

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ
ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)
ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ».

Виконав: студент IV курсу, групи МЕВ-41
Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)
рівень

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні
відносини»

(шифр і назва спеціальності)

Гунчак Василь Миколайович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник: Брух Оксана Олексіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Рецензент: Пецькович Р.Д.
(прізвище, ім'я, по батькові)

ДУБЛЯНИ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут заочної та післядипломної освіти
кафедра Міжнародних економічних відносин та маркетингу

Ступінь вищої освіти бакалавр
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____
(підпис)

к.е.н., доцент Андрій Ліндюк
(звання, ступінь, прізвище та ім'я)

«30» грудня 2022 року

ЗАВДАННЯ
кваліфікаційної роботи
Гунчака Василя Миколайовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Управління зовнішньоекономічною діяльністю регіону (на прикладі Львівської області) та шляхи його вдосконалення»

Керівник проекту (роботи) Брух Оксана Олексіївна, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУП від «30» грудня 2022 року №452/к-с

2. Термін здачі студентом закінченої кваліфікаційної роботи 05.04.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи статистичні звіти України за 2019-2022 рр., статті, підручники, посібники, монографії, довідкова література, нормативно-правові акти.

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Зовнішньоекономічна діяльність та її роль в економіці країни
 - 1.1. Основна суть зовнішньоекономічної діяльності
 - 1.2. Рівні системи зовнішньоекономічної діяльності
 - 1.3. Регіон як самостійний учасник зовнішньоекономічної діяльності
2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ ТА РЕГІОНІВ
 - 2.1. Загальні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України
 - 2.2. Регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності України
 - 2.3. Аналіз сучасних тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі товарами Львівського регіону
3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ
 - 3.1. Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону
 - 3.2. Маркетинг територій як інструмент формування іміджу в зовнішньоекономічній діяльності регіону

5. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці

6. Дата видачі завдання 30.12.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Етапи написання та підготовки до публічного захисту кваліфікаційної роботи	Кінцевий термін виконання роботи
1.	Опрацювання виданого завдання. Збір та вивчення рекомендованої наукової та навчальної літератури, нормативно-правового забезпечення з обраної теми. Підготовка вибірки даних для написання кваліфікаційної роботи. Написання першого (теоретичного розділу роботи).	23.01.2023 р.
2.	Опрацювання фінансової звітності об'єкту дослідження, офіційної статистичної інформації. Написання другого (аналітичного) розділу кваліфікаційної роботи.	20.02.2023 р.
3.	Здійснення прогнозних розрахунків, розробка проектних рішень щодо покращення досліджуваного напрямку діяльності об'єкта кваліфікаційної роботи, відображення практичних рекомендацій, написання третього розділу роботи.	15.03.2023 р.
4.	Оформлення кінцевого варіанту роботи, табличних та графічних матеріалів, представлення роботи керівнику та виправлення його зауважень.	27.03.2023 р.
5.	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи (здача роботи на рецензування). Здача роботи відповідальній особі для перевірки на плагіат. Виправлення недоліків після проходження перевірки, та (за умови негативного результату) повторна здача для перевірки на наявність плагіату.	05.04.2023 р.
6.	Попередній захист кваліфікаційної роботи (наявність доповіді та презентаційного матеріалу). Підготовка до захисту при екзаменаційній комісії. Захист	10-14.04.2023 р.

Здобувач вищої освіти

Гунчак В.М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

Брух О.О.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

УДК 339.9:005.936.3(477.83)

«Управління зовнішньоекономічною діяльністю регіону (на прикладі Львівської області) та шляхи його вдосконалення». Гунчак В.М. – Кваліфікаційна робота.

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу. – Дубляни, ЛНУЦ, 2023.

82 с. текст., 3 част.; 14 рис, 9 табл., 48 бібліографічних джерел.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню перспектив управління зовнішньоекономічною діяльністю регіону та шляхів його вдосконалення.

Розглянуто суть та рівні системи зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах, охарактеризовано регіон як самостійного учасника зовнішньоекономічної діяльності.

Проаналізовано загальні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України та регіонів, проведено аналіз регіональних особливостей зовнішньоекономічної діяльності України, досліджено сучасні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі товарами Львівського регіону.

Окреслено основний механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону та представлено маркетинг територій, як основний інструмент формування іміджу в зовнішньоекономічній діяльності регіону.

АНОТАЦІЯ

Зовнішньоекономічна діяльність країни та її регіонів відіграє вирішальну роль в економічному розвитку в умовах глобалізації та посилення інтеграційних процесів. Вона забезпечує можливості нарощування виробництва за допомогою розширення попиту на зовнішніх ринках, збільшення валового внутрішнього продукту та валютних надходжень, залучення іноземних інвестицій, створює передумови розвитку вітчизняних підприємств на інноваційній основі. Найбільш поширеною формою є зовнішня торгівля, яка сприяє не лише розвитку вітчизняного виробництва, але й кращому задоволенню потреб населення та підвищенню якості життя. Водночас в умовах економіки відкритого типу надмірна залежність країни та їх регіонів від зовнішньої торгівлі створює певні загрози для соціально-економічного розвитку як країни, так і її регіонів.

ANNOTATION

The foreign economic activity of a country and its regions plays a crucial role in economic development, particularly in the context of globalization and increasing integration processes. Such activity provides opportunities to increase production by expanding demand in external markets, increasing gross domestic product and currency inflows, attracting foreign investment, and creating conditions for the development of domestic enterprises based on innovation. The most common form of such activity is foreign trade, which not only promotes the development of domestic production, but also contributes to better meeting the needs of the population and improving their quality of life. However, in an open economy, excessive dependence on foreign trade poses certain threats to the social and economic development of both the country and its regions.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ	8
1.1. Основна суть зовнішньоекономічної діяльності	8
1.2. Рівні системи зовнішньоекономічної діяльності	13
1.3. Регіон як самостійний учасник зовнішньоекономічної діяльності	15
2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ ТА РЕГІОНІВ	23
2.1. Загальні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України	23
2.2. Регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності України	32
2.3. Аналіз сучасних тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі товарами Львівського регіону	35
3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ	44
3.1. Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону	44
3.2. Маркетинг територій як інструмент формування іміджу в зовнішньоекономічній діяльності регіону	58
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	70
БІБЛОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	78

ВСТУП

Зовнішньоекономічна діяльність країни забезпечує її суспільний добробут та економічний розвиток держави загалом. Сучасний економічний розвиток характеризується глобалізаційними процесами, невизначеністю та високим рівнем ризику для всіх економічних суб'єктів, що приймають управлінські рішення. Актуалізація зовнішньоекономічної діяльності, а також її вагоме значення для підприємств, регіонів та загального економічного розвитку держави пояснюється інтенсивним розвитком міжнародної торгівлі та загалом міжнародних економічних відносин, що відбулося завдяки стрімкому розвитку інформаційно-комунікативних технологій, поширенню інтернет-торгівлі та цифровізації економіки в цілому.

Під зовнішньоекономічною діяльністю необхідно розуміти форму господарської діяльності, котра на пряму пов'язана з науковою, інноваційною, технічною та інвестиційною діяльністю, технологією виробництва, а також експортно-імпортними операціями.

В мінливих умовах економічного середовища дослідження можливостей покращення зовнішньоекономічних відносин, в тому числі на територіальному рівні, аналіз позитивних та негативних аспектів експортно-імпортних операцій та їх впливу на економіку є надзвичайно важливим.

Україна, після здобуття незалежності виявила активний підхід до формування відносин з іншими країнами світу. Особливості цього підходу полягають у намаганні зайняти вагому позицію в системі міжнародних економічних відносин, а також міжнародного поділу праці, зокрема через інтеграцію до європейського економічного співтовариства. Цей зовнішньополітичний вектор чітко закріпився після анексії Криму та початку повномасштабної війни. Активний розвиток міжнародних відносин та зовнішньоекономічної діяльності сприятиме вирішенню як економічних проблем так і забезпеченню національної безпеки нашої держави. Тому пошук шляхів для покращення зовнішньоекономічних взаємовідносин, включаючи на регіональному рівні, аналіз позитивних та негативних сторін експортно-

імпортних операцій та їх впливу на функціонування економіки має велике значення.

У наукових працях, присвячених зовнішньоекономічній діяльності України, висвітлюються різні проблеми стану та перспективи її розвитку. Багато уваги в наукових дискусіях приділяється аналізу процесів зовнішньоекономічної діяльності регіонів, серед яких варто відмітити таких вчених, як: Ю. Барського, З. Бройде, Я. Базилюка, В. Геєця, М. Долішнього, А. Кінаха, М. Лендьєла, З. Петренко, О. Корнелюк та інших. Таким чином, проблемним аспектам розвитку ЗЕД присвячено значна кількість наукових робіт.

Основним завданням кваліфікаційної роботи є аналіз економіко-статистичних показників зовнішнього ринку України та Львівського регіону в динаміці, а також визначення основних тенденцій зовнішньоекономічної діяльності в сучасних реаліях та перспективності подальшого їх розвитку.

Основною метою роботи було окреслення напрямів вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності Львівського регіону, виокремлення позитивних й негативних сторін експортно-імпортової діяльності та її впливу на функціонування регіону та країни загалом.

Об'єктом дослідження роботи є процес активізації зовнішньоекономічної діяльності регіону як важливому напрямку формування конкурентних переваг міжнародній арені.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативно-правові акти, наукові праці українських й закордонних фахівців, офіційні матеріали Держ. служби статистики, матеріали науково-практичних конференцій та круглих столів, і інформаційні матеріали періодичних видань, електронні ресурси мережі Інтернет, аналітично-статистичні розрахунки тощо.

1. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ

1.1. Основна суть зовнішньоекономічної діяльності

ЗЕД є важливим фактором для розвитку національної економіки, оскільки жодна країна не може самостійно забезпечити свій економічний розвиток та розвиток виробничих процесів без ефективного використання міжнародного розподілу праці та міжнародного науково-технічного потенціалу. Зокрема, при міжнародній економічній інтеграції, транснаціоналізації, міжнародному поділі праці й глобалізації світового господарства, ЗЕД стає ще більш актуальним. Ця діяльність допомагає розвивати перспективні напрямки експортного потенціалу та вирішувати проблему нестачі ресурсів, новітнього устаткування та технологій, а також певних товарів народного споживання в країні.

Зовнішньоекономічна діяльність є приналежна до категорій міжнародної економіки. Вивчитимемо головні категорії міжнародної економіки та коротку характеристику, а також їх місце стосовно зовнішньоекономічної діяльності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Категорії та характеристики міжнародної економіки [45]

Категорії	Характеристика категорій
Міжнародна економіка	<ul style="list-style-type: none"> - сукупність економік різних країн світу; - охоплює міжнародні економічні відносини й взаємозв'язки між національними господарствами; - органічною системою національних економік та економічних зв'язків між ними; - включає національні експортні потенціали та господарські взаємозв'язки між країнами світу; - цілісна система економічних відносин, що функціонує на національному та міжнародному рівнях в рамках світового співтовариства.
Міжнародні економічні відносини	<ul style="list-style-type: none"> - це закономірності внутрішньої організації світової економіки, її законів розвитку та функціонування, які стосуються як світової економіки в цілому, так і окремих форм міжнародних економічних відносин. Це система взаємозв'язків між виробниками та споживачами матеріальних благ й послуг поза межами національних кордонів.

Національна економіка	- це єдина система, яка поєднує різні галузі та сфери діяльності людей, що мають певну взаємозалежність та розміщені на обмеженій державними кордонами території, із дотриманням відповідної пропорційності.
Зовнішня торгівля	- це процес купівлі та продажу товарів між країнами, що включає як імпорт, так і експорт товарів. Світова торгівля між країнами складається з національної торгівлі, яка в свою чергу базується на взаємодії зовнішньої торгівлі між країнами світу.
Світовий ринок	- це система, що об'єднує національні ринки за допомогою глобальних економічних відносин на основі розподілу праці, спеціалізації, кооперації, інтеграції виробництва й збуту товарів і послуг. Світовий ринок має кілька видів, таких як ринок сировини й готових виробів, капіталів й робочої сили, валюти, інтелектуальної власності та послуг.
Зовнішньоекономічні зв'язки	- це взаємозв'язок між країнами, який включає в себе різноманітні форми співпраці у сфері зовнішньої торгівлі, науково-технічного обміну, виробництва, валютних та фінансових відносин та кредитування.
Зовнішньоекономічна діяльність	- це діяльність певних суб'єктів України та їх взаємовідносини із зарубіжними суб'єктами господарської діяльності, що здійснюються як в межах країни, так і за її межами. Економічна значимість ЗЕД проявляється у тому, що це важливий фактор економічного розвитку кожної країни на національному рівні. Крім того, ЗЕД є способом включення економіки країни до світового господарства та до процесів міжнародної кооперації й поділу праці, що є актуальним в умовах зростаючої глобалізації на регіональному та глобальному рівнях.
ЗЕД України	- це процесний поетапний розвиток господарських взаємозв'язків між національними суб'єктами у суспільному виробництві та їх зарубіжними контрагентами як і на території України так і поза її межами.

В економіці кожної країни можна виділити два сектори - внутрішній та зовнішній. Головна мета внутрішнього сектору виокремлюється у задоволенні потреб споживачів за рахунок вітчизняного виробництва, тоді як зовнішній сектор спрямований на входження на міжнародні ринки з метою підвищення

загального добробуту країни. Для реалізації зовнішнього сектору країни використовуються зовнішньоекономічні зв'язки (ЗЕЗ).

Зовнішньоекономічні зв'язки (ЗЕЗ) варто розглядати як загально-комплексну систему багатосторонніх форм міжнародного співробітництва як держав, так і суб'єктів у різнопланових галузях економіки.

У історичному плані зовнішньоекономічні зв'язки є результатом розвитку цивілізації, оскільки вони з'явилися разом із появою держав і продовжують еволюціонувати залежно від їхнього розвитку.

В економічному аспекті зовнішньоекономічна діяльність полягає у торгівлі товарами, послугами, грошовими коштами та капіталом між різними економічними та валютними зонами.

У теперішніх умовах, практично в усіх країнах світу, зовнішньоекономічні відносини впливають на загальну картину соціально-економічних проблем. Цей вплив охоплює як державний рівень, так і рівень регіонів країни та окремих підприємств. Таблиця 1.1 містить основні поняття зовнішньоекономічних зв'язків, а класифікація цих зв'язків може проводитися за декількома ознаками:

1. За різновидами: промислове співробітництво; науково-технічна співпраця в сфері проектування та збуту; торгівельні зв'язки; співробітництво у сфері послуг; фінансова співпраця.

2. За фазами: наукове дослідження об'єктів; виробничі взаємозв'язки; комерційні взаємозв'язки на етапі реалізації.

3. За методами реалізації: здійснення спільних програм; заснування спільних підприємств; чітке виконання умов договору.

4. За структурізацією зв'язків: міжорганізаційні взаємозв'язки; міжгалузеві; горизонтальні (між подібними підприємствами); вертикальні (кожна компанія виконує певну роботу для отримання результату); змішані; міждержавні.

5. За територіальною приналежністю: між двома й більше організаціями; в межах регіону; міжрегіональні; світові.

6. За чисельністю суб'єктів: двосторонні й багатосторонні.

7. За чисельністю об'єктів: однопредметні й багатопредметні [45].

До основних причин, які є стимулюючими у розвитку зовнішньоекономічних зв'язків є:

- нерівність економічного зростання певних країн;
- відхилення в сировинних ресурсах;
- різницю в наявних трудових ресурсах;
- нерівномірність розміщення та коливання фінансових ресурсів;
- особливості політичних відносин;
- розвиток (чи падіння) інтеграційних процесів;
- невисокий рівень науково-технічного піднесення.

Використовуючи зовнішньоекономічні зв'язки, країна може розв'язати проблеми не лише з модернізацією виробничих процесів, але й з диверсифікацією асортименту продукції та отриманням нових технологій та ноу-хау. Географічне положення, природні та кліматичні умови країни в певній мірі можуть використовуватись для розвитку туризму та рекреації, а також для заробітку коштів на транзиті вантажів через територію країни. Державна підтримка та активна роль включення країни в систему світової економіки також є важливими факторами розвитку. Проте, варто відзначити, що міжнародне регулювання ЗЕД в певних умовах може бути й жорстким та впливати на певні аспекти зовнішньоекономічних зв'язків.

Отже, більшість країн у світі, які мають досить обмежену ресурсну базу й звужений внутрішній ринок, не можуть ефективно виробляти товари, які потрібні для задоволення внутрішніх потреб. Саме тому, для даних країн ЗЕЗ є можливістю одержати необхідні товари (послуги). Країни, які мають вагомий сировинний потенціал, зазвичай формують власні економічні системи на основі експортного потенціалу. Необхідність у створенні ЗЕЗ обумовлена різними виробничими умовами в країнах. Тому, кожна країна спеціалізується на виробництві саме тих товарів, які можна виробити дешевше, ніж їх зарубіжні аналоги, що, в кінцевому підрахунку, приносить власне прибутку кожній країні-учасниці ЗЕЗ й задовольняє значні потреби споживачів у продукції високої якості.

Зовнішньоекономічні зв'язки, які забезпечуються через ЗЕД, вбачають значну дію на розвиток економіки країни. Перш за все, вони дозволяють отримувати валютні кошти від експорту товарів. Крім того, імпорт сучасної техніки й технологій підвищує саме технічний рівень виробництва. Виконання спільних виробничих проектів з іноземними партнерами забезпечує вихід на світові ринки з конкурентоспроможною продукцією. Нарешті, ці зв'язки сприяють підвищенню рівня й якості життя населення країни. Як свідчить значний світовий досвід, самостійні зусилля вдосконалення структури виробництва є недостатніми, і лише міжнародний розподіл праці може забезпечити прогресивний розвиток суспільства [25].

Сучасна система ЗЕД відрізняється наступними рисами:

1. Загальне зміцнення зв'язків між кон'юктурою міжнародних ринків товарів й послуг, а також внутрішніми ринками окремих держав. В системі ЗЕД все частіше приділяється увага таким структурним елементам, як інформаційний обмін й послуги зв'язку, транспортне обслуговування й консалтинг, франчайзинг, ноу-хау, лізинг й страхування тощо.

2. Сучасний міжнародний поділ праці, котрий склався останніми роками, характеризується зниженням відносної частки сировини й матеріалів у світовій торгівлі. Швидше зростають наукоємні, високотехнологічні галузі, такі як хімія, приладобудування, електроніка та авіакосмічна промисловість. США, країни ЄС та Японії зосереджують свої експортні стратегії на цих напрямках.

ТНК використовують нову стратегію, яка полягає в переході до нових індустріальних країн з дешевою робочою силою й сировиною для виробництва одягу та взуття, суднобудування, автомобілебудування тощо.

3. Інтеграційні процеси стають все більш значущими, оскільки вони допомагають зневілювати економічні кордони з країнами, й тим самим створюють єдиний регіонально-економічний простір, котрий підпорядковується суцільному регулюванню.

4. Виведення капіталу створює певне підґрунтя для утворення ТНК, котрі можуть бути національними за капіталом та інтернаціональними за сферою відповідної діяльності.

5. Динаміку робочої сили зі країни в країну стає все більш поширеним наслідком розбіжностей у людських, сировинних й фінансових ресурсах. Орієнтовне переміщення людей, що шукають кращі умови праці в світі до 25 млн. осіб на рік.

6. Збільшення обсягів у зовнішній торгівлі сприяє власне зниженню витрат виробництва.

7. Активна й цілеспрямована роль держави відносно участі країни в системі глобальної світової економіки також є важливим елементом. Держава створює сприятливі правові, економічні та політичні умови, котрі забезпечують ефективну із позиції інтересів країни чи окремого підприємця зовнішньоекономічну діяльність на відповідних рівнях.

