості до зовнішніх змін у частині успішності реалізації імпоротної політики держави.

$$IX = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{X}\right)^2} \quad (1)$$

де X_i – обсяги експорту товару (або товарної групи),
 X – загальні обсяги експорту.

Індекс Хіршмана коливається від 0 до 1, причому значення 1 приймається в разі найбільшого ступеня концентрації експорту (коли весь експорт складається з одного товару чи однієї товарної групи).

Таблиця 2.
Динаміка індексу Хіршмана для харчової продукції в торгівлі з країнами ЄС

Товарна група	Індекс Хіршмана				
	2013	2014	2015	2016	2017
Харчова промисловість в цілому	0,2672	0,2803	0,3111	0,3054	0,3222
Живі тварини; продукти тварин. Походження	0,0033	0,0081	0,0126	0,0131	0,0161
Продукти рослин. походження	0,1874	0,1727	0,1878	0,1510	0,1726
Жири та олії тварин. або рослин. Походження	0,0299	0,0466	0,0521	0,0892	0,0842
Готові харчові продукти	0,0466	0,0529	0,0586	0,0521	0,0493

Протягом 2013-2017 років значення коефіцієнта концентрації товарного експорту стабільно зростали для харчової промисловості в цілому для торгівлі з країнами Європейського Союзу. Так, у 2013 р. значення індексу Хіршмана для харчової промисловості становив 0,2672, а у 2017 р. вже – 0,3222, що свідчить про помірний рівень концентрації експорту.

У процесі обґрунтування доцільності інтеграції між торговельними партнерами важливе значення має внутрішньогалузева торгівля, яка характеризує зіставність їх економік. Відповідно до цього торгівля розвивається в умовах однакової чи подібної забезпеченості факторами виробництва та веде до зростання доходів на всі фактори виробництва. Вона здійснюється, як правило, між розвинутими країнами чи країнами приблизно однакового розміру. В межах внутрішньогалузевої торгівлі між країнами відбувається обмін деталями, компонентами продукції, диференційованими товарами галузей, що виробляють промислові вироби [10, с. 5]. На внутрішньогалузеву торгівлю припадає значна частина світових торговельних потоків. Її обсяг між країнами визначають за допомогою індексу Грубеля-Ллойда (2).

$$G-L \text{ index} = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}, \quad (2)$$

де X_i – обсяг експорту окремої галузі та товарної групи;

M_i – обсяг імпорту окремої галузі та товарної групи.

Якщо $G-L \text{ index} = 0$, то в цьому випадку суб'єкт міжнародної торгівлі або тільки експортує, або тільки імпортує товар (внутрішньогалузева торгівля відсутня). Якщо $G-L \text{ index} = 1$, то обсяги експорту та імпорту збігаються і внутрішньогалузева торгівля здійснюється у максимальному обсязі. Отже, чим досліджуваний індекс ближчий до 1, тим більші обсяги внутрішньогалузевої торгівлі.

Значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі в Україні для сукупної торгівлі та торгівлі з країнами ЄС за останні три роки наведено в табл. 3.

Таблиця 3.

Динаміка індексу Грубеля-Ллойда для харчової продукції в торгівлі з країнами ЄС

Товарна група	Індекс Грубеля- Ллойда		
	2015	2016	2017
Харчова промисловість в цілому	0,54	0,59	0,53
Живі тварини; продукти тварин. походження	0,75	0,80	0,92
Продукти рослин. Походження	0,28	0,34	0,27
Жири та олії тварин. або рослин. походження	0,13	0,09	0,07
Готові харчові продукти	0,99	0,84	0,85
Продукти з м'яса, риби	0,32	0,38	0,16
Цукор і кондитерські вироби з цукру	0,74	0,78	0,74
Готові продукти із зерна	0,80	0,75	0,99
Продукти переробки овочів	0,75	0,94	0,89

Динаміка індексу внутрішньогалузевої торгівлі харчовою продукцією України з країнами Європейського Союзу протягом 2015-2017 рр. досить позитивна. Найвищий показник індексу Грубеля-Ллойда у торгівлі готовими харчовими продуктами, зокрема у торгівлі готовими продуктами із зерна (0,99) та продуктами переробки овочів (0,89), що говорить про максимальний обсяг внутрішньогалузевої торгівлі.

