



УДК: 339.5:658.6

Д. О. Кайнара,  
аспірант кафедри фінансів та кредиту  
Запорізького національного університету, м. Запоріжжя

## РОЛЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ БАР'ЄРІВ У МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

D. O. Kainara,  
PhD student, Department of Finance and Credit  
Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya

### THE ROLE OF TRADE BARRIERS IN INTERNATIONAL BUSINESS

*У статті розглядається роль торговельних бар'єрів процесів в процесі інтеграції підприємства на міжнародний ринок. В ході дослідження були проаналізовані основні причини виходу підприємства на зовнішній ринок та основні умови діяльності на ньому. Була запропонована схема діяльності підприємства на зовнішньому ринку та надані етапи виходу підприємства на зовнішній ринок.*

*В процесі дослідження було з'ясовано роль стандартизації та сертифікації при виході українських підприємств на європейський ринок. Зокрема, було з'ясовано, що підходи Європейського союзу та України на сьогоднішній день відрізняються, що створює додаткові торговельні бар'єри для підприємств. Це в свою чергу знижує конкурентоздатність окремого підприємства на зовнішньому ринку.*

*The article deals with the role of trade barriers in the integration processes in the international market. It gives a detail information of the main reasons for the exit on foreign markets and basic conditions of it. It proposed the scheme of international market activity and gives the integration steps on the external market.*

*During the investigation it was found the role of standardization and certification. In particular, it was found that the approach of the European Union and Ukraine today are different, which creates trade barriers for businesses. This in turn reduces the competitiveness of individual enterprises at the international market.*

**Ключові слова:** Торговельні бар'єри, ЗЕД підприємства, Сертифікація, Стандартизація, Конкурентоздатність підприємства, Логістичні бар'єри.

**Keywords:** Trade barriers, foreign trade enterprises, certification, standardization, competitiveness of enterprises, logistic barriers.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** На протязі історії головним суб'єктом міжнародної економіки вважали державу. Проте, теорії другої половини ХХ ст. Р. Вернона, М. Портера, П. Кругмана та М. Меліца змінили центр наукового дослідження. Сучасна теорія міжнародної економіки все більше відводить домінуючу роль окремим підприємствам у міжнародній економіці. Тому дослідження проблем виходу підприємства на міжнародний ринок має важливе значення для успішного економічного розвитку країни.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Зважаючи на високу залежність України від зовнішнього ринку, в умовах скорочення національного попиту та зниження курсу національної валюти, активна діяльність підприємства на зовнішньому ринку є важливим питанням, що вивчалось багатьма дослідниками. Зокрема, Івановим М.В [2], Дідківським М. І. [3], Андрійчук В. [4] були надані основні причини виходу підприємства на зовнішній ринок. Ружевичосом Ю. [19] було досліджено роль стандартизації а сертифікації в економічній діяльності підприємств, зокрема наведено їх позитивні ефекти. Серед вчених, що досліджували логістичні та трансакційні витрати варто виділити, Череп О.Г. та Зборовська О. М. [13] та Еггертссоном Т. [8].

**Постановка завдання.** Метою статті є теоретичне дослідження проблем виходу підприємства на міжнародний ринок та роль торговельних бар'єрів в процесі його діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вихід підприємства на зовнішній ринок є складним та довготривалим процесом, що охоплює цілий ряд етапів та характеризується високими матеріальними витратами.

На думку Іванова М.В, основною причиною, виходу підприємств на зовнішні ринки є збільшення його прибутковості [2]. Серед інших причин варто виділити:

1. Обмеженість національного ринку;
2. Внутрішня політика держави та особливості поведінки внутрішнього ринку;
3. Подолання залежності від внутрішнього ринку, сезонних коливань попиту та розсіювання ризиків шляхом завоювання закордонних ринків;
4. Скорочення витрат виробництва за рахунок кращого використання виробничих потужностей, зменшення податкових платежів, у тому числі шляхом виробництва продукції за кордоном;
5. Продовження життєвого циклу товару;
6. Використання державних програм сприяння, які діють у своїй країні чи за кордоном;

7. Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом посилення ринкових позицій на основі створення відділень, філій, дочірніх підприємств, розширення мережі сервісних пунктів тощо;

8. Нестабільність валютного курсу;

9. Підвищення престижу підприємства на національному ринку як суб'єкта міжнародних економічних відносин;

10. Необхідність у валюті, для закупівлі обладнання, ресурсів, тощо [3, С. 151-154; 4, С. 117-130].