8. Міжнародне регулювання зовнішньоекономічної діяльності стає все більш жорстким. У кожній двосторонній міжнародній економічній угоді дотримання правил СОТ й вимог понад 40 різних міжнародних організацій, котрі здійснюють регулювання зовнішньоекономічної діяльності, стає обов'язковим. Це призводить до того, що кожна така угода перетворюється на багатосторонню угоду, що регулює зовнішньоекономічну діяльність.

1.2. Рівні системи зовнішньоекономічної діяльності

Ієрархічність є основною характеристикою системи зовнішньоекономічної діяльності. Це пояснюється особливістю різноманітних цілей ЗЕД, що в свою чергу взаємопов'язані із збалансованістю економіки й рівновагою на внутрішньому ринку країни, стимулюванням інноваційних структурних змін в економіці, а також зовнішньоекономічних зв'язків, крім цього створенням найбільш сприятливих умов залучення економіки України до цілісної системи світового поділу праці й її наближення до відповідних ринкових структур розвинутих країн світу.

Для забезпечення ефективного виконання цих цілей, регулювання ЗЕД забезпечується на трьох основних ієрархічних рівнях: на рівні країни (держави), на рівні регіону (території) та на рівні компанії. Найважливіші завдання щодо державного регулювання ЗЕД на рівні країни передбачають:

- захист як економічних інтересів України так і суб'єктів ЗЕД;
- створення однакових можливостей для всіх суб'єктів ЗЕД у розвитку будь-яких видів підприємницької діяльності (які не заборонені законодавчо), незалежно від обраних форм власності й напрямків використання доходів, а також здійснення інвестиційної діяльності;
- стимулювання конкуренції й ліквідацію монополізму в галузі ЗЕД.

На рівні підприємства здійснюється регулювання зовнішньоекономічної діяльності відповідно до цільових орієнтирів розвитку, які визначає держава. Щоб забезпечити ефективний соціально-економічний розвиток регіону та раціональне використання його ресурсів та пріоритетів, регулювання ЗЕД на регіональному рівні має такі головні завдання:

- стимулювання розвитку відповідного регіону,
- забезпечення належних умов для життєдіяльності регіону населення,
- вдосконалення територіальної організації суспільства.

Головним завданням підприємства, як основного учасника ЗЕД є: досягнення максимального прибутку, що забезпечується повним використанням привілеїв міжнародного поділу праці й міжнародної економічної інтеграції, з урахуванням власних валютно-фінансових та матеріально-технічних можливостей; до завдань підприємства належить визначення шляхів та можливостей щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності своїх товарів й укріплення експортного потенціалу. Для досягнення цих цілей важливо правильно обирати іноземних партнерів, котрі найбільш значимі в економічних інтересах підприємства.

1.3. Регіон як самостійний учасник зовнішньоекономічної діяльності

Глобалізація суттєво впливає на регіони та регіональну політику шляхом вирівнювання національних кордонів у використанні ресурсів та виробництві продукції. Зараз мобільність ресурсів є дуже висока не лише на національному рівні, але й у світі в цілому. Праця та капітал концентруються в тих регіонах та країнах, де є найкращі умови для їх здобуття. Ці умови не обмежуються лише рівнем оплати, але також включають безпеку, екологічні умови тощо. Регіональна влада має також значний вплив на створення хороших умов праці та інвестиційного клімату, що додає конкурентну перевагу деяким регіонам для залучення кращих ресурсів. Лібералізація зовнішньої торгівлі, така як членство в СОТ, створення спеціальних економічних зон та укладення угод про вільну торгівлю, допомагає полегшити умови для експорту та імпорту продукції.

Зовнішньоекономічна діяльність регіону – це взаємодія економічних суб'єктів та органів виконавчої влади на місцевому рівні в галузі зовнішньої торгівлі, виробництва, переміщення капіталу, іноземних інвестицій, міграції робочої сили, науково-технічного обміну, валютно-фінансових та кредитних відносин. Основними завданнями зовнішньоекономічної діяльності є розвиток торгівельних відносин з іншими країнами, підвищення конкурентоспроможності регіону, залучення іноземних інвестицій й технологій, сприяння розвитку транскордонного співробітництва, забезпечення економічної стабільності, а також зростання регіону. Для досягнення цих цілей, важливо активно використовувати інструменти зовнішньоекономічної політики, такі як укладання міжнародних угод, формування спеціальних економічних зон, залучення інвестиційних ресурсів тощо.

До основних факторів, що сприяють формуванню регіону як незалежного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, можна віднести наступні:

- 1) поширення негативних проявів глобалізації;

2) потреба у взаємозв'язку між місцевою культурою та глобальною мультикультурною цивілізацією, що створює явище глокалізації (взаємодії між глобальним і локальним);

3) формування нової економіки, заснованої на знаннях, де роль матеріальних та енергетичних ресурсів у виробництві значно зменшується, а інформація стає основним ресурсом. Однією з ключових складових стійкої конкурентоспроможності є інноваційна активність, яка базується на здатності суспільства до постійного вдосконалення;

4) відокремлення місцевої економіки від національної стає все більш помітним явищем. Великі міста змагаються між собою на міжнародному ринку, спираючись на свій власний ресурсний потенціал. Макроекономічні стратегії не можуть розв'язати проблеми на рівні території. Основні економічні інструменти, що використовує національний уряд, спрямовані на загальне покращення національної економіки, а не на вирішення проблем окремих регіонів або ж територій;

5) з'являється поняття «нової регіоналізації», коли регіони не пов'язані з поточним адміністративним поділом країн і мають високий міжнародний конкурентний статус;

б) розвиток технологій та швидка модернізація економічної структури зменшують роль місця розташування щодо економічної діяльності.

Крім цього, варто відзначити, що сфера зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) залишається галуззю економіки, в якій держава має вагомую роль у регулюванні, адже це необхідна умова для забезпечення переваг загальнонаціонального розвитку, а також державної внутрішньої й зовнішньої політики.

Отже, умови глобалізації передбачають, що організація зовнішньоекономічної діяльності регіону базується на збереженні рівноваги між загальнонаціональними та регіональними інтересами, а також комерційними інтересами підприємств, які знаходяться на території регіону. При цьому

важливо побудувати активні зовнішньоекономічні зв'язки з урахуванням цієї рівноваги.

Поняття «регіон» розглядається з теоретичної сторони за двома категоріальними особливостями:

1) територіально-географічний підхід вивчає регіон як територію, що характеризується спільністю територіальних ознак та характеристик.

Так, «Декларація щодо регіоналізму в Європі», що була ухвалена Асамблеєю європейських регіонів у 1996 р. [3] дається таке трактування: «Регіон – це територіальне утворення, що сформоване в законодавчому порядку на рівні, котре є безпосередньо нижчим після загальнодержавного, і яке є наділене політичним самоврядуванням»; також Леонт'єв В. досліджує регіон як окрему адміністративно-територіальну одиницю країни, що виділена за функціональною ознакою [29].

2) у соціоекономічному підході регіон розглядається як соціальна конструкція, яка характеризується набором спільних ознак, з яких територія є лише одна з них.

Тлумачення регіону як соціальної конструкції дає можливість розглядати регіон як активного учасника господарської діяльності. При цьому, розглядаючи регіон як багатофункціональну та багатоаспектну систему.

В сучасному глобалізованому світі регіон повинен мати не лише соціально-економічні, а також еколого-соціальні орієнтири щодо розвитку. Концепція сталого розвитку, яка була задекларована на конференції ООН в Ріо-де-Жанейро в 1992 році, визначає основні три осередки спрямування цілей: природа, суспільство й виробництво. Визначальними системними цілями сталого розвитку є економічна ефективність та економічна справедливість, а також екологічна цілісність, що спрямовані на задоволення потреб сучасного покоління не завдаючи шкоди наступним поколінням суспільства.

У моделі сталого розвитку акцент має бути зосереджений на людях та їх праві щодо здорового та ефективного життя в чіткій гармонії з природою. Охорона довкілля повинна бути невід'ємним складником процесу розвитку, що

за будь-яких обставин не може розглядатися окремо від інших аспектів. Розвиток та збереження довкілля мають стосуватися не тільки нинішнього, а й майбутніх поколінь. Зменшення невідповідності між життєвим рівнем у певних країнах й подолання бідності належать до вирішальних завдань світової спільноти. Для досягнення сталого розвитку держави слід лімітувати ті моделі виробництва й споживання, що не є сприйнятими в суспільстві.

У моделі сталого розвитку суспільство вважають рушійною силою ноосфери, де розум індивіда відіграє найважливішу роль у розвитку природи.

Головними складовими ноосфери є:

1. Економічна – бізнес-діяльність повинна бути не тільки ефективною виробничою діяльністю, але й мати соціокультурну направленість.
2. Соціальна – виробництво базується на комбінації ринкової системи господарювання з державними соціальними механізмами управління, а також високою соціальною відповідальністю бізнесу.
3. Екологічна – рішення в будь-якій сфері діяльності повинні враховувати як актуальні, так і потенційні наслідки для системи «людина-біосфера».
4. Культурологічна – необхідність зміни звичних стереотипів буття як на індивідуальному, так й на суспільному рівні.
5. Футурологічна – підвищення ефективності у прийнятті будь-яких рішень при врахуванні коротко-, середньо- й довгострокових прогнозів [6].

Отже, сталий регіональний розвиток в контексті розвитку регіону полягає в побудові сталого суспільства на глобальному рівні, що можливе лише за умови інтеграції регіону у світове господарство. Для цього необхідне посилення інтеграційних процесів, які виходять за межі масштабів регіону та держави.

Зовнішньоекономічна діяльність регіону потребує певного інституційного середовища, яке складається з інституційних структур та організаційно-економічних важелів. Інституціональна політика держави повинна сприяти формуванню нових або трансформації існуючих інститутів власності, а також соціальних, фінансових, правових та інших інститутів, які впливають на розвиток економічної системи суспільства [6].

Забезпечення зовнішньоекономічної діяльності регіону включає (рис.1.1) такі складові елементи:

1. органи влади, які мають компетенцію у сфері зовнішньої економічної діяльності, такі як центральні органи влади, що регулюють ЗЕД, та регіональні й місцеві органи влади;

2. нормативно-правове забезпечення ЗЕД, яке включає законодавчу базу на національному рівні та стратегічні й програмні документи на регіональному рівні, а також угоди про транскордонне й міжрегіональне співробітництво;

3. безпосередні учасники ЗЕД, що включають вітчизняних суб'єктів ЗЕД, такі як підприємства та організації, кластери підприємств, спільні підприємства, віртуальні корпорації тощо, й іноземні суб'єкти ЗЕД, які діють на території регіону, такі як іноземні підприємства і транснаціональні корпорації;

4. інфраструктурне забезпечення бізнес-середовища ЗЕД регіону, яке включає торгово-промислові палати, митні пости, агентції регіонального розвитку, технопарки й технополіси, консалтингові (дорадчі) організації, науково-дослідні установи, заклади освіти, інформаційну мережу, спеціалізовані банківські установи, страхові компанії, біржі, аукціони, міжнародні виставки й ярмарки, професійні й громадські, міжнародні організації й інше;

5. економічно-фінансове забезпечення ЗЕД регіону включає: податки й збори, субсидії й дотаційні механізми, позички, митні тарифи, а також вільні економічні зони й території щодо пріоритетного розвитку;

6. ринок праці з висококваліфікованими працівниками.

Учасниками зовнішньоекономічної діяльності регіону є бізнес-суб'єкти, які діють на його території. Ці суб'єкти складають основу ЗЕД регіону, а решта елементів системи створюють сприятливі умови їх діяльності. Успіх суб'єктів ЗЕД та якість життя мешканців регіону взаємозалежні, тому їхній розвиток важливий для всього регіону.

Діяльність бізнес-суб'єктів ЗЕД та їх взаємодія забезпечується відповідною бізнес-інфраструктурою. Ступінь розвиненості інфраструктури є ключовим фактором у зрілості зовнішньоекономічної системи регіону.

Для залучення бізнесу до регіону дуже важливо створити сприятливе податкове середовище. Одним із ефективних інструментів є створення вільних економічних зон, які дозволяють регіональним органам влади впливати на структуру економіки регіону та збільшувати частку інноваційних підприємств. Без суб'єктів бізнесу як ядра ЗЕД регіон втрачає своє значення, тому важливо створювати умови для їх успішної діяльності.

Для ефективного функціонування системи ЗЕД регіону необхідна наявність висококваліфікованої робочої сили, корта є ключовим елементом системи. Для забезпечення потреб у кадрах в регіоні повинні бути належні навчальні та наукові заклади, професійні центри, курси підвищення кваліфікаційності, мовні курси, щоб готувати висококваліфікованих фахівців у галузі ЗЕД.

Однак, не менш вагомим є розуміння соціального захисту молодих фахівців, створення для них комфортних умов проживання в регіоні, щоб запобігти втраті кадрів. Особливо актуальним це питання є для вітчизняних спеціалістів, які працюють в представництвах іноземних компаній чи філіях транснаціональних корпорацій.

Інституційна система ЗЕД регіону складає «оболонку» інвестиційного клімату та іміджу регіону. З однієї сторони, ефективність інституційного забезпечення ЗЕД й комфортність умов бізнесу в регіоні мають значний вплив на інвестиційний клімат та іміджеву складову регіону. З іншої сторони, імідж регіону може сприяти або ж перешкоджати залученню бізнесу в регіон. Інвестиційний клімат та імідж регіону є характерними рисами, на які впливають не тільки економічні фактори, а й фактори неекономічного характеру, приміром такі як політичні, культурні чи соціальні. Крім того, імідж держави загалом також має безпосередній вплив на імідж окремого регіону, що може бути як позитивним так і негативним.

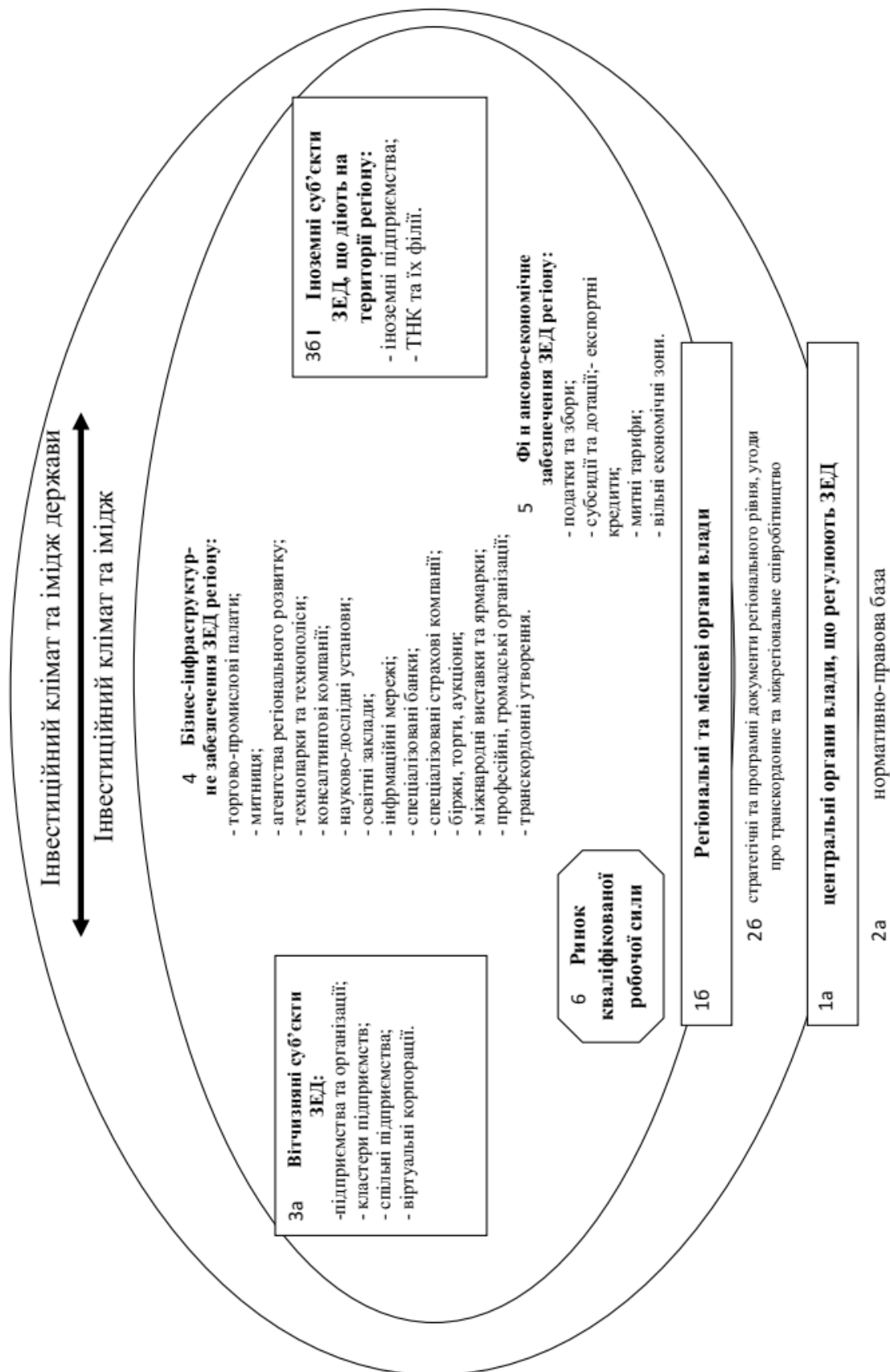


Рис.1.1. Модель інституційного забезпечення ЗЕД регіону

Таким чином, регіональні органи влади використовують багатоманітні інструменти впливу на ЗЕД регіону, зокрема законодавчі, фінансово-економічні й організаційно-економічні, науково-освітницькі та іміджеві. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності країни, а також регіону в цілому є в прямій залежності від ефективності використання даних інструментів.

2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ ТА РЕГІОНІВ

2.1. Загальні тенденції зовнішньоекономічної діяльності України

Враховуючи, що більшість країн світу постійно розвивається економічно, зростає необхідність взаємного обміну товарами через обмеженість ресурсів та виробничих можливостей. У зв'язку з цим виникають такі терміни, як «експорт» та «імпорт», що означають відповідно вивезення та увезення товарів та послуг між країнами. Необхідно зазначити, що постійний розвиток цих процесів приносить не лише фінансову вигоду, але й нові технічні можливості та освоєння нових технологій, що розширює спектр послуг та продуктів у різних країнах світу.

Зовнішньоекономічна діяльність є досить складною і залежить від багатьох факторів. У світі глобалізаційної економіки з'являються нові демографічні виклики, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність кожної країни загалом. Одним з важливих факторів виступає науково-технічний прогрес, оскільки нові технології, приміром, транспортування товарів через кордони країн можуть не підходити певним країнам, оскільки це потребує значних фінансових та матеріальних ресурсів. Для країн з високим рівнем розвитку науково-технічного прогресу це може бути значною перевагою, а от для інших країн – може виступати недоліком, оскільки потрібно адаптуватися до нових умов.

Сьогодні спостерігається вкрай складні соціально-економічні обставини в Україні. Серед основних причин такого становища першочергово необхідно виділити російську агресію та окупацію частини території України. Крім цього, визначними факторами, які вплинули на такі обставини є: політична нестабільність, значний рівень корупції на різних рівнях, не до кінця завершення економіко-правових реформ, низький рівень інфраструктури по території країни та окремих регіонах, невисокий рівень логістики та інше. Така тенденція відштовхує будь-які іноземні інвестиції, що в свою чергу призводить до

погіршення інвестиційного клімату, як країни так і її регіонів. Більше тридцяти років незалежності України виявилось недостатньо, щоб вийти на певний рівень сталого розвитку.