Отже, динаміка зовнішньої торгівлі України з країнами Європейського Союзу продукцією харчової промисловості, за даними таблиць 1-3, є досить непогана, проте має нестійкий характер. При цьому закріплюються позиції України як виробника і постачальника сировинної та низькотехнологічної продукції. Так, переважна частина українського експорту, зокрема сільськогосподарської та харчової продукції, які є товарами з досить низьким рівнем доданої вартості, значно залежить від коливань цін на світових ринках. Серед основних чинників, що стримують розвиток торгівлі є недостатня диференційованість продуктової лінійки українського аграрного експорту та харчової промисловості, суттєвий рівень залежності виробництва та експорту аграрної продукції від імпортованих посівних матеріалів, насіннєвого фонду, техніки та технологій, недостатній високий рівень корупції при здійсненні експортних операцій (зокрема, при відшкодуванні ПДВ), а також брак стратегічних та організаційних засад цієї діяльності на рівні держави, недосконалість правової бази, невпорядкованість фінансово-платіжної системи, низька купівельна спроможність і незначний попит населення, специфічні умови формування ринкового середовища, наявність тіньової економіки. Найбільшою проблемою для розвитку вітчизняного експорту продукції сільського господарства, харчової та переробної промисловості є ризики, пов'язані з ескалацією військових дій Російської Федерації та підтримуваних нею сепаратистів на Сході України, а також спричинена цим недостатня інвестиційна привабливість. Натомість відмінні геокліматичні умови, а також порівняно висока розвиненість транспортної інфраструктури та рівень освіченості населення за умов активної державної політики створюють достатньо хороші передумови для подальшого швидкого розвитку сектору, нарощування кількісних та якісних показників українського аграрного експорту.

Основними напрямами державного впливу на підвищення рівня конкурентоспроможності та експортного потенціалу харчової промисловості України в умовах євроінтеграції, які взаємодоповнюватимуть та підсилуватимуть один одного, повинні бути:

1. Вдосконалення нормативно-правової бази з регулювання різних аспектів експортних та пов'язаних з ними операцій. Особливої уваги потребує розроблення механізму податкового стимулювання харчових та переробних підприємств шляхом зменшення ставок податків та зборів, в т.ч. ПДВ, запровадження податкових канікул тощо, що сприятиме розвитку і можливості кращої реалізації експортного потенціалу галузі на європейському ринку. Даний напрям також повинен включати ряд заходів щодо вдосконалення законодавства з питань захисту прав інтелектуальної власності, зокрема в частині географічних зазначень, локальних брендів та традиційних продуктів, а також розроблення та затвердження порядку застосування норм захисту прав інтелектуальної власності щодо рецептури та технологічних рішень, пов'язаних із виробництвом (приготуванням) готових до споживання харчових продуктів та напівфабрикатів, а також інгредієнтів.

2. Активна діяльність держави із просування товарів вітчизняного аграрного експорту на зовнішні ринки і забезпечення правової та консультативної допомоги у разі виникнення суперечок. Даний напрям повинен

включати такі заходи держави як: стимулювання кооперації та формування експортних партій різними постачальниками; стимулювання розвитку виробництва, орієнтованого на споживача, через запровадження конкурсів кращих торговельних марок, брендів, тощо; розроблення програм, процедур та умов участі у профільних виставкових заходах; розроблення програм, процедур та умов участі в Українських днях (Днях України) за кордоном (оптові ринки та торгівельні мережі); започаткування переговорного процесу з Урядами визначених країн щодо поліпшення доступу на їх ринки (зниження рівня тарифних та нетарифних бар'єрів); захист прав та інтересів вітчизняних експортерів на рівні міжнародних інституцій.