Проте, міжнародний ринок є жорстким, а для успішної діяльності продукція підприємств повинна бути висококонкурентною. Конкурентоздатність є ринковою категорією, що визначає ефективність просування продукції на зовнішньому ринку.

Основоположником теорії конкурентоздатності є М. Портер. У 1993 році французькі вчені А. Олів'є, А. Дайан та Р. Урсе, удосконалюють підхід М. Портера та вводять у економічну теорію так званій «многочукник конкурентоздатності», за основу якого покладено 8 факторів конкурентоспроможності [5].

Проте, конкурентоздатність підприємства є складним явищем, і існує безліч підходів до його визначення. Наприклад, італійські вчені, Д. Депперу та Д. Серагто пропонують використовувати два підходи до дослідження конкурентоспроможності: динамічний та статичний [6].

У першому випадку конкурентоспроможність формується на основі процесів, що протікають на підприємстві, який залежить від дій керівництва, стратегічних цілей, внутрішньої структури, ефективності прийнятих рішень тощо.

У другому випадку, конкурентоздатність залежить від ефективності використання власних та позикових ресурсів, виробничих можливостей підприємств.

Д.А. Панасенко в свою чергу пов'язує конкурентоздатність продукції з характеристиками продукції та особливостям функціонування ринку [7].

Таким чином, можна визначити, що незалежно від визначення конкурентоздатності продукції, торговельні бар'єри що існують між країнами, погіршують експортний потенціал товарів і послуг.

Отже, резюмуючи вищесказане, можна визначити, що на мікрорівні головним чинником, що формує політику підприємства є його конкурентоздатність. Формується вона за допомогою експортного потенціалу підприємства на зовнішньому ринку та рівню торговельних бар'єрів.

У графічній формі даний процес можна зобразити за допомогою наступної схеми:



Рис. 1. Схема формування конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку

Проте, зважаючи на те що виробничі можливості підприємства завжди є обмеженими, то підприємство завжди знаходиться у виборі найбільш вигідних шляхів для власної діяльності. Тож конкурентоздатність та вартість альтернативних виробів, визначають розмір експорту підприємства та зацікавленість у освоєнні зовнішнього ринку (рис. 2).

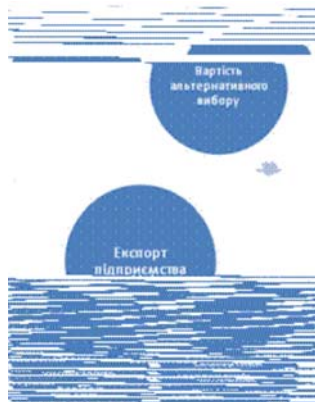


Рис. 2. Загальна схема виходу на зовнішній ринок підприємства

Головним показником, що рухає підприємство є прибуток. Тому, залежно від рівня торговельних бар'єрів змінюється і поведінка підприємства.

Згідно класифікації розробленій автором, торговельні бар'єри можна розподілити на дві великі групи по 3 підгрупи:

1. Бар'єри, що свідомо використовуються державою (прямі бар'єри):
  - 1.1 Тарифні бар'єри;
  - 1.2 Паратарифні бар'єри;
  - 1.3 Нетарифні бар'єри;
2. Бар'єри, на які держава має опосередкований вплив (приховані бар'єри):
  - 2.1 Трансакційні бар'єри
  - 2.2 Логістичні бар'єри
  - 2.3 Монополістичні бар'єри [15.]

Група 1 «Прямі бар'єри», є прерогативою держави та контролюється міждержавними угодами, торговельною політикою держави, тощо. Слід зазначити, що окреме підприємство не має впливу на дану групу бар'єрів, і може лише пристосовуватись до них.