Різноманітність економічних регіонів в Україні зумовлена багатьма факторами, такими як природні умови, географічне положення, кількість населення й економічний потенціал. У залежності від промислової спеціалізації, регіони можуть бути класифіковані як аграрні або промислові, що в подальшому поділяються на підкатегорії. Наприклад, Донецький та Придніпровський регіони є лідерами у виробництві електроенергії, металургії, паливної й хімічної промисловості, машинобудуванні. Північно-Східний та Причорноморський регіони досить відомі в машинобудуванні, легкій й харчовій промисловості, а також в паливної галузі. Спеціалізація Центрального і Подільського, Північно-Західного й Карпатського регіонів зосереджена на машинобудуванні, лісогосподарстві, аграрному виробництві, деревообробці, а також харчовій промисловості. Всі ці регіони є частинами єдиного економічного комплексу України, що в сукупності взаємодіють між собою. Однак, дії російської федерації спричинили втрату частки промисловості в окремих регіонах країни, тим самим зменшивши їх економічний потенціал. Сьогодні ці регіони змушені перебудовувати свої економічні взаємозв'язки та здійснювати активний пошук нових торговельних партнерів.

Регіони є важливими учасниками економічних відносин, де здійснюється реалізація стратегічних завдань та цілей соціально-економічного розвитку, а конкурентоспроможність є ключовим фактором для досягнення успіху в цьому напрямку. У сучасних умовах глобалізації конкурентоспроможність регіону передбачає готовність відповідати на поставлені виклики глобального світу, забезпечення адаптації до змін у суспільних умовах, збереження та захисту місцевих конкурентних переваг, зміцнення позицій економіки регіону на міжнародному ринку.

При аналізі економічної діяльності України в контексті її зовнішньої торгівлі важливим є оцінити динаміку експортно-імпортних операцій. Аналіз

цієї динаміки дозволяє визначити тенденції та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України, а також визначити вплив зовнішньоекономічних факторів на економіку країни (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Динаміка зовнішньої торгівлі України

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Експорт, млн дол США	43341	46091	45143	63113	40912	94,4
Темп росту, %	109,2	106,3	97,9	139,8	64,8	-44,4
Імпорт, млн дол США	56055	60352	51921	69755	56189	100,2
Темп росту, %	113,6	107,7	86	134,3	80,6	-33,0
Сальдо, млн дол США	-12714	-14261	-6778	-6642	-15277	120,2

Згідно наведених розрахункових даних таблиці 2.1 бачимо, що протягом досліджуваного періоду, до 2021 року в Україні спостерігався стабільний ріст експорту та імпорту. Проте, винятковим був 2020 рік, у якому обсяг експорту скоротився на 2,3 %, а імпорту – на 14 %. Звичайно, що повномасштабне вторгнення російської федерації спричинило також суттєве скорочення цих показників. Особливо відчутно зменшився експорт, зокрема, протягом 2022 року він був скорочений на 32,5 %, що в абсолютних величинах становить понад 22 млрд дол США. Військовий стан також суттєво відобразився і на імпорті. І попри того, що скорочення імпорту було менш суттєвим, проте він був скорочений на суму 13,6 млрд дол США.

Зазначимо, що протягом досліджуваних 5-ти років зовнішньоторговельне сальдо завжди мало негативне значення, а у 2022 році воно досягло максимуму і становило понад 15 млрд дол США, що вкрай негативно відобразилось на платіжному балансі країни.

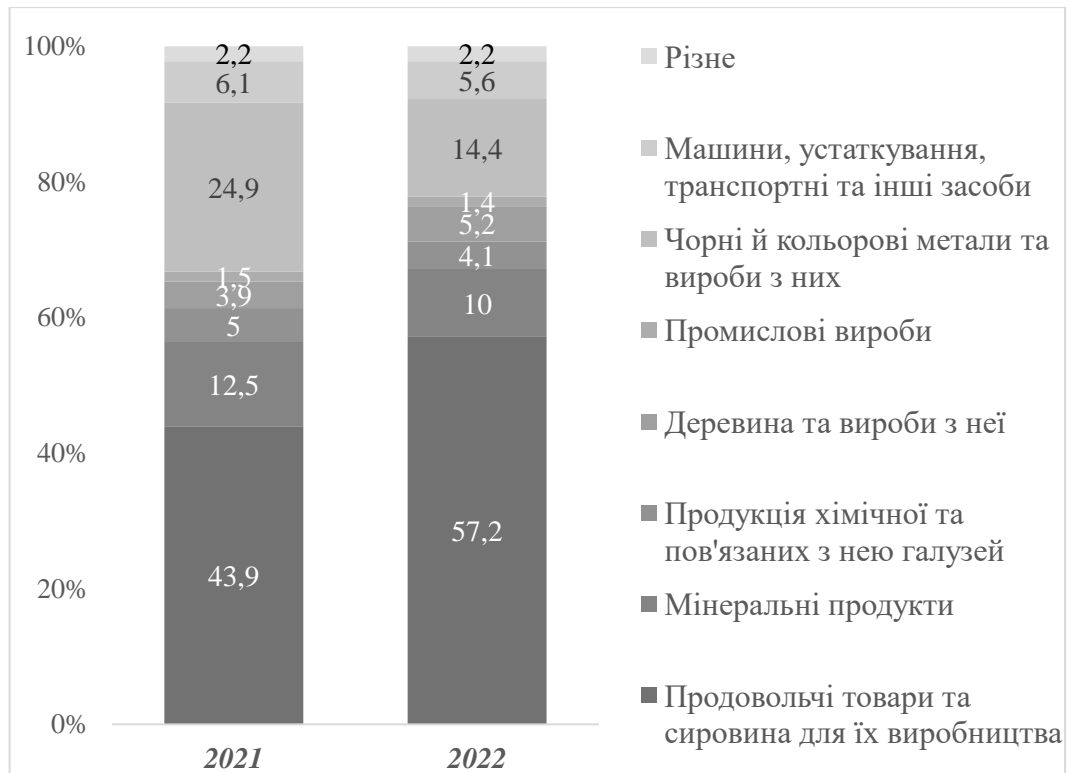


Рис. 2.1. Структура товарного експорту України у 2021 та 2022 роках, %

Для ґрунтовнішого розуміння структурних тенденцій зовнішньоекономічної діяльності країни доцільно здійснити аналіз структури товарного експорту та імпорту за певний період часу, що дає можливість визначити сформовані закономірності та найбільш перспективні напрямки експорту та імпорту, виявити конкурентоспроможність вітчизняних виробників та проблемні галузі. Враховуючи, суттєві зміни в обсягах зовнішньої торгівлі, що спричинені воєнним станом, нами детально проаналізовано структуру експорту та імпорту, що показано на рисунках 2.2 та 2.2.

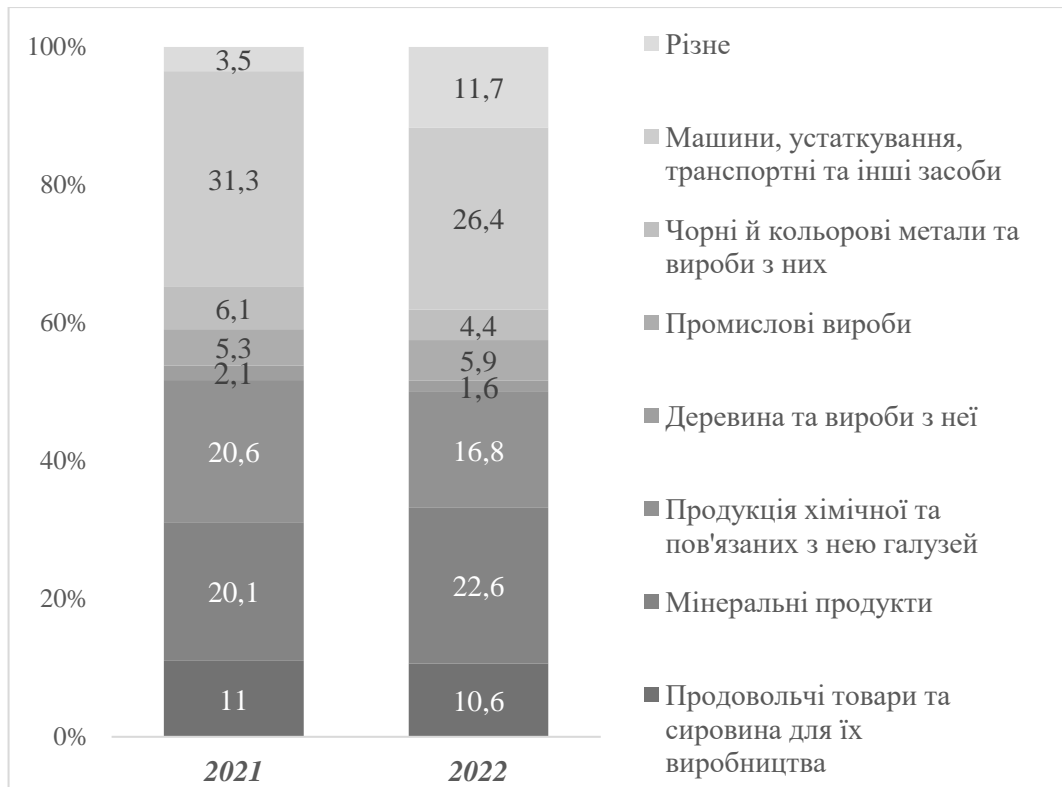


Рис. 2.2. Структура товарного імпорту України у 2021 та 2022 роках, %

Як бачимо на рисунку 2.1, найбільшу частку в структурі експорту займають продовольчі товари та сировина для їх виробництва. Зокрема, у 2021 році цей показник становив 43,9 %, а вже у 2022 році він зріс до 57,2 %. Цілком зворотні тенденції спостерігались щодо експорту чорних й кольорових металів та виробів з них, частка яких в структурі вітчизняного експорту зменшилась на понад 10 %. Також відбулось збільшення частки деревини та виробів з неї протягом 2022 року. Частки всіх інших видів товарного експорту в загальній структурі зменшились.

При аналізі зовнішньої торгівлі дуже важливим є оцінити, які регіони світу є найбільшими партнерами України в зовнішній торгівлі, а також як змінюється їхній вклад в загальний обсяг зовнішньої торгівлі країни протягом досліджуваного періоду. Саме тому, для вивчення зовнішньоекономічних відносин України та її партнерів, а також для визначення напрямків політики держави щодо зовнішньої торгівлі було проведено розрахунки динамічних змін

зовнішньої торгівлі товарами та послугами за географічними регіонами світу (таблиця 2.2 та 2.3).

Таблиця 2.2 – Динаміка розподілу зовнішньої торгівлі товарами та послугами (експорту) за географічними регіонами, млн дол США

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Європа	23210	24837	22329	32909	33710	145,2
Азія	15591	17 503	20 249	25648	11311	72,5
Америка	4001	4372	4798	7410	5529	138,2
у т.ч. США	3057	3440	3844	5396	4934	161,4
Африка	4260	5153	4193	5832	2231	52,4
Австралія і Океанія	76	111	119	169	221	290,8
- країни ЄС	20585	22141	19848	29230	44456	216,0
- країни СНД	11460	11054	8728	9310	18775	163,8

Згідно наведених даних таблиці 2.2 бачимо, що за останні 5 років найбільшим торговим партнером України стали країни Європейського Союзу. Зокрема, за цей період сума експорту вітчизняних товарів до країн ЄС збільшилась більш ніж удвічі і досягла понад 44 млрд дол США у 2022 році. Доцільно відзначити, що активні воєнні дії не мали негативного впливу на суму експорту до ЄС. Навпаки, у 2022 році його обсяг збільшився 52 % відносно 2021 року. Також протягом досліджуваного періоду відбулось зростання експорту до США та країн СНД на понад 60 %. Проте, до США у 2022 році було експортовано товарів менше ніж у 2021 році. Серед географічних регіонів починаючи із 2018 року до 2022 року відбулось зменшення експорту до Азії та Африки.

Аналіз динамічних змін імпортової складової зовнішньої торгівлі товарами та послугами із різних географічних регіонів так само свідчить, що найбільше імпортується товарів в Україну із Європи і їх обсяг має поступову тенденцію до збільшення. Особливо суттєвим є збільшення імпорту із Америки, що в основному забезпечується за рахунок імпорту товарів та послуг зі США.

Зокрема, за 5 років цей обсяг зріс більш ніж утричі і у 2022 році досяг рівня майже 11,5 млрд дол США. З іншої сторони спостерігається більш ніж трикратне зменшення обсягу імпорту із країн СНД. При тому, що експорт до країн Азії за 5 років знизився на 27,5 %, в той же час імпорт із цих країн зріс на 17 %, що загалом свідчить, про неефективну зовнішньоекономічну політику України у цьому регіоні.

Таблиця 2.3 – Динаміка розподілу зовнішньої торгівлі товарами та послугами (імпорту) за географічними регіонами, млн дол США

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Європа	32061	35 124	29 996	39 250	41 875	130,6
Азія	14652	17 602	16 021	21 242	17 224	117,6
Америка	4516	4 872	4 902	5 642	12 731	281,9
у т.ч. США	3452	3 796	3 827	4 210	11 481	332,6
Африка	880	1 102	837	1 393	537	61,0
Австралія і Океанія	68	117	45	134	227	333,8
- країни ЄС	28510	31 324	27 300	34 074	38 934	136,6
- країни СНД	15774	14 323	9 488	14 303	4 629	29,3

Динаміка вітчизняного експорту та імпорту товарів у розрізі країн світу є важливою складовою аналізу зовнішньоекономічної діяльності країни. Це дає можливість визначити основних торговельних партнерів України, зрозуміти як змінюється співвідношення між країнами та розвивається співпраці. Здійснені розрахунки щодо визначення країн, які є лідерами щодо експорту українських товарів наведено на рисунку 2.3.

Як бачимо на рисунку 2.3, до 2020 року сума експорту десяти країн, у які найбільше експортується вітчизняної продукції була стабільною величиною, коливання в обсягах бали не суттєвими. Виняток становив тільки експорт вітчизняної продукції до Китайської Народної Республіки. Зокрема, починаючи з 2018 року до 2021 року майже в 4 рази зріс обсяг українського експорту і досяг

рівня близько 8 млрд дол США. Це забезпечувалось в основному за рахунок продукції сільського господарства. У 2021 році відносно 2020 року обсяг експорту практично в усі лідируючі країни також зріс. Проте, вже у 2022 році, враховуючи воєнні дії, суттєво знизився експорт вітчизняної продукції до КНР, Турецької та Італійської республік.

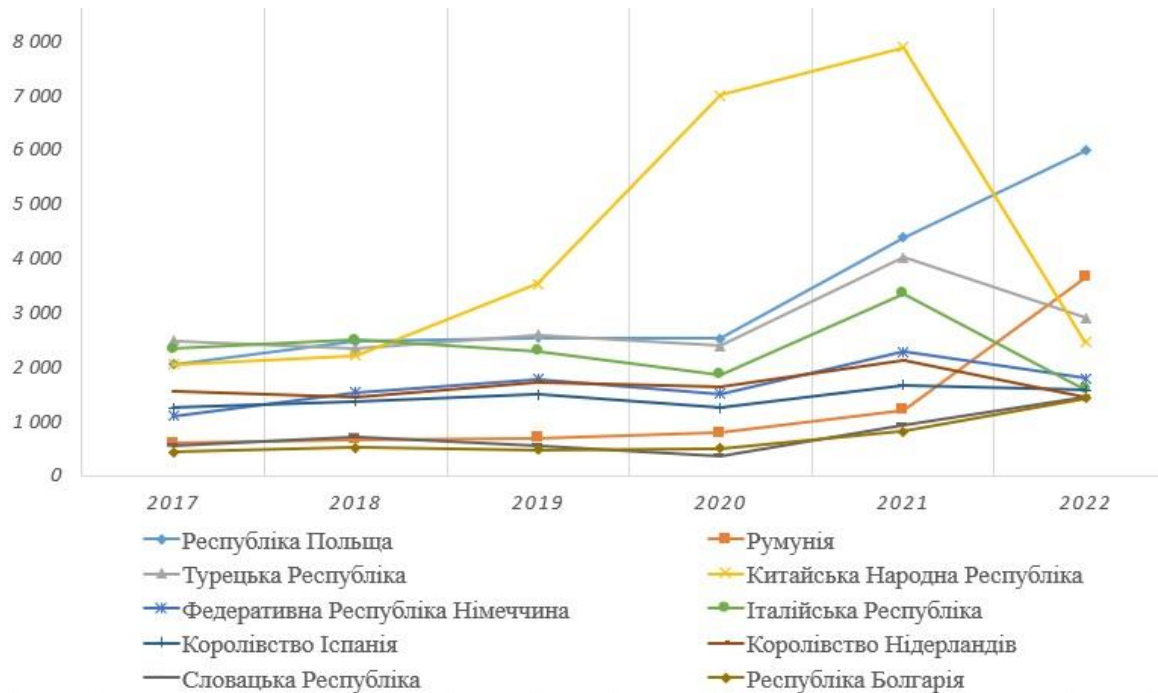


Рис. 2.3. Динаміка експорту товарів в Україну у розрізі країн світу, які є лідерами-експортерами, млн дол США

Зворотною є динаміка експорту до Румунії та Польщі, що пояснюється перерозподілом експортних потоків у зв'язку із блокуванням російськими окупаційними військами акваторії Чорного моря.

Що стосується аналізу імпорту товарів з України у розрізі країн світу, то нами на рисунку 2.4 показано динаміку щодо тих країн, які входять до десяти найбільших імпортерів продукції на вітчизняні ринки.

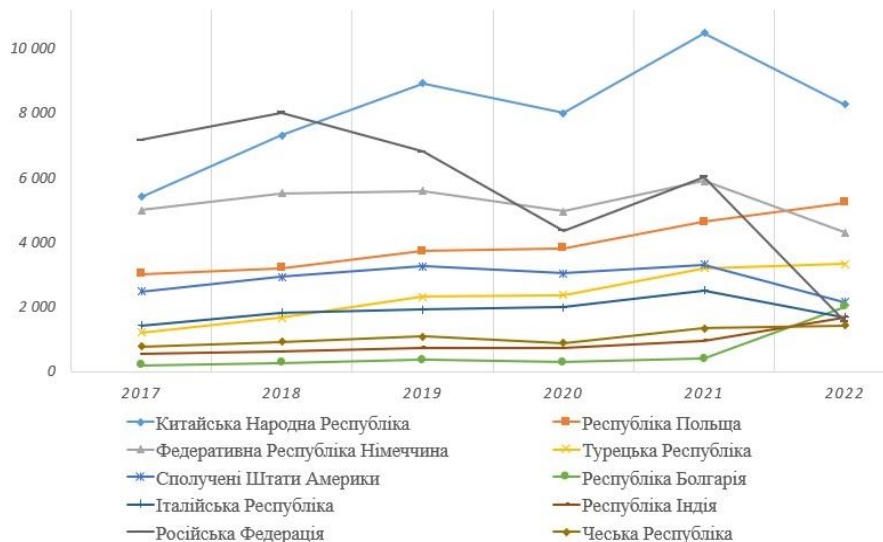


Рис. 2.4. Динаміка імпорту товарів з України у розрізі країн світу, які є лідерами-експортерами, млн дол США

Згідно наведених даних рисунку 2.4 бачимо, що у переважній більшості проаналізованих країн спостерігається стабільна динаміка зросту обсягів імпорту. Винятком із вказаної закономірності є російська федерація із якої імпорт в Україну щорічно, крім 2021 року зменшувався, а також Федеративна Республіка Німеччина та Китайська Народна Республіка, із якої імпорт в Україну до 2021 року суттєво зростав, проте у 2022 році мав тенденцію до зменшення.