В межах даного напрямку держава повинна сприяти активному просуванню українського експортного бренду на європейський ринок і залученню підприємств-експортерів харчової та переробної промисловості до національного брендування своєї продукції. Адже експортний бренд допоможе покупцям по усьому світу краще впізнавати українську продукцію, а також презентує Україну як вигідного торгового партнера, що продає якісну, автентичну, інноваційну та креативну продукцію. Це зможе об'єднати різні за асортиментом і типом товари та послуги під єдину візуальну концепцію та стилістику, що, у свою чергу, буде сприяти торгівлі та кращій конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках.

Українські експортери презентуватимуть Україну у світі ідентично й послідовно, забезпечуючи: єдине візуальне брендування українських експортерів на міжнародних ЕКСПО та галузевих виставках; послідовну комунікацію основних повідомлень Експортного бренду та характеристик українських товарів через маркетингові та рекламні матеріали; систематичне інформування про можливості і конкурентні переваги експортно орієнтованих галузей України. Експортний бренд – виключно важливий для просування українського експорту, він є стрижнем комунікації про українські товари. Сильний експортний бренд особливо важливий для експортерів сегменту малого й середнього бізнесу. Додаткові витрати, пов'язані з просуванням на зовнішніх ринках, часто стають для них суттєвою перешкодою для розвитку експортного потенціалу.

3. Підвищення інституційної спроможності держави для підтримки українських експортерів, в тому числі юридичної та арбітражної підтримки вітчизняних експортерів у випадках виникнення суперечок;

4. Інформаційний супровід експортерів, що передбачає узагальнення та оприлюднення інформації щодо умов доступу на ринки (нормативно-правове регулювання, митні процедури, стандарти та технічні регламенти, тощо), визначення інформаційного ресурсу для оприлюднення даної інформації та періодичності такого оприлюднення, створення відповідного веб-порталу, а також забезпечення розміщення підготовленої інформації щодо кон'юнктури зовнішніх ринків.

5. Методологічна підтримка, яка включає розроблення методології оцінки потенційної привабливості ринків, здійснення торговельних місій до визначених потенційних країн-імпортерів, розроблення програм співфінансування для малих та середніх виробників продукції харчової та переробної промисловості, а також залучення наукових/науково-освітніх установ до розповсюдження знань та інформації щодо експорту продукції серед вітчизняних виробників, насамперед малих та середніх.

6. Організаційна та фінансова підтримка пріоритетних підгалузей, ґрунтуючись на потребах внутрішнього ринку, а також тенденціях зростання попиту на світовому ринку продовольства (тваринництво (птаківництво, вівчарство, скотарство, козівництво, рибництво), рослинництво (овочівництво, садівництво, виноградарство, ягідництво, картоплярство), та продукти переробки цих та інших галузей агропродовольчого сектору) з метою збільшення пропозиції на ринку харчової та переробленої продукції. Для підвищення ефективності галузі існує необхідність включення обладнання для харчової та переробної промисловості до програми компенсації вартості техніки та обладнання для АПК, а також включення до програм державної підтримки фермерів та компенсації кредитів для АПК окремих механізмів фінансування інноваційних підходів і технологічних рішень при виробництві продукції харчової та переробної промисловості. Також особливу увагу необхідно звернути на кадрове забезпечення реалізації експортного потенціалу через запровадження програм підготовки фахівців для виконання функцій експортного супроводу в державних установах, а також запровадження освітніх програм перепідготовки кадрів профільних відомств з розвитку ринків збуту та міжнародної торгівлі.