На рівні окремого підприємства, на думку Еггертсона трансакційні витрати можна класифікувати на дві категорії:

- 1) Витрати, які відбуваються до угоди (ex ante):
  - Витрати на пошук інформації про контрагента;
  - Витрати на ведення переговорів;
  - Витрати пов'язані зі стандартизацією;
  - Витрати при укладанні угоди.
- 2) Витрати, після укладання угоди (ex post):
  - Витрати на моніторинг та упередження опортуністичної поведінки;
  - Витрати специфікації та захисту прав власності;
  - Витрати на захист від третіх осіб (державна, організована злочинність і тд.) [8]

Зважаючи на те, що збір та обробка інформації є тривалим процесом, та прямо залежить від кількості контактів із зарубіжними контрагентами, Ліпич Л.Г., пропонує 6 етапів виходу підприємства на зовнішні ринки:

1. Пробний експорт (односторонні спроби підприємства збути власну продукцію);
2. Екстенсивний експорт (експорт представлений традиційною номенклатурою, підприємство починає займати власну нішу);

3. Інтенсивний експорт (підприємству розуміє динаміку ринку та свідомо обмежує власний асортимент найбільш вигідною продукцією);
4. Експортний маркетинг (продукція пристосовується до вимог іноземного ринку, проводяться спеціальні дослідження);
5. Міжнародний експорт (зовнішні ринки починають грати домінуючу роль у діяльності підприємства);
6. Глобальний експорт (підприємство починає мислити глобально, а ринком збуту стає «весь світ») [9].

Наступною складовою є логістика підприємства. На думку Череп О.Г. та Зборовська О. М. варто розрізняти два рівні логістики:

1) Макрологістика – розглядає глобальні проблеми управління матеріальними і інформаційними потоками. Сферою макрологістики є національна та регіональна логістика;

2) Мікрологістика – що вивчає проблеми управління логістикою на рівні підприємства. Даний рівень в свою чергу обслуговує три сфери: заготівля та закупівля товарів і обладнання, виробнича логістика, переробна логістика. [13, С. 11-13].

Монополістичні бар'єри. Згідно закону «Про захист економічної конкуренції»: монополістичним вважається становище на ринку, у семи випадках:

1. «На цьому ринку у нього немає жодного конкурента»;
2. «Не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин».
3. «Монополістичним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції».
4. «Монополістичним (домінуючим) також може бути визнане становище суб'єкта господарювання, якщо його частка на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам».
5. «Вважається, що кожен із двох чи більше суб'єктів господарювання займає монополістичне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо стосовно певного виду товару між ними немає конкуренції або є незначна конкуренція і щодо них»;
6. Коли «сукупна частка не більше ніж трьох суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків»;
7. Коли «сукупна частка не більше ніж п'яти суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 70 відсотків» [10].

Таким чином, у для визначення ступеню монополістичних бар'єрів та їх впливу на експорт продукції, необхідно визначити наявності монополії в кожній зі складових «логістичної ланцюга».

Наступною складовою є оцінка визначення експортний потенціалу підприємства, який пов'язаний із виробничими можливостями, конкурентними перевагами та рівнем підтримуючих галузей країни.

На сьогоднішній день не існує єдиного визначення експортного потенціалу підприємства. На думку вітчизняних вчених Піддубної Л.І. та Шестакової О.А. варто визначити чотири основні напрямки дослідження експортного потенціалу [11, 12] (Табл. 1.4).

**Таблиця 1.**  
**Підходи до визначення експортного потенціалу підприємства [11,12]**

Назва підходу	Основні моменти дослідження
Компаративний	Базується на теорії конкурентних переваг М. Портера. Конкурентоспроможність розглядається у якості відносної категорії. Скорнякова Т. В рамках даного підходу пропонує розглядати експортний потенціал у якості здатності суб'єкта виробляти конкурентоспроможну продукцію, що здатна подолати торговельні бар'єри та бути ефективно проданою за кордоном [16]. Тому методи до визначення експортного потенціалу базуються на порівнянні конкурентоздатності національного підприємства поряд із міжнародними.
Ресурсний підхід	Якщо компаративний підхід, визначає об'єктом дослідження конкурентоспроможність продукції відносно конкурентів, то ресурсний підхід, на думку Матвеева В. В. об'єктом дослідження ставить виробничі можливості самого підприємства [17]. На мою думку, найбільш вдало визначення експортного потенціалу надав Фомішин С.В. «Експортний потенціал – сукупність природних, виробничих, науково-технічних, трудових та фінансових ресурсів країни, що використовуються або можуть бути використані для розвитку її зовнішньоекономічних зв'язків» [18, С.190].
Структурно-системний підхід	Відповідно до даної моделі, експортний потенціал підприємства є його адаптаційна здатність до конкуренції на зовнішньому ринку, з огляду на цілісну систему техніко-економічних, організаційних, соціальних та інших елементів [12].
Функціональний підхід	Експортний потенціал є функціональною можливістю підприємства до задоволення споживачів на іноземному ринку [12].