Загалом динаміка зовнішньої торгівлі України за останні кілька десятиліть суттєво змінилася. Проте, протягом останніх п'яти років Україна так і не спромоглась покращити зовнішньоторговельний баланс, більше того негативне сальдо зовнішньої торгівлі у 2022 році досягло максимального значення. Звичайно, в основному це пояснюється воєнними діями. Проте, як показує проведений аналіз значна кількість ринків, особливо в Азії та Африці Україна так і не спромоглась розширити для вітчизняних товарів, а суттєве збільшення експорту, наприклад в Румунію та Польщу пояснюється в основному не виготовленням конкурентних товарів, особливо з високою доданою вартістю, і виходом на нові ринки, а перерозподілом каналів збуту вітчизняної аграрної продукції.

2.2. Регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності України

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим елементом економічної системи будь-якої країни, включаючи Україну. Регіональні особливості зовнішньої торгівлі є одним з найважливіших аспектів вивчення зовнішньоекономічних процесів. Україна має складну геополітичну ситуацію, яка впливає на її зовнішньоекономічну діяльність та здатність розвиватися у світовому ринковому середовищі. У зв'язку з цим, дослідження регіональних особливостей зовнішньоекономічної діяльності України має велике значення для розвитку економіки країни та формування її зовнішньої політики.

Україна є унітарною державою, що складається з 27 регіонів, включаючи 24 області, Автономну Республіку Крим та міста зі спеціальним статусом – Київ і Севастополь, кожна з яких має свої унікальні особливості, а станом на сьогодні частина з яких є тимчасово окупованими російською федерацією. Регіони є основою зовнішньоекономічної діяльності України і мають свої відмінності в експорті та імпорті товарів та послуг. Також, регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності визначаються політико-економічними умовами, соціально-економічним становищем, специфікою ринку тощо.

За останнє десятиліття світова торгівля товарами значно зросла і, як очікується, продовжить зростати в найближчі роки. Це зростання значною мірою зумовлене збільшенням ролі регіональних економік та підвищенням рівня економічної інтеграції, зокрема й на місцевому рівні. Проте, як нами вже було досліджено вище, суттєвий вплив на економічне становище України, загалом, і регіонів, зокрема, має російсько-українська війна. Детальніше покажемо зміни обсягів експорту та імпорту у 2022 році відносно 2021 року на рисунку 2.5.



Рис. 2.5. Динаміка зміни зовнішньої торгівлі регіонів України у 2022 році відносно 2021 року, %

Як свідчать розрахункові дані рисунку 2.5, у 2022 році практично у всіх областях відбулось зменшення обсягів як експорту так і імпорту. Найсуттєвіше скорочення відбулось у регіонах, де станом на сьогодні ведуться активні воєнні дії, зокрема у Херсонській, Луганській та Донецькій областях. У той же час у окремих регіонах України відбулось збільшення обсягів експорту та імпорту. Так, імпорт у Чернівецькій області зріс у 2,5 рази у 2022 році відносно 2021 року, при тому відбулось також і зростання експорту на 38,3 %. Також відбулось зростання показників експорту та імпорту у Львівській та Волинській областях. Загальний аналіз свідчить, що в основному збільшення цих показників відбулось в регіонах, які розміщені у західній частині України. Як виняток, є рівень

зовнішньоторговельного обороту в Івано-Франківській області, де показники експорту та імпорту зменшились на 40 %.

За даними проведеного вище дослідження в Україні загалом протягом досліджуваного періоду спостерігалось щорічне негативне зовнішньоторговельне сальдо, яке у 2022 році досягло максимального значення. В регіональному аспекті баланс зовнішньої торгівлі не є однаковим і має специфічні відмінності (таблиця 2.7).

Таблиця 2.4 – Регіональні обсяги зовнішньої торгівлі товарами у 2022 році в Україні

№ п/п	Область	Експорт		Імпорт		Сальдо, млн дол США
		Сума, млн дол США	% до обсягу	Сума, млн дол США	% до обсягу	
1	Вінницька	1601,5	3,6	622,5	1,1	978,9
2	Волинська	1066,6	2,4	2032,3	3,7	-965,7
3	Дніпропетровська	6250,7	14,2	3948,3	7,1	2302,4
4	Донецька	284,1	0,6	139,1	0,3	145,0
5	Житомирська	718,1	1,6	1205,9	2,2	-487,8
6	Закарпатська	1970,5	4,5	1645,4	3,0	325,1
7	Запорізька	2808,7	6,4	1195,3	2,2	1613,4
8	Івано-Франківська	684,6	1,6	597,9	1,1	86,7
9	Київська	2098,8	4,8	3620,7	6,6	-1521,9
10	Кіровоградська	873,4	2,0	249,5	0,5	623,9
11	Луганська	8,7	0,0	12,3	0,0	-3,6
12	Львівська	3025,2	6,9	5387,9	9,7	-2362,7
13	Миколаївська	1643,3	3,7	733,3	1,3	910,0
14	Одеська	2400,4	5,4	2121,5	3,8	278,9
15	Полтавська	1867,0	4,2	1201,0	2,2	666,0
16	Рівненська	744,2	1,7	550,2	1,0	194,0
17	Сумська	724,0	1,6	582,5	1,1	141,5
18	Тернопільська	780,5	1,8	518,2	0,9	262,3
19	Харківська	880,1	2,0	1251,0	2,3	-370,9
20	Херсонська	57,0	0,1	37,0	0,1	20,0
21	Хмельницька	780,2	1,8	707,7	1,3	72,6
22	Черкаська	1295,6	2,9	606,7	1,1	688,9
23	Чернівецька	286,7	0,6	486,2	0,9	-199,5
24	Чернігівська	717,5	1,6	300,4	0,5	417,2
25	м.Київ	10467,8	23,7	22003,1	39,8	-11535,3
	РАЗОМ	44035,2	100	51756,0	100	-7720,7

Як бачимо, згідно аналітичних розрахунків наведених у таблиці 2.7 у дев'яти із 25 наведених регіонів України у 2022 році було негативне сальдо торговельного балансу. Значним у рік активних воєнних дій було переважання імпорту над експортом у Волинській, Київській та Львівській областях. Найсуттєвіший вплив на збільшення негативного сальдо у 2022 році мало місто Київ, на яке припадає майже 40 % загальнодержавного імпорту, що в абсолютних величинах становить 22 млрд дол США. Варто зазначити, що навіть у складних для розвитку економіки умовах є регіони України, зокрема, Дніпропетровська та Запорізькі області, які мають значний обсяг експорту, що забезпечує для них позитивне зовнішньоторговельне сальдо.

Таким чином, регіональні особливості зовнішньоекономічної діяльності України мають значний вплив на економічний розвиток країни. Кожен регіон має свої особливості, які варто враховувати при здійсненні зовнішньоекономічних відносин. Кожен регіон України має як переваги так і недоліки, що визначають їхні можливості для експорту та імпорту товарів.

2.3. Аналіз сучасних тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі товарами Львівського регіону

Зовнішня торгівля є однією з ключових складових економіки будь-якої країни і її регіонів. Львівський регіон не є винятком і має значний потенціал для розвитку зовнішньої торгівлі товарами завдяки своєму географічному розташуванню та розвиненій інфраструктурі. Протягом останніх років спостерігається зміна структури зовнішньої торгівлі та зростання обсягів експорту та імпорту. Аналіз сучасних тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі товарами Львівського регіону є важливим для розуміння потенціалу та перспектив розвитку його економіки.

Враховуючи, що зовнішня торгівля товарами є важливим показником розвитку економіки будь-якого регіону, оскільки вона дозволяє налагоджувати

міжнародні зв'язки та забезпечувати доступ до ринків інших країн, тому нами проаналізовано динаміку експорту та імпорту Львівського регіону (таблиця 2.8).

Таблиця 2.5 – Динаміка зовнішньої торгівлі Львівського регіону

Показник	Роки					2022 р. до 2018 р, %
	2018	2019	2020	2021	2022	
Експорт, млн дол США	1895	2202	2323	2933	3025	159,6
Темп росту, %		116,2	105,5	126,3	103,1	-13,1
Імпорт, млн дол США	2708	3086	3446	4754	5388	199,0
Темп росту, %		114,0	111,7	138,0	113,3	-0,6
Сальдо, млн дол США	-813	-884	-1123	-1821	-2363	290,7

Згідно наведених даних таблиці 2.5 бачимо, що протягом досліджуваного періоду у Львівській області зростали обсяги експорту та імпорту. Проте, імпорт зростає швидшими темпами ніж експорт, що спричинило збільшення негативного зовнішньоторговельного сальдо.

Важливим показником, що характеризує зовнішньоекономічну діяльність країни або регіону є обсяг зовнішньоторговельного обороту. Для досліджуваного Львівського регіону нами здійснено розрахунок цього показника в динаміці (рис. 2.6).

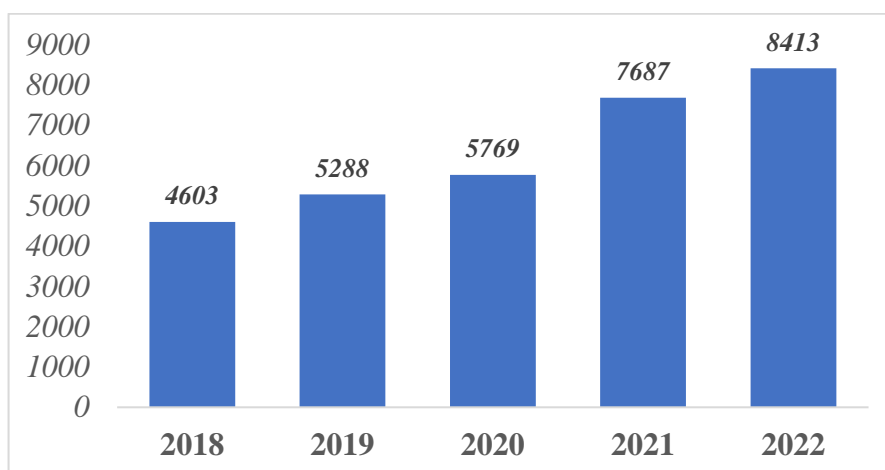


Рис. 2.6. Динаміка зовнішньоторговельного обороту Львівського регіону

Як видно з рисунку 2.6, зовнішньоторговельний оборот Львівщини зростає із 2018 року до 2022 року і досяг 8,4 млрд дол США. Повномасштабне вторгнення російської федерації не мало суттєвого негативного впливу на

зовнішню торгівлю товарами Львівського регіону, оскільки динаміка усі ці роки була збережена.

Товарна структура зовнішньої торгівлі Львівської області відображає співвідношення різних товарів, що експортуються та імпортуються, та дозволяє з'ясувати основні напрямки торгівлі та зрозуміти ступінь спроможності регіону виготовляти та забезпечувати попит на різні види товарів. У роботі здійснено аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі окремими видами товарів Львівської області за останні роки та виявлено основні тенденції в розвитку зовнішньої торгівлі регіону (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Товарна структура зовнішньої торгівлі Львівської області у 2022 році

№ п/п	Назва товару	Експорт		Імпорт	
		Сума, млн дол США	% до обсягу	Сума, млн дол США	% до обсягу
1	Продукти тваринного походження	32,1	1,1	176,4	3,3
2	Продукти рослинного походження	328,4	10,9	394,1	7,3
3	Жири та олії тваринного або рослинного походження	320,4	10,6	13,0	0,2
4	Готові харчові продукти	219,5	7,3	266,3	4,9
5	Мінеральні продукти	340,9	11,3	1774,6	32,9
6	Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	37,5	1,2	271,2	5,0
7	Шкури необроблені, шкіра вичищена	34,6	1,1	90,0	1,7
8	Деревина і вироби з деревини	336,6	11,1	19,7	0,4
9	Маса з деревини або інше	67,3	2,2	110,1	2,0
10	Текстильні матеріали та текстильні вироби	204,4	6,8	482,3	9,0
11	Вироби з каменю, гіпсу, цементу	20,3	0,7	66,2	1,2
12	Недорогоцінні метали та вироби з них	99,6	3,3	260,2	4,8
13	Машини, обладнання та механізми	587,4	19,4	648,4	12,0
14	Різні промислові товари	343,4	11,4	65,7	1,2
15	Інші	52,9	1,7	749,5	13,9
	Усього	3025,2	100,0	5387,9	100,0

Як свідчать дані таблиці 2.6, у 2022 році основними товарами, що експортувались були продукти харчування, машини, обладнання та механізми, а

також різні промислові товари. Однак, існують також перспективні напрямки, такі як електронні компоненти, які знаходяться на стадії розвитку в області. Щодо імпорту, основними товарами є машини та устаткування, мінеральні продукти, текстильні матеріали та текстильні вироби. Однак, зростає імпорт продуктів харчування, що може свідчити про зростання споживчої культури в регіоні.

Узагальнюючи, можна сказати, що товарна структура зовнішньої торгівлі Львівської області є досить різноманітною і має потенціал для розвитку. Проте, необхідно вдосконалювати виробництво та розширювати асортимент товарів, що виготовляються в регіоні, а також забезпечувати якість продукції, що експортується, щоб підвищити конкурентоспроможність та зайнятість населення в Львівського регіону.

Загальний аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі Львівської області показав, що за останні п'ять років спостерігається певна стабільність у напрямках зовнішньої торгівлі. Детальніше проаналізуємо динамічні зміни зовнішньої торгівлі окремими товарами у 2022 році відносно 2021 року на рисунку 2.7.

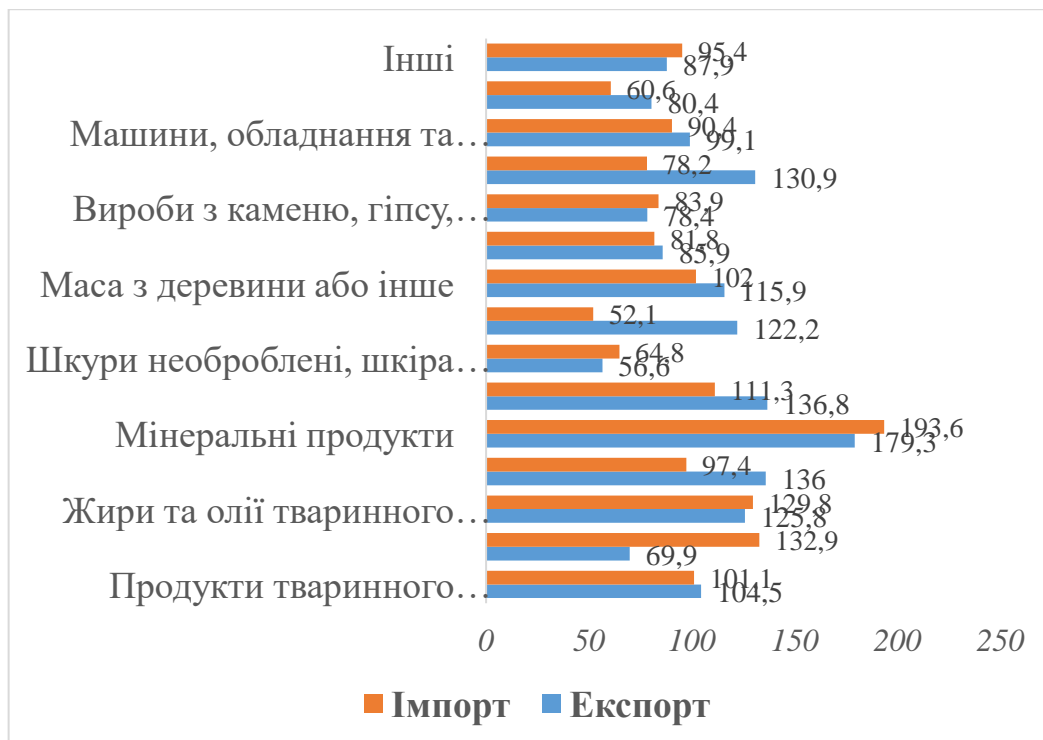


Рис. 2.7. Динаміка зміни зовнішньої торгівлі окремими видами товарів у Львівському регіоні у 2022 році відносно 2021 року, %

З наведеного рисунка бачимо, що експорт і імпорт наведених груп товарів у 2022 році в основному знизився відносно 2021 року. Проте, обсяг експорту та імпорту мінеральних продуктів протягом досліджуваного періоду зріс майже удвічі. Суттєво зріс експорт та імпорт олії, жирів тваринного походження та продукції хімічної промисловості.

Враховуючи, що протягом 2022 року в Україні триває повномасштабна війна, яка має суттєвий вплив на всі сфери життєдіяльності, тому проаналізуємо темпи зміни експорту та імпорту товарів у Львівському регіоні у % до відповідного періоду попереднього року (рис. 2.8 і 2.9).



Рис. 2.8. Темпи зростання (зниження) експорту товарів у Львівському регіоні (у % до відповідного періоду попереднього року)

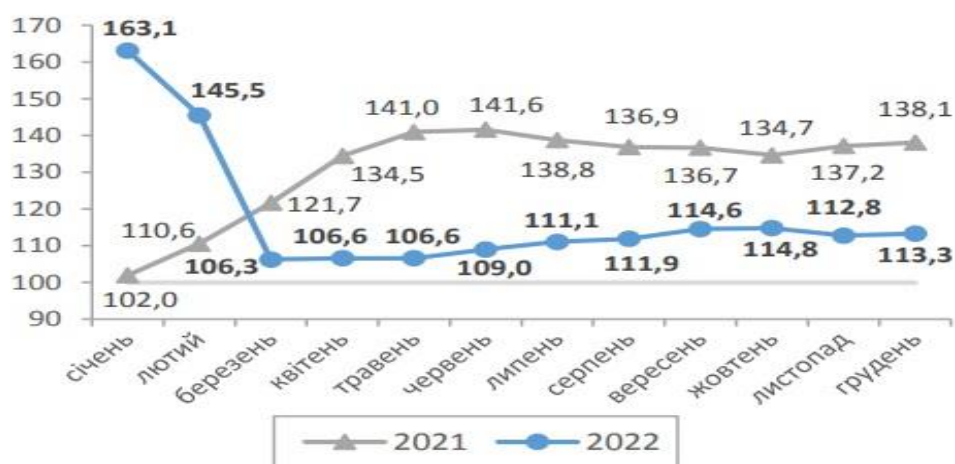


Рис. 2.9. Темпи зростання (зниження) імпорту товарів у Львівському регіоні (у % до відповідного періоду попереднього року)

Як свідчать дані рисунків 2.8 та 2.9, у 2022 році була зворотна тенденція зміни як експорту так і імпорту відносно закономірностей 2021 року. Проте, якщо експорт у 2022 році мав тенденцію поступового зниження, то імпорт у першому кварталі знизився майже до мінімуму і починаючи із квітня до завершення року показник темпів зростання імпорту товарів у Львівському регіоні відповідно до попереднього року поступово зростає.

Львівський регіон відомий своїм потенціалом у виробництві та експорті різноманітних товарів, що забезпечує стабільний розвиток його економіки. При цьому, динаміка географічної структури експорту товарів у регіоні є важливим показником, який впливає на конкурентоспроможність та доходи місцевих підприємств та регіональної економіки загалом (рисунок 2.10).