Висновки. На сьогодні, агропромислового комплексу та харчової промисловості займає провідне місце в українському експорті у ЄС, проте в його структурі продовжує переважати експорт сировини, а також продуктів низького рівня переробки. Загалом, поряд із значними обсягами виробництва, не лише вітчизняний агропромисловий сектор, а й харчова промисловість потребує більш активної державної підтримки та популяризації існуючого широкого спектру харчових продуктів, покращення їх впізнаваності та визнання іноземним споживачем. Властивий Україні постачально-збутовий і посередницько-торговельний характер міжнародної торгівлі не реалізує всіх потенційних експортних можливостей харчової промисловості, зумовлює необхідність переорієнтації та переходу до нової моделі взаємодії національного господарства зі світовим.

Список літератури.

1. Grubel H., Lloyd P. (1975) Intra-industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade with Differentiated Product. London: Macmillan. 1975 xiv, 205.
2. Авксентієва І. В. Оцінка експортного потенціалу підприємства / І. В. Авксентієва // Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал. – 2006. – № 4. – С. 55-57.
3. Бегма В. М., Мазуров Г. І. Деякі аспекти визначення експортного потенціалу українського оборонно – промислового комплексу / В. М. Бегма, Г. І. Мазуров // Проблеми науки. – 2007. – № 7. – С. 45 – 51.

4. Власюк Т. О. Застосування аналітичного планування для оцінки стану зовнішньоторгівельної безпеки держави / Т. О. Власюк // Стратегічні пріоритети. – 2016. - №1 (38). – С. 112-123.
5. Кириченко О. М. Експортний потенціал харчової промисловості України / О. М. Кириченко // Наукові праці Українського державного університету харчових технологій: К.: УДУХТ. – 1999. – № 5. – С. 66-69.
6. Мазур М. В., Сіренко К. В. Статистичний аналіз концентрації експорту та внутрішньогалузевої торгівлі в Україні М. В. Мазур // Ефективна економіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/36.pdf
7. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Журнал Міжнародна економічна політика. – 2008. - №10. С. 241-271.
8. Олексюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств: Автореферат. / О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2001. – 20 с.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 25. 09. 2018).
10. Тустанівський Б. О. Внутрішньогалузева торгівля між США та ЄС як чинник трансатлантичної торговельної інтеграції / Б. О. Тустанівський // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2013. - №2 (66). – С. 44-48.

References.

1. Grubel, H. and Lloyd, P. (1975), Intra-industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade with Differentiated Product, Macmillan, London, UK.
2. Avksent'ieva, I.V. (2006), "Estimation of export potential of the enterprise", Ekonomika ta derzhava: Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal, vol. 4, pp. 55-57.
3. Behma, V.M. and Mazurov, H.I. (2007), "Some aspects of determining the export potential of the Ukrainian defense-industrial complex", Problemy nauky, vol. 7, pp. 45-51.
4. Vlasiuk, T.O. (2016), "Application of analytical planning for assessing the state of foreign trade security of the state", Stratehichni priorytety, vol. 1 (38), pp. 112-123.
5. Kyrychenko, O.M. (1999), "The export potential of the food industry of Ukraine", Naukovi pratsi Ukrains'koho derzhavnoho universytetu kharchovykh tekhnolohij, vol. 5, pp. 66-69.
6. Mazur, M.V. and Sirenko, K.V. (2018), "Statistical analysis of export concentration and intraindustry trade in Ukraine", Efektyvna ekonomika, vol. 8, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/36.pdf (Accessed 25 Sept Oct 2018).
7. Mel'nyk, T. (2008), "Export potential of Ukraine: methodology for evaluation and analysis", Zhurnal Mizhnarodna ekonomichna polityka, vol. 10, pp. 241-271.
8. Oleksiuk, O.I. (2001), "Management of the potential of joint stock companies", Ph.D. Thesis, Economy, KNEU, Kyiv, Ukraine.
9. State Statistics Service of Ukraine (2018), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 25 Sept Oct 2018).
10. Tustanivs'kyj, B.O. (2013), "Intra-industry trade between the United States and the EU as a factor in transatlantic trade integration", Visnyk Chernihivs'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu, vol. 2 (66), pp. 44-48.

Стаття надійшла до редакції 20.11.2018 р.