Однак не зважаючи, на те що на перший погляд торговельні бар'єри між країнами приносять негативні ефекти, слід виділити і ряд позитивних моментів для діяльності підприємств.

На думку Юозаса Ружевицоса, найбільшу користь для ринкової економіки приносить стандартизація та система державного контролю за якістю. Підприємства, що активно долучаються до розробки та модифікації стандартів продукції, отримують нові конкурентні переваги та легше адаптуються до змін ринковою середовищі. Знижується рівень транзакційних витрат та підвищується рівень довіри.

Теоретичні дані підтверджуються і практичними, так за оцінкою німецького Національної організації зі стандартизації, біля третини економічного росту ФРН забезпечується завдяки використанню єдиних стандартів [19].

Для аналізу ефективності стандартизації використовують два види методів: прямі та непрямі. На думку, Строченко Н., непрямі методи дослідження доцільно використовувати на рівні держави, а прямі на рівні окремих підприємств. Непрямі методи, завдяки власній специфіці дозволяють врахувати додаткові ефекти на прогнозувати розвиток відповідної галузі [1].

Основою українських стандартів, згідно закону України "Про стандартизацію" прийнятого у травні 2001 року Державні стандарти технічних умов (ДСТУ), що впроваджуються державою та є обов'язковим. Підхід Європейського союзу значно відрізняється: майже стандарти мають добровільний характер, а держава регулює лише ті відносини, що є важливими з точки зору безпеки продукції. Тобто кожен виробник має право використовувати власні стандарти, якщо доведе безпечність продукції

Згідно Угоди про Асоціацію, Україна зобов'язалась поступово впровадити європейську систему стандартизації. Однак впровадження стандартів, не означає, що продукція українських підприємств автоматично буде функціонувати згідно технічних специфікацій.

Для перевірки відповідності продукції, використовується тестування товару у декілька етапів, що закінчується видачею сертифікату. Сертифікація продукції не є обов'язковою умовою для функціонування на ринку, але його наявність значно підвищує шанси на успішну діяльність підприємства.

Наявність відповідних сертифікатів підвищує рівень комуні між споживачем та виробником і сприяє підвищенню якості життя. Проте, сертифікація продукції вимагає і суттєвих інвестицій. В історії непоодинокі випадки, коли успішна продукція, через занадто високі витрати на сертифікацію продукції становилась не конкурентоздатною на іноземних ринках [20].

Існує відмінність і в підході до стандартизації ЄС та України. Основу української сертифікації складає система УкрСЕПРО, що була введена ще у 1993 році. Вона дозволила ефективно працювати у перехідний період та ефективно захищали національного споживача та виробника, від потенційно небезпечної продукції та протидіяти недоброякісній поведінці.

Але сьогоднішній день, сертифікація вимагає якісно нових змін: більшість технічних норм є застарілими, що не в змозі забезпечити безпеку для

національного споживача. Крім того, не є обґрунтованим обов'язкова сертифікація та відповідність державним стандартам. Це стримує інноваційну діяльність та створює додатковий фінансовий тиск на підприємства [14].

Підхід Європейського союзу передбачає введення технічних вимог не до окремих продуктів, а до певної галузі. При цьому держава визначає обов'язкові технічні вимоги лише до параметрів, що визначають безпеку продукції для споживачів. Стандарти та інші технічні вимоги розробляють окремі некомерційні організації, що постійно співпрацюють з ринком. Це дозволяє швидко адаптуватись до нових вимог ринку.

Проблемою сертифікації в Європейському союзі займаються три організації: Європейський комітет з питань стандартизації (CEN), Європейський комітет з питань електротехнічної стандартизації (Cenelec), а також Європейський інститут з стандартизації в галузі телекомунікації (Etsi).

Для українських підприємств подолання проходження сертифікації за правилами ЄС та європейських стандартів означає, окрім інтеграції до європейського ринку машинобудування, відкриття світових ринків. Це означає потенційні вигоди для підприємств, хоча основними умовами конкурентоздатності продукції залишаються фактори виробництва та стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

**Висновки.** Отже, можна визначити що підходи вирішення проблем торговельних бар'єрів на рівні підприємств та держави відрізняються. Якщо на рівні підприємств домінує прагнення до прибутку, то для держави головним показником є економічне зростання. Тому методи дослідження торговельних бар'єрів мають відрізнятись. Але, при цьому слід мати на увазі, в міжнародній торгівлі, підприємство та держава є взаємопов'язаними.