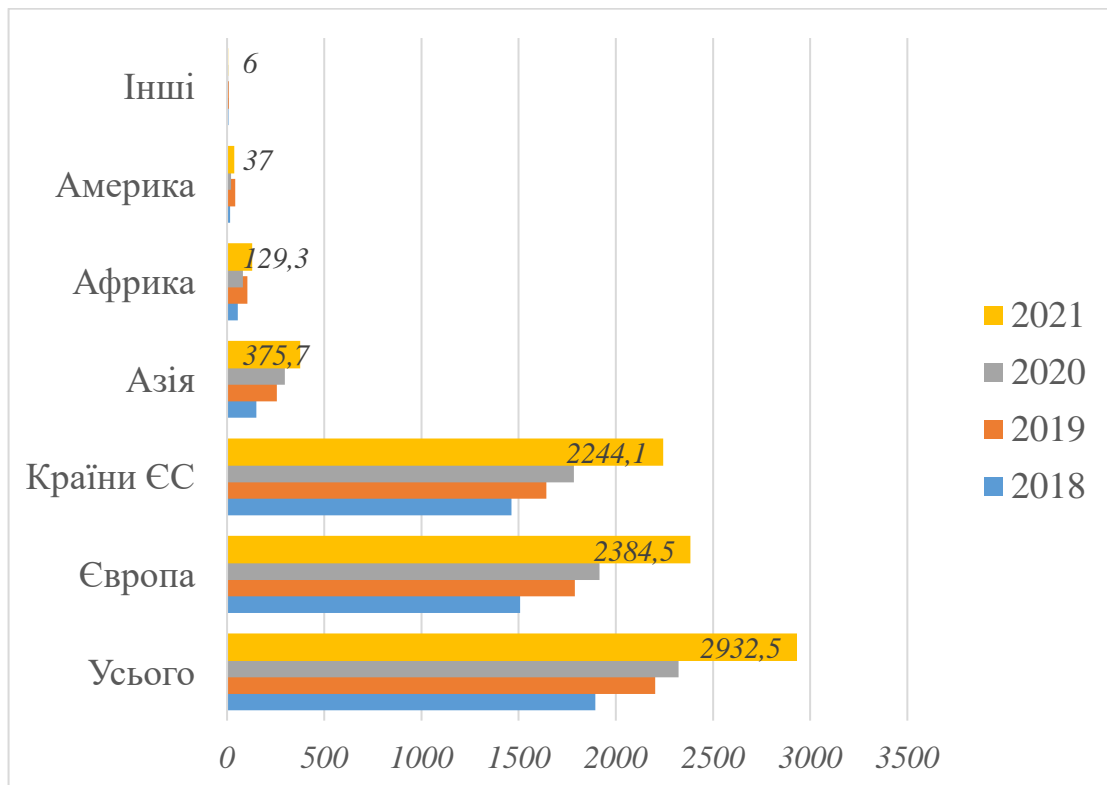


Рис. 2.10. Динаміка географічної структури експорту товарів Львівського регіону, млн дол США

Аналізуючи динаміку географічної структури експорту товарів Львівського регіону за останні роки, можна зробити декілька висновків. Зокрема, можна відзначити суттєве зростання обсягів експорту до Європейського Союзу, що свідчить про збільшення конкурентоспроможності товарів регіону та його

здатності до вивезення якісних продуктів на зовнішні ринки. Також можна зазначити зниження долі експорту до країн Америки та Африки, що може бути пов'язано зі зміною в зовнішньополітичній стратегії країни та частковою проблемою у логістиці.

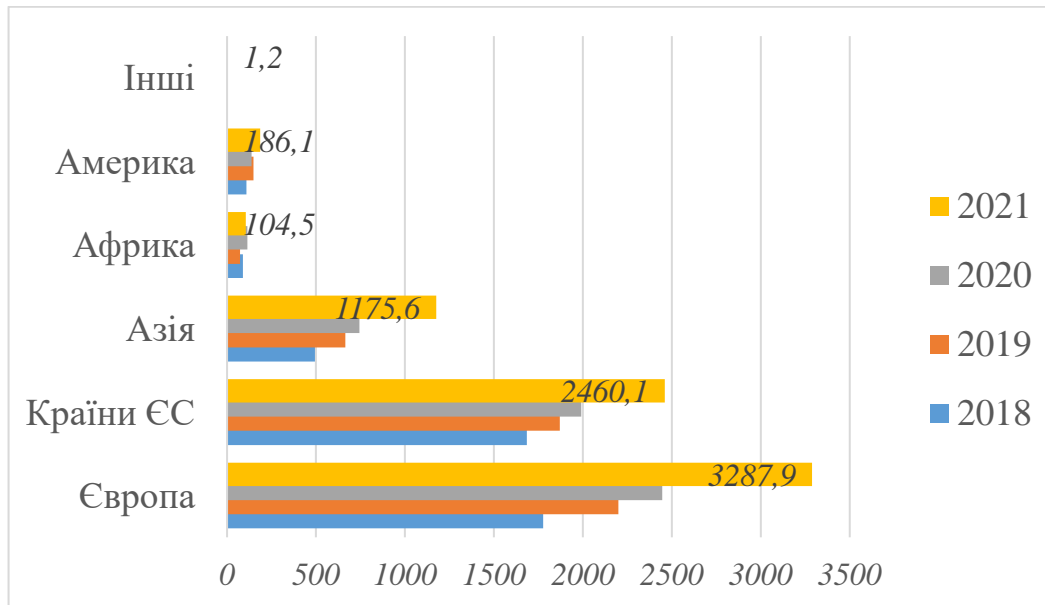


Рис. 2.11. Динаміка географічної структури імпорту товарів Львівського регіону, млн дол США

Проводячи аналіз динаміки географічної структури імпорту товарів Львівського регіону, відзначимо зростання загального обсягу імпорту товарів до регіону, що може бути пов'язано із збільшенням споживчого попиту. Також спостерігається ріст долі імпорту товарів з країн Європейського Союзу, що свідчить про розвиток торгівлі з країнами ЄС та зміцнення економічних зв'язків між ними та Україною.

Для визначення головних партнерів Львівського регіону в міжнародній торгівлі товарами наведемо розрахунок рейтингу країн світу за показником експорту та імпорту товарів Львівського регіону (таблиця 2.7).

З таблиці 2.7 видно, що Європейський Союз є найбільшим торговим партнером регіону. На першому місці за показником експорту товарів знаходиться Польща, яка становить майже третину всього обсягу експорту. На другому та третьому місцях знаходяться Німеччина та Чехія відповідно. Зазначимо, що серед перших 20 країн за обсягами експорту Львівщини лише

шість не є членами ЄС. Щодо імпорту товарів, то на першому місці знаходиться також Польща, на другому та третьому місцях знаходяться Китай та Білорусь відповідно.

Таблиця 2.7 – Рейтинг країн світу за показником експорту та імпорту товарів Львівського регіону

Експорт			Імпорт		
Рейтин- гове місце	Країна	млн дол США	Рейтин- гове місце	Країна	млн дол США
1	Польща	741,4	1	Польща	871,6
2	Німеччина	354,7	2	Китай	552,5
3	Чехія	204,6	3	Білорусь	549,4
4	Данія	175,4	4	Німеччина	466,1
5	Угорщина	141,4	5	Туреччина	322,2
6	Словаччина	123,6	6	Чехія	156,0
7	Румунія	77,7	7	Італія	152,1
8	Китай	68,3	8	Росія	106,8
9	Нідерланди	67,9	9	Литва	99,0
10	Індія	67,7	10	Данія	84,8
11	Австрія	67,4	11	Угорщина	82,9
12	Туреччина	66,1	12	США	78,8
13	Єгипет	60,7	13	Словаччина	78,3
14	Бельгія	45,1	14	Австрія	72,5
15	Франція	44,0	15	Нідерланди	72,0
16	Білорусь	40,7	16	Іспанія	71,7
17	Італія	39,4	17	Великобританія	62,0
18	Молдова	38,4	18	Казахстан	61,3
19	Іспанія	34,3	19	Індія	60,7
20	Литва	33,1	20	Швейцарія	58,2

Таким чином, проведене дослідження свідчить, що зовнішня торгівля товарами Львівського регіону поступово зростає, що свідчить про позитивну динаміку розвитку економіки регіону. Європейський Союз є найбільшим торговим партнером Львівського регіону, і зберігає свою лідерську позицію у зовнішньоторговельній діяльності. У зовнішній торгівлі Львівщини найбільший обсяг товарів становлять продукти харчування, машини, обладнання та механізми, промислові товари, мінеральні продукти, текстильні матеріали та текстильні вироби, що свідчить про відповідну спрямованість економіки регіону.

Отже, на основі аналізу можна стверджувати, що зовнішня торгівля товарами Львівського регіону є важливим чинником для економічного розвитку регіону, і необхідно приділяти достатню увагу її подальшому розвитку та плануванню.

3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНУ

3.1. Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону

Важливим завданням держави є проведення дослідження проблем й розробка дієвих заходів стимулювання всіх суб'єктів господарювання на регіональному рівні стосовно зовнішньоекономічної діяльності.

Можливість збільшення обсягів зовнішньоекономічної діяльності в певному регіоні є в прямій залежності від змін економіко-правового й інституційного середовища, а також від законодавчого регулювання.

З урахуванням наявних перешкод у розвитку євро регіональної співпраці, а також особливостей соціально-економічного розвитку певних регіонів, що виступають головними об'єктами зовнішньоекономічної політики регіонів, варто визначити орієнтири щодо інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності:

- створити систему планування й моніторингу розвитку регіонів, котра буде прозорою та взаємопов'язаною, що забезпечуватиме реалізацію проєктів, міжрегіональну торгівлю та інші;
- уніфікувати понятійний апарат й створити повноцінну систему законодавства щодо зовнішньоекономічної співпраці;
- відновити, модернізувати на законодавчому рівні систему спрощеної реєстрації новостворених підприємств, систему фіскального стимулювання, а також доступної системи управління підприємствами, що дасть можливість до залучення інвестицій у регіони.

За останні роки регіони набувають все більш самостійної ролі в міжнародних відносинах, а також стають ініціаторами у зовнішньоекономічних процесах. Це призводить до необхідності перегляду системи управління регіональним розвитком, що вимагає радикальних змін в підходах до управління. Традиційний підхід зверху донизу замінюється багаторівневим управлінням, що включає більш широкий спектр учасників та розподіл функціональності між

ними. Нова парадигма регіональної політики передбачає перехід до більш комплексної системи управління, що дозволить регіонам бути більш активними учасниками зовнішньоекономічних процесів та забезпечити стабільний розвиток кожного регіону в майбутньому.

Беручи до уваги досвід європейських країн, важливим напрямом є активізація ЗЕД регіону в межах єврорегіональної співпраці, який необхідно розглядати в контексті Угоди про асоціацію із Євросоюзом.

Механізм активізації зовнішньої економічної діяльності регіонів нашої держави є складним багаторівневим утворенням, яке ґрунтується на цілях та інтересах всіх учасників ЗЕД. Для ефективного функціонування даного механізму необхідне чітке інформаційне й інтелектуальне забезпечення ЗЕД, а також відповідна розвинена інфраструктура для реалізації зовнішньоекономічної взаємодії.

Формування даного механізму активізації ЗЕД регіону базується на багаторівневому підході, який передбачає власне інтеграцію світового, національного, регіонального та підприємницького (бізнесового) просторів. У цьому контексті ЗЕД регіону виконує наскрізну функцію, об'єднуючи всі зазначені простори в єдине ціле.

Удосконалення механізму активізації ЗЕД регіону сприяє її інтенсифікації в умовах щодо євроінтеграційних процесів. Для досягнення цього необхідно розробляти та покращувати інфраструктуру для реалізації зовнішньоекономічної взаємодії, а також поліпшувати комунікаційну та транспортну інфраструктуру та цілісно розвивати єврорегіональне співробітництво.

Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) регіону в контексті єврорегіональної співпраці – це комплекс специфічних інструментів й певних методів, які спрямовані на забезпечення ефективного налагодження зовнішньоекономічних зв'язків за допомогою різних форм єврорегіонального співробітництва. Такий механізм передбачає тісну взаємодію між органами влади, представниками територіальних громад, а також суб'єктами господарської діяльності для розвитку міжнародної співпраці та стимулюючими

заходами соціально-економічного розвитку регіону в тому числі й покращення якості життя населення (рис. 3.1).

Удосконалення механізму активізації ЗЕД регіону в умовах єврорегіональної співпраці передбачає використання різних інструментів та методів, які допоможуть забезпечити ефективну взаємодію між всіма учасниками процесу. Це може бути досягнуто за допомогою економічних, адміністративних, організаційних та соціально-психологічних методів впливу. Важливим елементом цього механізму є розвиток інфраструктури, яка сприятиме реалізації зовнішньоекономічної взаємодії та покращенню комунікаційної та транспортної інфраструктури.

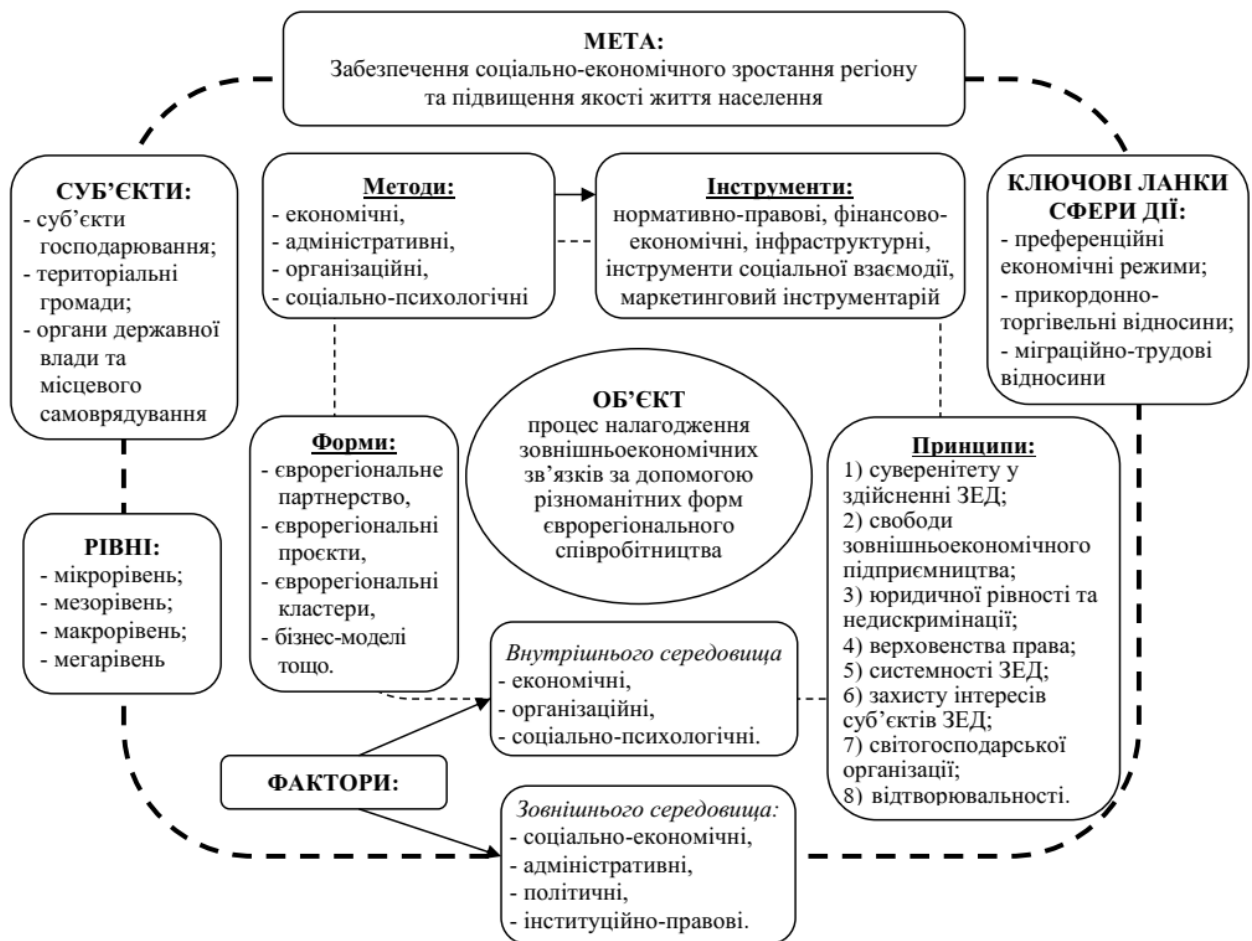


Рис. 3.1. Механізм посилення ЗЕД регіону

Окрім цього, механізм активізації ЗЕД регіону в умовах єврорегіональної співпраці передбачає використання різноманітних форм єврорегіонального співробітництва.

Зовнішній контур механізму активізації ЗЕД регіону включає суб'єкти, рівні, ключові ланки та фактори зовнішнього середовища, що обумовлюють його дію.

Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) регіону в умовах єврорегіональної співпраці передбачає дії керівних та підпорядкованих суб'єктів, котрі відповідають за реалізацію відповідної системи управління зовнішньоекономічними зв'язками. Керівні суб'єкти включають органи державної та місцевої влади, органи місцевого самоврядування, які розробляють та втілюють напрямки розвитку ЗЕД регіону. Підпорядковані суб'єкти – це фізичні та юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність на території країни згідно з її законодавством, а також структурні одиниці суб'єктів господарювання, які не є юридичними особами, такі як філії чи відділення тощо.

У механізмі активізації ЗЕД регіону в умовах єврорегіональної співпраці головним об'єктом виступають взаємовідносини між суб'єктами господарювання, котрі здійснюють експортно-імпортні операції в різних країнах. Це сприяє зростанню економічної конкурентоспроможності регіону, підвищенню продуктивності виробництва та розвитку міжнародних зв'язків.

Об'єктами ЗЕД можуть бути міжнародні економічні відносини, глобальні ринки товарів та послуг, глобальні фінансові ринки, зовнішня торгівля, економічне й науково-технічне співробітництво, іноземні інвестиції, зовнішньоекономічні зв'язки регіонів, а також й інші аспекти міжнародної економічної взаємодії.

Така взаємодія сприяє встановленню партнерських відносин між суб'єктами господарювання різних країн, що позитивно впливає на економічний розвиток регіону в цілому. Зокрема, це дозволяє збільшувати обсяги експорту та імпорту, розширювати ринки збуту, залучати іноземні інвестиції, вдосконалювати технології виробництва та забезпечувати доступ до нових ринків збуту.

Отже, механізм активізації ЗЕД є важливим інструментом для зміцнення економіки регіону та підвищення його конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону складається із кількох рівнів, що визначають специфіку управління ним. На мікрорівні посилення ЗЕД залежить від ступеня залучення підприємств до зовнішньоекономічних відносин. На мезорівні рівень активізації визначається зовнішньоекономічними зв'язками між окремими галузями промисловості певних країн, а також участю регіону в управлінні ЗЕД. Макрорівень відображає роль держави в зовнішньоекономічних відносинах між окремими країнами. Мегарівень відображає комплекс міжнародних економічних відносин й глобалізацію світової економіки. Кожен рівень має свої особливості, які впливають на активізацію ЗЕД регіону.

Аналіз формування зовнішнього контуру механізму посилення ЗЕД регіону дозволяє виявити специфіку впливу суб'єктів на об'єкт шляхом використання факторів, методів, форм та інструментів. До факторів зовнішнього середовища відносяться наступні:

- фактори, які впливають з боку державних механізмів, а саме економічні, політичні, соціальні, адміністративні та інституційно-правові;
- фактори, які впливають з боку ринкових механізмів, такі як економічні та організаційні.

Однак, на сьогодні не можна стверджувати, що механізм ЗЕД має вже цілком сформований та ефективний організаційно-економічний механізм єврорегіональної співпраці, через вплив гальмуючих чинників, які задають цільові орієнтири для його вдосконалення (табл. 3.1).

Внутрішнє середовище є важливим фактором в посиленні зовнішньоекономічної діяльності, оскільки воно формує внутрішній контур будь-якого підприємства. У цьому контексті важливу роль відіграють економічні, організаційні та соціально-психологічні фактори.

