

*І. Ф. Гнибіденко,  
д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці,  
Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України*

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ — ГОЛОВНИЙ КРИТЕРІЙ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ \*

У сучасних умовах соціально-економічного розвитку України особливого значення набуває вивчення та узагальнення проблеми переорієнтації торгівлі з російського на європейський ринок. Саме з цим пов'язуються досягнення стратегічних завдань економічної політики держави. І визначальне значення, за висновками експертів, матимуть не цифри зростання, а якість нової ідеології економічних відносин між країнами.

На цьому тлі своєчасною та змістовною є публікація академіка, директора Інституту стратегічних оцінок при Президентському фонді Леоніда Кучми "Україна" Павла Івановича Гайдуцького "Невесела ейфорія зовнішньої торгівлі" надрукована у 38 (184) номері газети "Дзеркало тижня". В ній автор, з позицій державності та неупередженого критичного аналізу параметрів зовнішньої торгівлі України з країнами Європейського Союзу та Росією доводить, що головним мірилом конкурентоспроможності у торгівлі є ефективність і це відповідає принципам ринкової економіки. На конкретних прикладах торгівельних взаємовідносин з країнами ЄС, США, Митного союзу переконливо обстоюється думка про їх продовження з максимальною вигодою для України.

Не менш важливими є і питання підтримки національного товаровиробника та реалізація політики імпортозаміщення. Автор логічно доводить, що конкурентоспроможність країни своєю необхідною складовою мусить мати активну інтеграцію у сучасні світогосподарські зв'язки. Тому Уряд має впроваджувати активну політику підтримки вітчизняного товаровиробника на внутрішньому ринку та його захисту на міжнародних ринках від недобросовісної конкуренції. Для цього слід застосувати низку механізмів державної підтримки, від запровадження державного страхування ри-

зиків експортерів, підтримки підприємств-виробників на умовах кредитування до надання преференцій при формуванні державного замовлення, ширше використовувати дипломатичні можливості держави для просування продукції національних виробників на зовнішні ринки. А головне — Україна має стати більш стійкою до коливань зовнішньої кон'юнктури.

Здійснюються прогнози автора про те, що Україна поступово відвоює позиції збалансованої для себе торгівлі. Так, за січень — серпень поточного року експорт товарів у Росію скоротився на 25,5%, в Білорусь на 14,3% і в той же час експорт у країни Євросоюзу зріс на 14,3% і склав 32,3% загального обсягу експорту.

Серед найбільших країн-партнерів експорт товарів збільшився в Польщу — на 18,5%, Італію — на 14,6%, Німеччину — 5,3%, Угорщину — 3%. Сальдо зовнішньої торгівлі продовжує бути позитивним, а коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 1,03.

Публікація містить роздуми автора про вплив девальвації гривні на зовнішню торгівлю, що є корисним для прийняття відповідних управлінських рішень на рівні держави, фахівцями банківських та інших фінансових установ. Для систематизації викладеного в статті матеріалу читачам запропоновано комплекс графічного зображення ситуації зовнішньої торгівлі України за перше півріччя 2014 року.

Отже, публікація має як концептуальне, так і прикладне значення. Вона буде корисною управлінням, економістам, фінансистам, працівникам банківської сфери, викладачам вищої школи, аспірантам та студентам, які здійснюють наукові та практичні дослідження з проблем зовнішньої торгівлі.

\*Рецензія на публікацію академіка, директора Інституту стратегічних оцінок при Президентському фонді Леоніда Кучми "Україна" Павла Івановича Гайдуцького "Невесела ейфорія зовнішньої торгівлі", надрукована у 38 (184) номері газети "Дзеркало тижня"