#### Список літератури.

1. Строченко Н. Економічні аспекти зростання експорту продукції АПК України у контексті запровадження стандартів із вуглецевої сертифікації / Н. Строченко. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер.: Економіка. – 2014. – № 7. – С. 75–81.
2. Іванов М. В. Експорт, як основний метод виходу підприємства на зовнішній ринок [Електронний ресурс] / М. В. Іванов. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/12\\_ENXXI\\_2011/Economics/2\\_85650.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2011/Economics/2_85650.doc.htm).
3. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства / М. І. Дідківський. – К.: Знання. – 2006. – 462 с.
4. Андрійчук В. Менеджмент: прийняття рішень і ризик: Навч. посібник / В. Андрійчук, Л. Бауер. – К.: КНЕУ, 1998. – 316 с.
5. Оливье А. Международный маркетинг. Академия рынка: маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе; под ред. А. Г. Худонормова. – М.: Экономика, 1994. – 513 с.
6. Николок О. М. Етимологія та сутність поняття "конкурентоспроможність підприємства". / О. М. Николок // Вісник ЖДТУ, С.: Економічні науки. – 2011. – №1 (55). – С. 246–249.
7. Панасенко Д. А. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та функціональна характеристика / Д. А. Панасенко. // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – 2012. – №727. – С. 270–275.
8. Эггерссон, Т. Экономическое поведение и институты: пер. с англ. / Т. Эггерссон. – М.: Дело, 2001. – 408 с.
9. Ліпич Л. Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенюк-Ткач. // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – №102. – С. 146–151.
10. Бойко Л.О. Ступінь монополізації страхового ринку України та його вплив на основні показники діяльності / Л. О. Бойко // Вісник соціально-економічних досліджень: Збірник наукових праць. – 03/2011. – №2(42). – С. 163-168.
11. Піддубна Л.І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування і розвитку / Л.І. Піддубна, О.А. Шестакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 37. – С. 223-229.
12. Князь С.В. Експортний потенціал підприємства в системі менеджменту природоохоронної діяльності / С.В. Князь, Н.М.Байдала, Р.Б.Вільгуцька // Ефективна економіка. – 2013. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
13. Зборовська О. М. Ефективність використання логістичної системи розвитку промислового підприємства / О. М. Зборовська, О. Г. Череп. – Київ: Кондор, 2011. – 283 с.
14. Кузнецова Л. І. Реалізація експортного потенціалу України на ринках ЄС у контексті реформування системи сертифікації [Електронний ресурс] / Л. І. Кузнецова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%94%D0%BE-%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%B7-D0%84%D0%A1\\_%D0%9A%D1%83%D0%B7.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%94%D0%BE-%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%B7-D0%84%D0%A1_%D0%9A%D1%83%D0%B7.pdf).
15. Кайнара Д. О. Теоретичні засади торговельних бар'єрів [Електронний ресурс] / Д. О. Кайнара // Ефективна економіка. – 2016. – № 2. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
16. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України: управління процесом формування: [Монографія] / Т.В.Скорнякова. – К.: Наук.світ, 2006. – С.9.
17. Матвеев В. В. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування / В. В. Матвеев, І. К. Ярмоленко. // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2015. – №1. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
18. Фомишин С.В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: Учебное пособие / Фомишин С.В. – Херсон: Олди-плюс, 2002. – 560 с., С. 190
19. Ружевицнос Ю. Технические барьеры в международной торговле в контексте стандартизации и качества / Юозас Ружевицнос. // Стандарты и качество. – 2010. – №11. – С. 92–95.
20. Джон С. Уилсон. Стандарты, государственное регулирование и торговля: правила ВТО и интересы развивающихся стран [Електронний ресурс] / Джон С. Уилсон – Режим доступу до ресурсу: [http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/Handbook\\_rs\\_Wilson\\_ch41.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/Handbook_rs_Wilson_ch41.pdf)