До економічних факторів можна віднести капіталовкладення, ціноутворення, стратегічне планування, мотивація й оцінка ризиків. Організаційні фактори включають формування експортного потенціалу, систему менеджменту, маркетингову діяльність, страхування, розрахункові операції,

процес збуту продукції, технологію виробництва, а також ресурсне забезпечення. Соціально-психологічні фактори, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність, охоплюють соціальну безпеку, соціальні гарантії та вмотивованість у здійсненні ЗЕД.

Врахування цих факторів може допомогти підприємствам успішно розвивати свою зовнішньоекономічну діяльність та займати міцну позицію на міжнародному ринку.

Таблиця 3.1 – Чинники, що гальмують розвиток ЗЕД

Фінансово-економічні	Організаційно-правові	Інституційні
<ul style="list-style-type: none"> - недостатність фінансування; - необхідність фінансової підтримки з міжнародних фінансових структур; - зниження рівня життя населення; - зниження економічної активності населення; - вплив трудових ресурсів у більш продуктивне середовище сусідніх країн; - низька інвестиційна привабливість регіонів 	<ul style="list-style-type: none"> - недовіра державної політики євро регіонального співробітництва; - високий рівень суб'єктивізму в прийнятті управлінських рішень; - недосконалість механізмів взаємодії та розподілу повноважень між інституціями держави та регіону; - відсутність системної євро регіональної статистики; - недосконалість механізмів євро регіонального співробітництва 	<ul style="list-style-type: none"> - недовіра євро регіональних структур (євро регіонів); - низький рівень використання зовнішньоекономічного потенціалу регіонів; - відсутність консалтингової та інформаційної підтримки ЗЕД та євро регіональної співпраці; - недостатня інформованість громад щодо проектів євро регіонального співробітництва; - низький рівень уніфікації та імплементованості нормативно-правової бази ЄС у сфері ЗЕД; - військово-політичний конфлікт на Сході України

Для ефективного функціонування механізму посилення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) регіону, виділяють декілька ключових принципів:

1. Суверенітет народу України в забезпеченні ЗЕД.
2. Свобода зовнішньоекономічного підприємництва.
3. Дотримання принципу юридичної рівності та недискримінації.
4. Дотримання верховенства права.
5. Системність ЗЕД є ключовою умовою її ефективного функціонування.
6. Захищеність від негативних впливів суб'єктів ЗЕД.

7. Врахування специфіки світових економічних відносин і їх впливу на міжнародну діяльність регіону.

8. Врахування регіону як важливого елементу національної економічної системи з точки зору відтворювальності у забезпеченні ЗЕД.

Застосування різноманітних методів й інструментів є необхідною умовою посилення ЗЕД регіону. Ці методи можуть бути економічного, адміністративного, організаційного та соціально-психологічного характеру.

Особливо важливими є економічні методи, які реалізують матеріальні інтереси всіх учасників ЗЕД. Ці методи не мають прямої дії і не здатні змусити об'єкти управління до певних дій. Проте, вони можуть забезпечити фінансову підтримку суб'єктів економіки через надання прямих субсидій, певних субвенцій, позик чи пільгового кредитування, формування відповідної системи податкових ставок, державних замовлень та інше. Використання цих економічних методів іноді є складним і потребує врахування різноманітних факторів та обставин.

До економічних методів посилення ЗЕД варто віднести соціально-економічний аналіз регіону, а також оцінку зовнішньоекономічного потенціалу регіону, планування й прогнозування розвитку регіону, та економіко-статистичне моделювання. Використання цих методів дозволяє проводити прогнозування розвитку регіону з метою передбачення позитивних та негативних тенденцій у ЗЕД, корегувати регіональний розвиток та відповідно підвищувати рівень залучення суб'єктів господарювання до міжнародного поділу праці, а також стимулювати використання експортного потенціалу.

До адміністративних методів механізму посилення ЗЕД регіону відносять нормативно-правове й інституційне забезпечення. Адміністративні методи здійснюють централізоване керівництво всіма процесами ЗЕД, що включає і захист національних інтересів, і захист міжнародних відносин. Нормативно-правове забезпечення посилення ЗЕД регіону забезпечується Конституцією України, та відповідними Законами України, Господарським кодексом України,

й іншими нормативно-правовими документами цивільного, кримінального й фінансового права.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) регіону на інституційному рівні є системою заходів законодавчого, виконавчого й контролюючого характеру, метою якої є поліпшення ЗЕД в інтересах національної економіки. Ця система передбачає створення відповідних умов та механізмів для ефективного розвитку відносин суб'єктів господарювання в різних країнах. В Україні регулювання ЗЕД на інституційному рівні здійснюється:

- законодавчими і виконавчими органами влади (ВР України, КМ України, органами місцевого рівня тощо);

- недержавними органами управління в сфері економіки, які діють на основі статутних документів;

- учасниками ЗЕД на основі відповідних договорів, що вони укладають.

Адміністративними методами ЗЕД є:

- ліцензування й квотування продукції;
- заборону певних видів експорту й імпорту продукції;
- застосування відповідних імпорتنих процедур, а також правових режимів;
- забезпечуючі заходи, що спрямовані проти застосування недобросовісної конкуренції, при розгляді спірних питань, що виникають у зв'язку із здійсненням ЗЕД [30].

Організаційні методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) в регіоні є складним процесом, який включає в себе впровадження нових методів та регулювання діяльності існуючих форм ЗЕД. Один із шляхів ефективного регулювання ЗЕД полягає у встановленні тісної міжнародної співпраці через створення сприятливих умов для розвитку економічної кооперації в межах євро регіональних структур, міжнародної торгівлі й спільної господарської діяльності. Це може допомогти регіонам забезпечити більш ефективне використання власних ресурсів та зменшити в майбутньому ризики від зовнішньоекономічної діяльності.

Важливо враховувати, що кожен регіон має свої власні умови для розвитку ЗЕД, тому необхідно здійснювати індивідуальний підхід до впровадження організаційних методів регулювання ЗЕД. При цьому, досвід інших країн може слугувати прикладом для ефективного використання ресурсів та розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Для ефективного розвитку ЗЕД передбачаються різні методи організаційного регулювання, які можуть бути здійснені на державному рівні. Одним з таких методів є стимулювання різноманітних форм посилення ЗЕД в регіоні. Зокрема, до цих форм можна віднести єврорегіональне партнерство, регіональні проекти, регіональні кластери та інші.

Приміром, одним із методів стимулювання ЗЕД є єврорегіональне партнерство, яке передбачає співпрацю між різними регіонами з метою покращення економічного й соціального розвитку. Цей метод дозволяє об'єднати зусилля країн та регіонів для реалізації спільних проектів, розробки нових технологій, а також забезпечення збалансованого розвитку.

Методи посилення зовнішньоекономічної діяльності можуть включати соціально-психологічні способи, які спрямовані як на поліпшення взаємин між працівниками, так й на підтримку психологічного здоров'я колективу. Використання таких методів ґрунтується на моральних засадах по відношенню до праці, перетворюючи це на свідоме зобов'язання за допомогою психологічних прийомів.

Одним з таких способів є соціальні, які базуються на особливостях взаємодії поміж людьми та культурними цінностями. Ці методи можуть бути націлені на сприяння комунікації між працівниками, стимулювання праці та допомогою в розв'язанні конфліктних ситуацій на робочому місці.

Ще одним психологічним способом впливу є використання психологічних мотивів з метою гармонізації відносин між працівниками й формування комфортного психологічного клімату. Це включає розвиток професійних та особистісних компетентностей працівників, створення сприятливих обставин як

для творчої діяльності, так і для забезпечення можливостей саморозвитку та інформальної освіти [16].

Застосування соціально-психологічних методів може позитивно вплинути на умови праці та модернізувати робочі місця, а також підвищити кваліфікацію працівників. Ці способи можуть допомогти створити сприятливий психологічний клімат, що в свою чергу дасть можливість поліпшити продуктивність та ефективність роботи колективу.

Для активізації ЗЕД в Україні використовуються різноманітні програми й проекти регіонального розвитку, що уможливають участь регіонів у цій сфері. Такі ініціативи повинні бути інноваційними, мати достатнє фінансування та заохочувати євро регіональне співробітництво [11]. Важливим в цьому контексті є створення Програми розвитку ЗЕД для регіону.

Україна успішно використовує програмний підхід, який демонструє ефективність у залежності від правильної реалізації програми, забезпеченні контролю за процесом її виконання, а також своєчасного впливу на регулювання цього процесу.

Згідно із загальними тенденціями, євро регіональна політика має встановлювати довгострокові цілі дотримуючись стабільного та послідовного збільшення інвестицій у конкретний регіон. Європейський практика та діяльність забезпечуючих фінансових інституцій показали, що у системах фінансового забезпечення регіонів нашої країни на етапі трансформації, існуючі методи та інструменти управління місцевими фінансами не в повній мірі відповідають вимогам сучасності, та фактично досягли критичної точки [18].

Економічні інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності включають такі заходи як: митний тариф й митні збори, регулювання цін на експортні та імпорتنі товари (послуги), встановлення норм прискореної амортизації, ставки щодо надання й одержання кредитів, ставки щодо страхування експортних кредитів чи позик, а також залучення іноземних інвестицій на територію України [30].

В міжнародній практиці при стимулюванні експорту використовують фінансові пільги, що передбачають повернення митних податків, які сплачені при здійсненні імпорту сировини для використання у виробництві експортних товарів, а також під час звільнення від непрямих податків на окремі категорії дефіцитних матеріалів в певній країні [26].

У контексті поглиблення єврорегіональних процесів, митно-тарифне регулювання відіграє важливу роль у забезпеченні ЗЕД регіону. Це напряду пов'язано із розвитком експортно-імпортних операцій, прикордонної торгівлі та кон'юнктури міжнародних економічних відносин. Ці процеси не лише забезпечують потік товарів та послуг, але й інформації, технологій й інвестицій, які є важливими складовими при створенні належної інфраструктури регіону.

Таким чином, митно-тарифне регулювання повинно враховувати вимоги зовнішнього ринку та сприяти підвищенню дохідності та збільшенню обсягів виробництва. Крім того, фінансові пільги, зокрема повернення митних податків при імпортуванні сировини для експортного виробництва та звільнення від непрямих податків на дефіцитні матеріали, можуть бути використані для стимулювання експортної діяльності.

У своєму комплексі, економічні інструменти регулювання ЗЕД, такі як митний тариф, ціни на експортовані чи імпортовані товари, норми прискореної амортизації, ставки кредитів й страхування експортних кредитів або позик, а також іноземні інвестиції, виконують важливу роль у забезпеченні ефективної ЗЕД регіону [10].

Основною метою в процесі регулювання зовнішньої торговельної системи вважається інтеграція зовнішньоторговельного комплексу окремої країни до світової торговельної системи, тому ефективними інструментами торговельної політики є мито, а також митно-тарифні заходи. Вони допомагають захищати національних виробників при взаємодії зі світовим ринком.

Крім того, варто зосередитися на вдосконаленні інфраструктури ЗЕД, що включає фінансову, виробничо-технологічну, а також інформаційну складові. Особливу увагу слід звернути на розвиток власне прикордонної інфраструктури

шляхом модернізації існуючих та відкриттям нових пунктів пропуску, які забезпечать більшу мобільність мешканців прикордонних територій.

У Європейському Союзі розроблено та ефективно діють різноманітні організаційні форми зовнішньоекономічної діяльності в контексті єврорегіональної співпраці. Такими формами на сьогодні є: території пріоритетного розвитку, преференційні економічні режими та безмитні зони, технопарки й бізнес-інкубатори, кластери та інші. Метою даних форм є підтримка й розвиток міжрегіональної співпраці, а також покращення зовнішньоекономічних зв'язків з прикордонними територіями сусідніх держав.

Україні варто використовувати ці форми для покращення економічного розвитку своїх територій, але поки що вони застосовуються не в повному обсязі.

Вагому роль у зовнішньоекономічній діяльності виконує інформаційна інфраструктура забезпечуючи інтеграційну функцію. Для поширення інформації в сфері ЗЕД застосовуються різноманітні інструменти, такі як інформаційні онлайн-ресурси та платформи, центри трансферу технологій, патентні бюро й маркетингові центри, що всіляко сприяють у просуванні інновацій як на внутрішньому та і на зовнішньому ринках. Важливим напрямком є організація доступності та своєчасного отримання інформації щодо міжрегіонального співробітництва, в тому числі з ЄС. Для цього можна використовувати різні інструменти, наприклад, забезпечувати інтернет-комунікації територіальних громад, що сприяти розвитку ефективного співробітництва та забезпечити реалізацію різних проєктів в сферах ЗЕД.

Вагомий вплив у розвитку регіону також мають й інструменти соціальної взаємодії в ЗЕД, оскільки успіх не залежить лише від наявності новітніх технологій, але й від якісних соціальних зв'язків. Соціальні мережі, які об'єднують учасників інноваційного процесу, такі як науково-освітні установи, бізнес-спільноти, громадські організації, органи влади повинні цілісно працювати на засадах соціального партнерства, формувати соціальний капітал, який є необхідним та важливим елементом інноваційного середовища.

У суспільстві, де є нестача соціального капіталу, тобто низька взаємодія між людьми, відсутні ефективні комунікації та невисокий рівень довіри, неможлива ефективна співпраця [18]. У політичному аспекті ЄС велика увага приділяється формуванню інноваційного середовища, суспільства й культури, інноваційної спроможності, а також сприйнятливості суспільства. Для налагодження відкритого суспільного діалогу створюються різноманітні технологічні платформи, корпоративні бізнес-мережі, організації підприємницького руху, форуми громадського суспільства, дискусійно-інформаційні майданчики, що слугують для визначення соціально-економічних потреб регіону, бізнесу та громадян [4].

Важливо підкреслити, що успішне впровадження механізму посилення ЗЕД вимагає ефективного застосування певних маркетингових інструментів. В сучасному етапі економічних трансформацій в Україні міжнародний маркетинг є важливою складовою державної регіональної політики, яка сприятиме розвитку та стійкому економічному зростанню регіонів, їх інтеграції в загальнодержавний та світовий економічний простір. Міжнародний маркетинг забезпечує стимулювання зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в транскордонних регіонах.

В умовах поглиблення європейської інтеграції України, роль рекламно-промоційної діяльності стає все більш важливішою, а також значення механізму реалізації спільних інвестиційних продуктів й бізнес-ідей дедалі збільшується [36].

Регіони, які зосереджують свої маркетингові зусилля на комплексному вирішенні актуальних проблем, досягають кращих результатів у соціально-економічному розвитку. Це включає ефективну реалізацію основних функцій території як місця проживання, відпочинку та господарювання, покращення методів управління й інфраструктури, а також підвищення конкурентоспроможності підприємств в даному регіоні.

Усе це можна досягти шляхом посилення зовнішньоекономічних зв'язків відповідних регіонів. Таким чином, на сучасному етапі економічних

трансформацій в Україні, міжнародний маркетинг є важливою складовою інструментарією забезпечення державної регіональної політики. Його основна мета полягає у розвитку та стійкому економічному зростанню регіонів, їх інтеграції в загальнодержавний та світовий економічний простір, а також стимулюванні зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності у регіонах.

Сьогодні існують всі передумови для впровадження та розвитку інтегрованих структурних елементів, таких як, приміром, оптові посередники. Такі структури, як торгівельні дома, ярмарки, брокерські й дилерські посередницькі організації власне покликані забезпечувати функції складування, зберігання, переробки, відвантаження, а також логістичного переміщення продукції. Важливим рішенням для регіонів, що активно розвивають свої зв'язки або планують їх посилення, може бути створення сервісного міжрегіонального маркетингового центру, що здатний забезпечити торгівельні, фінансові та інформаційно-комунікаційні операції. Такий центр може забезпечити ефективність торговельних зв'язків, що формуються за посередництвом цього центру, та сприяти реалізації економічних інтересів зацікавлених регіонів.

Вкрай необхідним інструментом для розвитку регіону є брендинг території. Дослідження в цьому аспекті доводять, що територію можна брендувати як товар або послугу, метою якого є покращення її загальної привабливості. Брендинг впливає як загалом на маркетингову діяльність, а також й на розвиток регіону в цілому, що забезпечує покращення різних параметрів діяльності, включаючи посилення зовнішньоекономічних зв'язків між певними підприємствами, організаціями та місцевими громадами. Брендкування регіону надає йому додаткової привабливості, тому важливо кожному регіону знайти ті унікальні особливості, які виокремлюватимуть його посеред інших [25].

Отже, комплексне впровадження зазначених пріоритетних елементів управління зовнішньоекономічною діяльністю сприятиме поширенню європейського та міжнародного досвіду господарювання в нашій державі, забезпеченні переходу від торгівельних до товарно-інвестиційних взаємозв'язків, розвитку міжнародної кооперації, більш ширшому залученню іноземних

інвестицій, а також створенню необхідних умов для покращення та розвитку малого й середнього бізнесу на території регіону.

3.2. Маркетинг територій як інструмент формування іміджу в зовнішньоекономічній діяльності регіону

Для того, щоб регіони змогли розширити власні можливості в зовнішньоекономічній діяльності, вони повинні володіти навичками залучення інвесторів, створенням нових підприємств, бути привабливими для нових мешканців та туристів. Аналогічно до товарів та послуг, території також потребують впровадження маркетингових заходів. Маркетинг територій – це стратегія розвитку території, яка відповідає на потреби та очікування цільових ринків. Головною метою маркетингу територій є визначення ресурсів, які мають конкурентні регіони, та знаходження шляхів диференціювання й позиціонування своєї території, щоб виокремлюватися в свідомості цільових груп. Маркетинг територій допомагає не лише просувати територію на ринку, але й забезпечує її розвиток. Він допомагає потенційним покупцям якнайшвидше виявляти проблеми, що напряду пов'язані із регіоном.

Основними цілями маркетингу територій є досягнення таких результатів:

1. Збереження або ж підвищення конкурентоспроможності підприємств, що розміщені в регіоні. Це досягається шляхом забезпечення оптимального середовища для розвитку бізнесу та сприяння ефективній взаємодії між підприємствами.
2. Покращення рівня ідентифікації громадян на території проживання. Це означає підвищення рівня свідомості й патріотизму населення щодо своєї місцевості, залучення їх до активної участі у житті громади, а також підвищення рівня задоволеності життям.
3. Залучення нових компаній до регіону. Це може бути досягнуто шляхом просування та рекламування переваг регіону, створення сприятливого

інвестиційного клімату, а також забезпечення розвитку цілісної інфраструктури.

4. Підвищення пізнаваності та рівня популярності певної території в межах регіону та поза ним. Це означає підвищення рівня відвідуваності регіону туристами, збільшення обсягу іноземних інвестицій та встановлення партнерських зв'язків з іншими сусідніми регіонами.

Основними чинниками, що визначають необхідність активного впровадження маркетингу територій до інструментів реалізації регіональної політики є:

- 1) необхідність віднайти своє місце на ринку серед подібних територій - брендів у світі, що вже мають визначену чітку нішу, наприклад, Париж із туристичною привабливістю, Німеччина з автомобільною міццю, Лондон як потужний фінансовий центр тощо;

- 2) зростання відповідальності територій за впровадження та застосування власного маркетингу: невеликі міста повинні знайти свої власні напрями розвитку, які дозволять їм виокремитися на ринку;

- 3) технологічний та комунікаційний розвиток, які перетворили старі уявлення про те, що тільки великі міста, центри чи мегаполіси, можуть змагатися у сфері фінансових, інформаційних, соціально-управлінських послуг. Варто зосереджувати увагу на тому, що такі послуги можуть бути доступні на різних територіях, в тому числі к невеликих містах чи селах;

- 4) важливість створення позитивного іміджу території, здійснення рекламно-інформаційних заходів (слогани, візуалізація символіки, сайт, соціальні мережі тощо).

В загальному розумінні маркетинг територій є орієнтованим на потенційні ринки, такі як:

- виробники товарів чи послуг, які можуть бути потенційно розміщені на території;
- штаб-квартири або регіональні представництва компаній;

- зовнішні інвестиційні надходження, які можуть бути привабливими для розвитку регіону;
- експортні ринки, де важливу увагу відіграє місце походження товару, географічне зазначення та брендинг;
- туризм та готельно-ресторанний бізнес, що можуть забезпечити додатковий дохід території;
- нові мешканці, зокрема кваліфікована робоча сила, котрі можуть стати важливим ресурсом для розвитку регіону.

Головними методами маркетингу територій (регіонів) є: іміджевий маркетинг, маркетинг визначних пам'яток та історичних місць, інфраструктурний маркетинг, а також маркетинг осіб. Однак, ефективність маркетингових заходів можлива лише при комплексному розвитку внутрішнього середовища, інфраструктури та соціальної сфери регіону. Це означає, що створений імідж повинен відповідати реальному стану розвитку території.

Незважаючи на складні зовнішні та внутрішні обставини, території мають значний потенціал для поліпшення власної конкурентоспроможності завдяки їх ресурсам та трудовому потенціалу. Стратегічне ринкове планування надає маркетингові інструменти територіям і можливості ефективно відповідати на виклики сьогодення конкурентного середовища.

Імідж території є результатом сприйняття людьми переконань, уявлень, а також вражень щодо певної території. Кожна людина може мати власне особисте сприйняття території, що відрізняється від інших. Наприклад, Будапешт та Туреччина мають різні акценти іміджу для різних людей.

Стратегічне управління іміджом території є постійним процесом вивчення того, як люди сприймають дану територію, які у них уявлення та враження про неї. Для цього важливо проаналізувати різні аудиторії та виявити цільові групи, які необхідно залучити. Також потрібно правильно підходити до позиціонування визначних пам'яток, щоб вони виокремлювали та сприяли бажаному іміджу території. Для успішного управління іміджом необхідно розповсюджувати необхідну інформацію в цільових групах.

Імідж території повинен відповідати певним критеріям: він повинен відображати реальний стан речей, бути правдоподібним, зрозумілим, привабливим та оригінальним.

Імідж має відповідати певним критеріям: відповідати дійсності; бути правдоподібним; бути простим; бути привабливим; бути оригінальним.

До інструментів по формування іміджу відносять:

- 1) слогани й позиціонування,
- 2) візуалізаційні символи,
- 3) події та забезпечуючі дії.

В процесі розвитку іміджу регіону першим кроком є визначення цільової аудиторії та її готовності здійснити цільову поведінку.

Щоб покращити свої конкурентні позиції, регіони можуть застосовувати один з шести стратегічних кроків:

1. Збільшення залучення туристів, в тому числі й ділових відвідувачів.
2. Залучення бізнесу з інших територій. В сьогоденні умовах вагоме значення відіграють території з нецінові фактори, особливої уваги заслуговують регіони з науковими, освітницькими та науково-дослідними установами, з міжнародними партнерськими відносинами, а також високим показником якості життя.
3. Утримання та можливість розширення існуючого бізнесу через здійснення діалогу між керівниками підприємств й представниками територіальної влади, залучення підприємств до розробки та впровадження стратегій маркетингу регіону, надання житла для працівників компаній, та можливістю щодо об'єднання зусиль перед викликами та загрозами (лобіювання певних інтересів як на національному так і на світовому рівнях).
4. Стимулювання щодо розвитку середнього та малого бізнесу, а також сприяння новоствореним підприємствам.
5. Зростання обсягів експорту й залучення іноземних інвестицій шляхом інформування про регіон як території з виробництвом конкурентоспроможних товарів й послуг.

6. Збільшення чисельності мешканців або ж вплив на зміну структури населення, зокрема залучення висококваліфікованих спеціалістів [22].

Інформування про країну та її регіони, спрямоване на зовнішнє середовище, а також інформування вітчизняних виробників про особливості ведення бізнесу на світовому ринку відіграють важливу роль у підвищенні ділової активності в регіонах. Місцева влада та її співпраця з місцевим бізнесом має визначальну роль в цьому процесі.

Для підтримки обізнаності з регіоном й просування української продукції на зовнішні ринки зазвичай використовуються такі два напрямки: по-перше, максимальне інформування про регіон і забезпечення рекламної компанії території, де знаходяться товаровиробники продукції (послуг), за допомогою створення позитивного іміджу території та впровадженням ринкових й інституційних перетворень; по-друге, рекламування конкретної продукції підприємств-виробників з удосконаленням експортоорієнтованих товарів, що є невід'ємною частиною політики стимулювання експорту.

Успішна реалізація цих напрямків потребує ефективної співпраці місцевої влади з місцевими бізнес-структурами. Це забезпечить стабільний економічний розвиток регіону та високу конкурентоздатність підприємств на міжнародному ринку.

Крім того, разом із використанням рекламно-комунікаційних заходів регіону можна забезпечити просування конкурентоспроможної продукції. Головним завданням в цьому контексті є створення рекламних промоцій, які сприятимуть збільшенню як престижу регіону так і підприємств-експортерів, а також поєднання цих брендів. У контексті зовнішньоекономічної діяльності регіону, маркетингова концепція взаємовідносин набуває вагомого значення.

Сучасні світові тенденції розвитку місцевого управління зумовлені зрушенням ієрархічно відомчих моделей влади. Спочатку, це призвело до концепції «нового державного управління» з децентралізацією організаційних структур, а пізніше до концепції «ефективного управління» з виокремленим мережним, інформаційним та гнучким моделювання організації. Нині,

партнерська концепція маркетингу взаємовідносин стає все більш актуальною в контексті розвитку муніципального управління.

Концепція маркетингу взаємовідносин націлена на створення довгострокових партнерських відносин між всіма учасниками ринку. Одне з трактувань концепції маркетингу взаємовідносин, запропоноване Ф. Котлером, полягає в тому, що маркетинг взаємовідносин – це процес створення, підтримки та розширення міцних та взаємовигідних відносин зі споживачами ринку або іншими зацікавленими індивідами [22, 23].

Концепція маркетингу взаємовідносин базується на декількох принципах, серед яких можна виділити такі:

- співпраця та кооперація між виробниками, постачальниками та споживачами продукції;
- взаємна користь;
- фокус на довгострокову перспективу взаємовідносин;
- взаємодовіра між учасниками ринку;
- стійкість й неперервність взаємовідносин;
- чесність і порядність всіх учасників співпраці.

Популярність концепції маркетингу взаємовідносин пояснюється збільшенням конфліктів у сучасному процесі глобалізації. З одного боку, глобалізація породжує зовсім нові форми співпраці, а з іншого – агресивну та руйнівну конкуренцію. Стандартизація виробництва продукції та послуг також призвели до ситуації, коли єдиним способом залучення та утримання споживача стає формування з ним особистісних, довгострокових відносин, їх індивідуалізація й персоніфікація.

Успішність концепції маркетингу взаємовідносин залежить від наступних факторів:

а) доступність, прозорість та зрозумілість комунікації, які забезпечують основу довгострокових партнерських відносин;

б) персональні контакти, професійна компетентність та нові технології, які значно поліпшують діалог з окремими цільовими групами;

в) глибокі знання щодо властивостей, намірів та мотивів цільових груп, що дають змогу працювати за індивідуальним та концептуальним сегментом;

г) інвестування у програму маркетингу взаємовідносин, що породжує розуміння здійснюваних витрат як вкладення у вигляді довгострокових інвестицій.

Ефективність структури партнерських відносин залежить від того, наскільки системно принципи маркетингу взаємовідносин будуть впроваджуватись на різних рівнях діяльності: державному, галузевому, регіональному (територіальному), кластерному та підприємницькому (рис. 3.2).

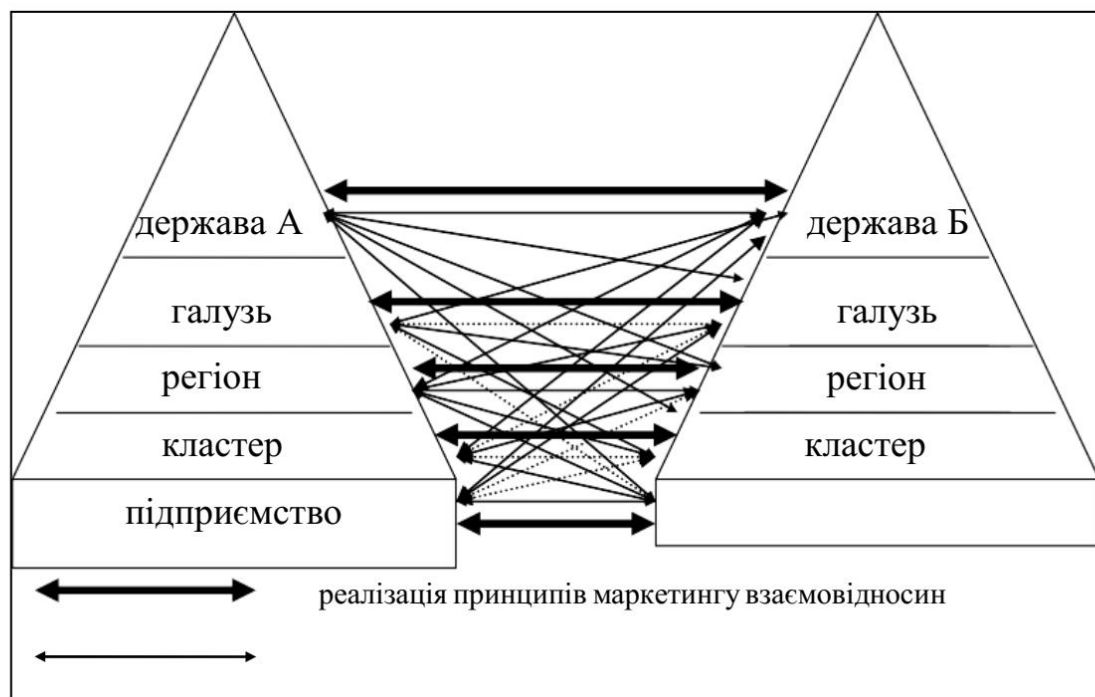


Рис.3.2. Модель побудови концепції маркетингу взаємовідносин на різних рівнях.

Зокрема, якщо дві країни перебувають у військовому або політичному конфлікті, або ж ведуть торговельні війни, то окремій компанії в даній країні буде надзвичайно складно побудувати довгострокові партнерські відносини з фірмою в іншій державі через відсутність взаємодовіри – це один із визначальних принципів маркетингу взаємовідносин. Крім того, якщо промисловий кластер однієї країни має негативний імідж на світовій арені, то окремим компаніям даного кластеру буде важко довести свою надійність та перспективність перед закордонними партнерами. Тому принципи маркетингу взаємовідносин повинні

бути реалізовані комплексно на всіх рівнях, включаючи державний, галузевий, регіональний, кластерний та підприємницький.

У рамках партнерської концепції, маркетинг території передбачає зміну позицій органів влади в ділове партнерство з територіальною громадою та підприємницьким бізнес-сектором. Органи місцевого самоврядування все більше усвідомлюють важливість підтримки населення та соціального капіталу залучаючи громаду до формулювання завдань щодо управління соціальними об'єктами, а також безпосередньої участі в контролі стосовно їх реалізації.

Концепція формування та збільшення соціального капіталу базується на ідеї, що повнота якості соціальних відносин може принести економічну вигоду. Це досягається в суспільствах, які мають спільну національну ідею та орієнтуються на розширення можливостей розвитку, зменшення соціальної нерівності та інтеграцію вразливих та різнокультурних верств у суспільне життя.

Одним з головних аспектів цієї концепції є те, що соціальний капітал може бути розглянутий як ресурс, який можна нарощувати та використовувати для досягнення соціально-економічних цілей. Цей ресурс складається зі зв'язків, довіри, норм і цінностей, які існують між людьми в суспільстві.

Для формування та збільшення соціального капіталу необхідно розвивати соціальні відносини, зокрема збільшувати рівень довіри між людьми та встановлювати позитивні норми, практики і цінності. Це може бути досягнуто через спільні проекти, заходи та ініціативи, які об'єднують різні групи людей у суспільстві.

Концепція регіональної політики розвитку соціального капіталу полягає в тому, щоб розширити соціальний капітал, який існує на індивідуальному рівні, до меж загального – територіальної громади. Це досягається шляхом залучення осіб громади до процесу прийняття стратегічних рішень та до розроблення та виконання регіональної політики соціально-економічного характеру. Окрім цього, регіональна політика повинна передбачати заходи, що спрямовані на зміцнення у соціальній єдності та громадянській свідомості громадян регіону.

Участь громадськості в розробці національної й регіональної політики розвитку в Україні є досить слабкою, малорозвиненою. Однак, існують в окремих регіонах та громадах приклади щодо забезпечення принципів соціального партнерства. Серед цих прикладів можна виділити такі, як залучення влади, бізнесу й громади в напрямі організації та розробки стратегічних планів з підвищення конкурентоспроможності територій.

Міжнародні дослідження в цій сфері вказують на такі залежності між елементами соціального капіталу й соціально-економічним піднесенням країни чи регіону:

1. Збільшення рівня довіри на 1% призводить до збільшення ВВП на 0,3%.
2. Збільшення рівня довіри на 10% призводить до зросту ВВП на душу населення приблизно на 0,8%. Крім того, зростання громадської взаємодії на 8% на пряму пов'язане зі зростанням ВВП більш, ніж на 1%.
3. Збільшення рівня довіри на 1% призводить до збільшення на 8% ефективності в судовій галузі, на 3% зменшення корупції, на 3% скорочення бюрократії та 5% послаблення податкового тиску [6].

Ефективна регіональна й державна політика щодо залучення соціального капіталу до розвитку регіону надасть такі переваги:

I. На місцевому рівні:

- зменшення витрат на укладання угод та операції;
- поширення суспільно-орієнтованої поведінки серед громадян;
- покращання морально-психологічного стану населення;
- надання більш широких можливостей доступу до освіти та професійного розвитку;
- покращення якісних показників рівня життя в окремому регіоні.

II. На регіональному й державному рівнях:

- зростання прихильності та лояльності населення до влади;
- залучення інтелектуального трудового потенціалу громади до розв'язання проблем регіонального характеру;
- зменшення рівня злочинності, випадків кримінального характеру;

- збільшення соціально-економічних показників регіону;
- встановлення партнерського діалогу між владою, підприємництвом та громадою тощо.

Країни з розвинутим громадянським суспільством використовують ефективні інструменти для збільшення соціального капіталу. Україна може реалізувати деякі з цих інструментів за умови наявних повноважень місцевої й регіональної влади. До таких інструментів можна віднести:

1. Міжмуніципальне співробітництво, що дозволяє об'єднувати зусилля місцевих громад для досягнення спільних цілей.
2. Подальше впровадження мережевих інструментів, приміром, концепція «електронного уряду», що полегшує доступність громадян до державних послуг та необхідної інформації.
3. Підвищення соціальної відповідальності бізнесу на регіональному рівні, що допомагає залучати інвестиції в розвиток місцевості та підтримувати соціально важливі проекти.
4. Створення ділових партнерських стосунків для розвитку місцевості, що об'єднує різні зацікавлені сторони у спільній роботі над розвитком місцевої громади.
5. Розмаїті форми консультування зі громадськістю, такі як консультативні опитування, публічні слухання й обговорювання, місцеві ініціативи, стратегічне планування подальшого розвитку громади при залученні представників різних спільнот та інше.

Важливо зазначити, що реалізація даних інструментів вимагає належної уваги та підтримки з боку місцевої та регіональної влади, а також активної участі громадян та бізнесу.

За останні роки у міжнародній практиці набули популярності моделі багатовекторного фінансування соціальної інфраструктури. Цей підхід передбачає поєднання як бюджетних так і позабюджетних ресурсів для забезпечення додаткових коштів на вирішення соціально важливих потреб населення. Такий підхід також забезпечує сталість функціонування інституцій

освіти, охорони здоров'я, науки, культури й мистецтва, а також інших важливих складових соціальної інфраструктури.

Соціальна політика України не в повному обсязі враховувала потенційно широкий діапазон всіх соціальних процесів. Це призвело до того, що держава стала головним учасником у соціальній політиці. Проте досвід показує, що держава не здатна повністю забезпечити соціальний захист населення. У зв'язку з цим зростає значення соціально відповідального управління та фінансових можливостей підприємств для зменшення соціальної напруги в регіоні.

Для переходу до інноваційної соціально-орієнтованої моделі економіки необхідна побудова ефективних механізмів взаємодії територіальної громади, підприємництва та держави. Ці механізми мають бути спрямовані на координацію зусиль усіх учасників, забезпечуючи врахування інтересів всіх соціальних груп суспільства, а також бізнесу при опрацюванні та здійсненні соціально-економічної політики. Розвиток міжсекторної соціальної взаємодії мають вирішувати налагоджені партнерства щодо розвитку місцевості, які є ефективними майданчиками у взаємодії громади, підприємництва та держави. Вони повинні координувати зусилля усіх сторін, забезпечувати врахування позицій та інтересів багатоманітних соціальних груп суспільства й бізнесу при впровадженні соціально-економічної політики.

Існує досить велика розгалуженість щодо форм створення партнерства розвитку місцевості, таких як зона соціального підприємництва, соціальний консорціум, фонд соціально-відповідальних інвестицій, фонд місцевих громад та інше. Партнерства можуть включати учасників з місцевих органів влади (територіальні громади), бізнесу, депутатів, представників закладів освіти, громадських організацій, агентств регіонального розвитку та інших інституцій розвитку територій, служб зайнятості. Взаємодія громади, бізнесу та держави в рамках таких партнерств спрямована на забезпечення координації зусиль, врахування інтересів різних соціальних груп суспільства та бізнесу при розробці та проведенні соціально-економічної політики розвитку місцевості [6].

Отож, партнерства розвитку територій можуть сприяти активізації міжсекторного соціального партнерства, яке забезпечить взаємодію між секторами та зменшить комунікаційні бар'єри. Це створить майданчик для конструктивного діалогу та в подальшому забезпечить, щоб кожна зацікавлена сторона мала голос нарівні з іншими. Саме з такого підходу формується регіональна громада в основі якої переважатимуть принципи концепції маркетингу взаємовідносин.

Активна співпраця та партнерство бізнесу, влади та громади в рамках розвитку територій дозволить створити дієві механізми щодо реалізації регіональної стратегії підвищення конкурентоспроможності території та її економічного розвитку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Здійснивши аналіз зовнішньоекономічної діяльності України та регіону (на прикладі Львівської області) можна зробити такі висновки та змоделювати основні шляхи вдосконалення щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю регіону:

зовнішньоекономічна діяльність – це форма господарської діяльності, котра на пряму пов’язана з науковою, інноваційною, технічною та інвестиційною діяльністю, технологією виробництва, а також експортно-імпортними операціями;

основних причинами, які є стимулюючими факторами у розвитку зовнішньоекономічних зв’язків є:

- нерівність економічного зростання певних країн;
- відхилення в сировинних ресурсах;
- різницю в наявних трудових ресурсах;
- нерівномірність розміщення та коливання фінансових ресурсів;
- особливості політичних відносин;
- розвиток (чи падіння) інтеграційних процесів;
- невисокий рівень науково-технічного піднесення;

для забезпечення ефективного виконання цілей, регулювання ЗЕД забезпечується на трьох основних ієрархічних рівнях: на рівні країни (держави), на рівні регіону (території) та на рівні компанії.