#### References.

1. Strochenko N. (2014) "The economics of growth of exports of agricultural products Ukraine in the context of the implementation of carbon certification standards", *Visnyk Kyivivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ser.: Ekonomika*, vol. 7, pp. 75–81.
2. Ivanov, M. V. "Exports, as the main method exit on a foreign market", available at: [http://www.rusnauka.com/12\\_ENXXI\\_2011/Economics/2\\_85650.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2011/Economics/2_85650.doc.htm). (Accessed 19 March 2016).
3. Didkiv's'kyi, M. I. (2006), *Zovnishn'oeconomichna diyal'nist' pidpryyemstva* [Foreign trade enterprises], Znannya, Kyiv, Ukraine.
4. Andriyчук, V. (1998) *Menedzhment: pryynyattya rishen' i ryzyk: Navch. Posibnyk* [Management: decision-making and risk], KNEU, Kyiv, Ukraine.
5. Olyv'e, A. Dayan, A. and Urse, R. *Mezhdunarodnyy marketynh. Akademya rynku: marketynh* [International Marketing. Market Academy: Marketing], Ekonomyka, Moscow, Russia.
6. Nykolyuk, O. M. (2011), "Etymology and essence of the concept of "competitiveness"", *Vistnyk ZhDTU, S.: Ekonomichni nauky*, vol. 1 (55), pp. 246–249.
7. Panasenko, D. A. (2012), "The competitiveness of the enterprise: the nature and functional characteristics", *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository*, vol. 727, pp. 270–275.
8. Ehhertsson, T. (2001) *Ekonomicheskoe povedeniye y unystytuty* [Economic behavior and institutions], Delo, Moscow, Russia.
9. Lipych, L. H. (2007) "Exit strategy on export markets", *Kul'tura narodov Prychornomor'ya*, vol. 102, pp. 146–151.
10. Boyko L.O. (2011) "The degree of monopolization of the insurance market in Ukraine and its impact on key performance indicators", *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen' : Zbirnyk naukovykh prats*, vol. 2 (42), pp. 163–168.
11. Pidubna, L.I. and Shestakova, O.A. (2012) "Export potential of the enterprise: the nature and systemic imperatives of formation and development", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 37, pp. 223–229.
12. Knyaz', S.V., Baydala, N.M., and Vil'huts'ka, R.B. (2013) "Export potential of the system of environmental management", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 19 March 2016).
13. Zborov's'ka, O. M. and Cherep, O.G. (2011) *Efektivnist' vykorystannya lohystynoyi systemy rozvytku promyslovoho pidpryyemstva* [The efficiency of the logistics system of an industrial enterprise], Kondor, Kyiv, Ukraine.
14. Kuznyetsova, L. I. (2015) "Implementation of the export potential of Ukraine in the EU markets in the context of reforming the system of certification" [Online], available at: [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%94%D0%BE-%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%B7-D0%84%D0%A1\\_%D0%9A%D1%83%D0%B7.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%94%D0%BE-%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%B7-D0%84%D0%A1_%D0%9A%D1%83%D0%B7.pdf) (Accessed 19 March 2016).

15. Kainara D.O. (2016) "The theoretical basis of trade barriers" [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 19 March 2016).
16. Skornyakova, T.V. (2006) *Ekspornyy potentsial obrobnoyi promyslovosti Ukrainy: upravlinnya protsessom formuvannya* [The export potential of Ukraine manufacturing, process control formation] Nauk.svit, Kyiv, Ukraine.
17. Matvyeyev V. V. (2015) "Export potential of the enterprise: the nature and features of formation" [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 19 March 2016).
18. Fomyshyn, S.V. (2002) *Mezhdunarodnye ekonomycheskiye otnosheniya na rubezhe tusyacheletyy: Uchebnoe posobyе* [International Economic Relations at the Turn of the Millennium], Oldy-plyus, Kherson, Ukraine.
19. Ruzhevychyus, Yu. (2010), "Technical barriers to international trade in the context of standardization and quality", *Standarty y kachestvo*, vol. 11, pp. 92–95.
20. Uylson, Dz. S. "Standards, government regulation and trade: WTO rules and the interests of developing countries", available at: [http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/Handbook\\_rs\\_Wilson\\_ch41.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/Handbook_rs_Wilson_ch41.pdf) (Accessed 19 March 2016).

Стаття надійшла до редакції 20.03.2016 р.



ТОВ "ДКС Центр"