зовнішньоекономічна діяльність регіону – це взаємодія економічних суб'єктів та органів виконавчої влади на місцевому рівні в галузі зовнішньої торгівлі, виробництва, переміщення капіталу, іноземних інвестицій, міграції робочої сили, науково-технічного обміну, валютно-фінансових та кредитних відносин;

забезпечення зовнішньоекономічної діяльності регіону включає такі складові елементи:

- органи влади, які мають компетенцію у сфері зовнішньої економічної діяльності, такі як центральні органи влади, що регулюють ЗЕД, та регіональні й місцеві органи влади;

- нормативно-правове забезпечення ЗЕД, яке включає законодавчу базу на національному рівні та стратегічні й програмні документи на регіональному рівні, а також угоди про транскордонне й міжрегіональне співробітництво;

- безпосередні учасники ЗЕД, що включають вітчизняних суб'єктів ЗЕД, такі як підприємства та організації, кластери підприємств, спільні підприємства, віртуальні корпорації тощо, й іноземні суб'єкти ЗЕД, які діють на території регіону, такі як іноземні підприємства і транснаціональні корпорації;

- інфраструктурне забезпечення бізнес-середовища ЗЕД регіону, яке включає торгово-промислові палати, митні пости, агентції регіонального розвитку, технопарки й технополіси, консалтингові (дорадчі) організації, науково-дослідні установи, заклади освіти, інформаційну мережу, спеціалізовані банківські установи, страхові компанії, біржі, аукціони, міжнародні виставки й ярмарки, професійні й громадські, міжнародні організації й інше;

- економічно-фінансове забезпечення ЗЕД регіону включає: податки й збори, субсидії й дотаційні механізми, позички, митні тарифи, а також вільні економічні зони й території щодо пріоритетного розвитку;

- ринок праці з висококваліфікованими працівниками;

сьогодні спостерігається вкрай складні соціально-економічні обставини в нашій державі. Серед основних причин можна виокремити наступні: російська агресія та окупація частини території України, політична нестабільність, значний рівень корупції, низький рівень інфраструктури по окремих регіонах, невисокий рівень логістики та інше. Така тенденція відштовхує будь-які іноземні інвестиції, що в свою чергу призводить до погіршення інвестиційного клімату, як країни так і її регіонів;

під час оцінки динаміки зовнішньоекономічної діяльності України за 2018 – 2022 рр., встановлено, що до 2021 року в Україні спостерігався стабільний ріст експорту та імпорту. Проте, винятковим був 2020 рік, у якому обсяг експорту

скоротився на 2,3 %, а імпорту – на 14 %. Звичайно, що повномасштабне вторгнення російської федерації спричинило також суттєве скорочення цих показників. Особливо відчутно зменшився експорт, зокрема, протягом 2022 року він був скорочений на 32,5 %, що в абсолютних величинах становить понад 22 млрд дол США. Військовий стан також суттєво відобразився і на імпорті. І попри того, що скорочення імпорту було менш суттєвим, проте він був скорочений на суму 13,6 млрд дол США;

найбільшу частку в структурі експорту займають продовольчі товари та сировина для їх виробництва. Зокрема, у 2021 році цей показник становив 43,9 %, а вже у 2022 році він зріс до 57,2 %. Цілком зворотні тенденції спостерігались щодо експорту чорних й кольорових металів та виробів з них, частка яких в структурі вітчизняного експорту зменшилась на понад 10 %. Також відбулось збільшення частки деревини та виробів з неї протягом 2022 року. Частки всіх інших видів товарного експорту в загальній структурі зменшились;

за останні 5 років найбільшим торговим партнером України стали країни Європейського Союзу. Зокрема, за цей період сума експорту вітчизняних товарів до країн ЄС збільшилась більш ніж удвічі і досягла понад 44 млрд дол США у 2022 році. Доцільно відзначити, що активні воєнні дії не мали негативного впливу на суму експорту до ЄС. Навпаки, у 2022 році його обсяг збільшився 52 % відносно 2021 року. Також протягом досліджуваного періоду відбулось зростання експорту до США та країн СНД на понад 60 %. Проте, до США у 2022 році було експортовано товарів менше ніж у 2021 році. Серед географічних регіонів починаючи із 2018 року до 2022 року відбулось зменшення експорту до Азії та Африки;

найбільше товарів в Україну імпортувалося із Європи і їх обсяг має поступову тенденцію до збільшення. Особливо суттєвим є збільшення імпорту із Америки, що в основному забезпечується за рахунок імпорту товарів та послуг зі США. Зокрема, за 5 років цей обсяг зріс більш ніж утричі і у 2022 році досяг рівня майже 11,5 млрд дол США. З іншої сторони спостерігається більш ніж трикратне зменшення обсягу імпорту із країн СНД. При тому, що експорт до

країн Азії за 5 років знизився на 27,5 %, в той же час імпорт із цих країн зріс на 17 %, що загалом свідчить, про неефективну зовнішньоекономічну політику України у цьому регіоні;

загалом динаміка зовнішньої торгівлі України за останні кілька десятиліть суттєво змінилася. Проте, протягом останніх п'яти років Україна так і не спромоглась покращити зовнішньоторговельний баланс, більше того негативне сальдо зовнішньої торгівлі у 2022 році досягло максимального значення. Звичайно, в основному це пояснюється воєнними діями. Проте, як показує проведений аналіз значна кількість ринків, особливо в Азії та Африці Україна так і не спромоглась розширити для вітчизняних товарів, а суттєве збільшення експорту, наприклад в Румунію та Польщу пояснюється в основному не виготовленням конкурентних товарів, особливо з високою доданою вартістю, і виходом на нові ринки, а перерозподілом каналів збуту вітчизняної аграрної продукції;

у 2022 році практично у розрізі областей відбулось зменшення обсягів як експорту так і імпорту. Найсуттєвіше скорочення відбулось у регіонах, де станом на сьогодні ведуться активні воєнні дії, зокрема у Херсонській, Луганській та Донецькій областях. У той же час у окремих регіонах України відбулось збільшення обсягів експорту та імпорту. Так, імпорт у Чернівецькій області зріс у 2,5 рази у 2022 році відносно 2021 року, при тому відбулось також і зростання експорту на 38,3 %. Також відбулось зростання показників експорту та імпорту у Львівській та Волинській областях. Загальний аналіз свідчить, що в основному збільшення цих показників відбулось в регіонах, які розміщені у західній частині України;

у 9 із 25 наведених регіонів України у 2022 році було негативне сальдо торговельного балансу. Значним у рік активних воєнних дій було переважання імпорту над експортом у Волинській, Київській та Львівській областях. Найсуттєвіший вплив на збільшення негативного сальдо у 2022 році мало місто Київ, на яке припадає майже 40 % загальнодержавного імпорту, що в абсолютних величинах становить 22 млрд дол США. У складних для розвитку економіки

умовах є регіони України, зокрема, Дніпропетровський та Запорізький, які мають значний обсяг експорту, що забезпечує для них позитивне зовнішньоторговельне сальдо;

що стосується Львівського регіону, то протягом 2018 – 2022 рр. обсяги експорту та імпорту зростали на 59,6% та 99% відповідно. Проте, імпорт зростав швидшими темпами ніж експорт, що спричинило збільшення негативного зовнішньоторговельного сальдо. Повномасштабне вторгнення російської федерації не мало суттєвого негативного впливу на зовнішню торгівлю товарами Львівського регіону, оскільки динаміка усі ці роки була збережена;

основними товарами, що експортувались у Львівський регіон були продукти харчування, машини, обладнання та механізми, а також різні промислові товари. Однак, існують також перспективні напрямки, такі як електронні компоненти, які знаходяться на стадії розвитку в області. Щодо імпорту, основними товарами є машини та устаткування, мінеральні продукти, текстильні матеріали та текстильні вироби. Однак, зростає імпорт продуктів харчування, що може свідчити про зростання споживчої культури в регіоні;

у 2022 році була зворотна тенденція зміни як експорту так і імпорту відносно 2021 року. Проте, якщо експорт у 2022 році мав тенденцію поступового зниження, то імпорт у першому кварталі знизився майже до мінімуму і починаючи із квітня до завершення року показник темпів зростання імпорту товарів у Львівському регіоні відповідно до попереднього року поступово зростав;

географічна структура експорту товарів Львівського регіону за останні роки, дещо видозмінилася: зокрема, відбулося зростання обсягів експорту до Європейського Союзу, що свідчить про збільшення конкурентоспроможності товарів регіону та його здатності до вивезення якісних продуктів на зовнішні ринки. Також можна зазначити зниження долі експорту до країн Америки та Африки, що може бути пов'язано зі зміною в зовнішньополітичній стратегії країни та частковою проблемою у логістиці;

динаміки географічної структури імпорту товарів Львівського регіону демонструє зростання загального обсягу імпорту товарів, що вірогідно може бути пов'язано із збільшенням споживчого попиту. Також спостерігається ріст долі імпорту товарів з країн Європейського Союзу, що свідчить про розвиток торгівлі з країнами ЄС та зміцнення економічних зв'язків між ними та Україною;

у 2022 році Європейський Союз виступив торговим партнером Львівського регіону. На першому місці за показником експорту товарів знаходиться Польща, яка становить майже третину всього обсягу експорту. На другому та третьому місцях знаходяться Німеччина та Чехія відповідно. Зазначимо, що серед перших 20 країн за обсягами експорту Львівщини лише шість не є членами ЄС. Щодо імпорту товарів, то на першому місці знаходиться також Польща, на другому та третьому місцях знаходяться Китай та Білорусь відповідно;

отож, зовнішня торгівля товарами Львівського регіону поступово зростає, що свідчить про позитивну динаміку розвитку економіки регіону. Європейський Союз є найбільшим торговим партнером Львівського регіону, і зберігає свою лідерську позицію у зовнішньоторговельній діяльності. У зовнішній торгівлі Львівщини найбільший обсяг товарів становлять продукти харчування, машини, обладнання та механізми, промислові товари, мінеральні продукти, текстильні матеріали та текстильні вироби, що свідчить про відповідну спрямованість економіки регіону, тому важливо в майбутньому приділяти достатню увагу зовнішньоекономічній діяльності та подальшому розвитку й плануванню;

основними орієнтирами щодо інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності регіонів можуть бути:

- створення системи планування й моніторингу розвитку регіонів, котра буде прозорою та взаємопов'язаною, що забезпечуватиме реалізацію проєктів, міжрегіональну торгівлю та інші;

- уніфікування понятійного апарату й створення повноцінної системи законодавства щодо зовнішньоекономічної співпраці;

- відновлення, модернізування на законодавчому рівні системи спрощеної реєстрації новостворених підприємств, системи фіскального стимулювання, а

також доступної системи управління підприємствами, що дасть можливість до залучення інвестицій у регіони;

механізм посилення зовнішньоекономічної діяльності регіону складається із кількох рівнів, що визначають специфіку управління ним. На мікрорівні посилення ЗЕД залежить від ступеня залучення підприємств до зовнішньоекономічних відносин. На мезорівні рівень активізації визначається зовнішньоекономічними зв'язками між окремими галузями промисловості певних країн, а також участю регіону в управлінні ЗЕД. Макрорівень відображає роль держави в зовнішньоекономічних відносинах між окремими країнами. Мегарівень відображає комплекс міжнародних економічних відносин й глобалізацію світової економіки. Кожен рівень має свої особливості, які впливають на активізацію ЗЕД регіону;

необхідним інструментом для розвитку регіону є брендинг території. Дослідження в цьому аспекті доводять, що територію можна брендувати як товар або послугу, метою якого є покращення її загальної привабливості. Брендінг впливає як загалом на маркетингову діяльність, а також й на розвиток регіону в цілому, що забезпечує покращення різних параметрів діяльності, включаючи посилення зовнішньоекономічних зв'язків між певними підприємствами, організаціями та місцевими громадами. Брендуння регіону надає йому додаткової привабливості, тому важливо кожному регіону знайти ті унікальні особливості, які виокремлюватимуть його посеред інших;

розширення власних можливостей регіонів в зовнішньоекономічній діяльності можливе за впровадження маркетингових заходів. В нашому випадку ми пропонуємо забезпечити максимальне застосування саме маркетингу територій;

цілями маркетингу території є: збереження або ж підвищення конкурентоспроможності підприємств, що розміщені в регіоні, покращення рівня ідентифікації громадян на території проживання, залучення нових компаній до регіону, підвищення пізнаванності та рівня популярності певної території в межах регіону та поза ним;

для підтримки обізнаності з регіоном й просування української продукції на зовнішні ринки можна використовувати два напрямки: по-перше, максимальне інформування про регіон і забезпечення рекламної компанії території, де знаходяться товаровиробники продукції (послуг), за допомогою створення позитивного іміджу території та впровадженням ринкових й інституційних перетворень; по-друге, рекламування конкретної продукції підприємств-виробників з удосконаленням експортоорієнтованих товарів, що є невід'ємною частиною політики стимулювання експорту;

активна співпраця та партнерство бізнесу, влади та громади в рамках застосування маркетингу територій дозволить створити дієві механізми щодо реалізації регіональної стратегії підвищення конкурентоспроможності території та її економічного розвитку як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Бабанін О. Деякі проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України. *Зовнішня торгівля*. 2020. № 1. С. 8-14.
2. Біла С.О. Новітні тренди розвитку глобалізаційних процесів. *Економічний вісник університету*. Збірник наукових праць учених та аспірантів. Випуск 33/1. 2017. Переяслав-Хмельницький. С. 7 – 15.
3. Брояка А.А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. Полтава, 2012. Випуск 5. Том 2. С.46–51.
4. Брух О.О. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності у Львівській області. *Вісник ЛНАУ: Економіка АПК* № 26. 2019. С. 40-43.
5. Войцещук А.Д. Детермінанти розвитку митного простору країни як складової економічного простору під впливом глобалізації. *Інноваційна економіка*. 2016 [66]. № 11-12. С. 18-24.
6. Глобальна економічна невизначеність, що посилюється на тлі війни в Україні, може сповільнити зростання світової економіки [Електронний ресурс] // finance.ua. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/hlobal-na-ekonomichna-nevuznachenist-shhoposylyuyet-sya-na-tli-viyny-v-ukraini-mozhe-spovil-nyty-zrostannya-svitovoiekon>.
7. Голованенко Н. Особливості експортно-імпортних операцій підприємства України. *Вісник Черкаського університету*. 2015. №6(17). С. 60–62.
8. Грузінська І. Продовольча небезпека: як війна Росії проти України загрожує всьому світу? / <https://brdo.com.ua/news/prodovolchanebezpeka-yak-vijna-rosiyi-proty-ukrayiny-zagrozhuye-vsomu-svitu/>
9. Державна підтримка українського експорту: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [.http://ukrexport.gov.ua/ukr/country_brief/?country=ita](http://ukrexport.gov.ua/ukr/country_brief/?country=ita)

служба статистики України: офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/02/14.pdf> (дата звернення: 16.10.2022).

11. Длігач А. Україна майбутнього – погляд з 2030 року. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/24/684560/>

12. Довгаль О. А. Економічний протекціонізм: аналіз світового досвіду. *Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна*. Економічна серія. 2015. № 6 (564). С. 220-234.

13. Долбнєва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. Проблеми економіки. 2020. № 1. С. 20–26. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-20-26>

14. Дятлова В.В., Положенцева К.В. Зовнішньоекономічна діяльність України: регіональні особливості, тенденції та напрями розвитку. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 73-78.

15. Експрес-випуск. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/05/3_3.pdf

16. Забарна Е. М. Інституційний фактор розвитку регіональних зовнішньоекономічних зв'язків в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 1 (17). С. 30-34. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>.

17. Закон України № 332 – XIУ від 22.12.98 р. «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україні».

18. Закон України від 24.12.2016 № 912-VIII «Про заходи щодо стимулювання зовнішньоекономічної діяльності».

19. З агресором не торгуємо: як Захід розпочав блокування імпорту з РФ. – URL : <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/03/16/7136049>

20. Калініна О. Стан та перспективи розвитку експортно-імпортних операцій підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. С. 146–149.

21. Кахович Ю.О. Спільні підприємства та їх роль у контексті стратегічних пріоритетів України. *Вісник Академії митної служби України*. Серія: "Економіка", 2010, № 1(43) С.109-115.
22. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основи маркетингу: Пер. з англ. - К.: Видавничий дім "ІнЮре", 2016. 944 с.
23. Котлер Ф. Маркетинг в ХХІ столітті: Пер. з англ. К.: Видавничий дім "ІнЮре", 2013. 576 с.
24. Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми та перспективи. Україна: події, факти, коментарі. 2018. № 10. С. 39–52.
25. Лисак М.А. Зовнішня торгівлі в умовах інтеграції України. *Економіка АПК*. 2018. № 12. С. 69-74.
26. Небрат В.В. Історичний вимір трендів зовнішньоекономічної політики. *Економіка України*. 2017. № 5-6. С. 151-169
27. Нестерова Т. Н. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: монографія. Херсон: Альфа, 2016. 96 с.
28. Ольвінська Ю. О. Проблеми соціально-економічного розвитку країн Євросоюзу. Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях: *Міжнародна науково-практична конференція* (Одеса 22- 23.04.2015). Одеса: ОНЕУ, 2015. С. 18-21.
29. Опіщенко І. В. Економічний суверенітет держави: монографія. Вінниця: «Лелека», 2017. 178 с
30. Офіційний сайт Бюро економічної безпеки України. URL: <https://esbu.gov.ua/news/yak-podolati-tinovij-rinok-tyutyunovih-virobiv-bebokreslilo-prioritetni-kroki>
31. Підгорний, А. З., Милашко О. Г., Русева О. П. Міжнародна статистика : навчальний посібник. Одеса : ОНЕУ, 2012. 162 с.
32. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року [Електронний ресурс]: Закон України. Стратегія від 28.02.2019 № 2697-VIII. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>

33. Про національну безпеку України [Електронний ресурс]: Закон України від 21.06.2018 № 2469-VIII. Режим доступу.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>
34. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 р. № 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text>
35. Пугачов К.М. Зовнішньоторговельні відносини України з ЄС. Економіка АПК. 2018. № 2. С. 85-90.
36. Регіональні обсяги зовнішньої торгівлі товарами у I кварталі 2022 року. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/oet/oet0322_ue.xls
37. Решетняк К. Експортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Управління розвитком*. 2017. №3. С. 30–32.
38. Руда М.В., Мазурик М.М. Співпраця України та ЄС у сфері сталого розвитку: огляд перспектив. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). С. 204-211.
39. Свириденко Ю. Одноразові втрати України від війни склали майже 565 мільярдів доларів. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ekonomichnivtraty-ukrainy-vd-viiny/31774336.html>.
40. Соколенко А. Інвестиції для бізнесу в умовах війни. Як вижити і бути сталими. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/510934-investiciji-dlya-biznesu-vumovah-viyni-yak-vizhiti-i-buti-stalimi>
41. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2022 року. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/tsztt0322_ue.xls
42. Tkachenko A. Efficiency forecasting for municipal solid waste recycling in the context on sustainable development of economy / Tkachenko A., Levchenko N. // The International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological,

Social and Economic Matters (ICSF 2020) E3S Web of Conferences. 2020. Vol. 166, DOI <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613021>

43. Tkachenko A. Evaluation of the efficiency of social investments of metallurgical enterprises according to the decoupling approach / Tkachenko A., Levchenko N. // Науковий вісник НГУ. 2021. № 4

44. Україна і СОТ – Єдиний експортний веб-портал. – URL : https://export.gov.ua/56-ukraina_i_sot

45. Фомічов В.І. Міжнародна торгівля: підручник. Київ: Фотон, 2018. 325 с.

46. Чернишев В. Г., Окара Д. В., Ковальова І. Л. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів України. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2019/55.pdf. doi: 10.32702/2307-2105-2019.6.53.

47. Чуб А. В. Світові тенденції розвитку регулювання міжнародної торгівлі. *Держава та регіони*, серія «Економіка». 2019. № 4. С. 70-86.

48. Шубравська О. Сталий економічний розвиток: поняття і напрям досліджень. *Економіка України*. 2005. № 1. С. 39–42.