

приділяється недостатня увага. Питання підвищення якості життя населення на основі активізації соціальної відповідальності бізнесу, освоєння інклюзивних інновацій залишаються недостатньо розробленими аспектом теоретико-методологічних підходів. Україна має величезний потенціал, подеколи навіть значні переваги перед іншими розвиненими країнами, але розкрити його можна лише впроваджуючи радикальні зміни, до яких на даний момент країна ще не дійшла. Інклюзивне зростання – це крок вперед до міжнародного співробітництва та економічного прогресу, тож Україна має усі шанси увійти до лідерів країн Європейського Союзу.

Література:

1. Галасюк В. Пути перехода Украины к инклюзивной экономике / В. Галасюк. – URL: <http://hyser.com.ua/economics/puti-perehodaukrainy-k-inklyuzivnoj-ekonomike-eksperty-145320>
2. Inclusive Growth: Measurement and Determinants. Washington DC: IMF, 2013. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/cat/longres.aspx?sk=40613.0>
3. Базилюк А. В. Інклюзивне зростання як основа економічного розвитку / А. В. Базилюк, О. В. Жулин // *Економіка та управління на транспорті*, 2015. – Вип. 1. – С. 19–29. – URL: <http://nbuv.gov.ua>
4. Прогнімак О. Д. Інклюзивний розвиток України: перешкоди vs перспективи / О. Д. Прогнімак // *Економічний вісник Донбасу*, 2018. – № 1(51). – С. 187–197. – URL: [http://www.evd-journal.org/download/2018/1\(51\)/pdf/26-Prohnyimak.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2018/1(51)/pdf/26-Prohnyimak.pdf)

РОЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Н. В. ПАСТУХОВА, аспірантка кафедри економічної теорії та економічних методів управління

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Зовнішньоекономічна діяльність – це один із головних видів діяльності кожної країни, який обумовлює її всебічний розвиток в цілому. В умовах посилення процесів глобалізації, яка перш за все, характеризується невпинним внесенням своїх корективів в структуру та функціонування світового господарства, зовнішньоекономічна діяльність набула принципово нових форм та видів, що змушує учасників міжнародного ринку пристосовуватися до цих змін. В цьому напрямку безумовною запорукою підвищення результативності зовнішньоекономічної діяльності є інклюзивний розвиток.

На сьогоднішній день існує багато визначень інклюзивного розвитку, але першими, хто дав визначення терміну «інклюзивний розвиток» були такі всесвітні організації як ООН, Комісія Інклюзивного Розвитку, Всесвітній Економічний Форум, Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) тощо. Наприклад, Комісія Інклюзивного Розвитку (The Commission Inclusive Growth) [5] трактує інклюзивне зростання як інтегроване широкомасштабне зростання, яке поширюється на широкий діапазон людей та місць для того, щоб сприяти та отримувати переваги від економічного успіху;

це концепція, що охоплює справедливість, рівність можливостей і захист на ринку від певних ризиків нестабільного середовища і активну працездатність населення та забезпечення можливості реалізації потенціалу. Таким чином, інклюзивна економіка – це перш за все та, яка забезпечує сферу реалізації трудового потенціалу її населення. Мета такого виду розвитку – досягнути вищого рівня процвітання поряд зі зростанням рівності і справедливості в можливостях і доходах.

Якщо розглядати роботи сучасних вчених, то, наприклад, Базилюк А. В. та Жулін О. В. в своїх роботах зазначають, що: «Концепція інклюзивного розвитку передбачає, що кожен суб'єкт економіки є важливим, унікальним, цінним для суспільства і має можливості, щоб задовольнити свої потреби» [1]. Янчовічін Е. та Люндстром С. [6] стверджують, що такий розвиток повинен базуватися на довгій перспективі, а не мати лише циклічний характер, бути широкоохоплюючим у різних секторах економіки та мати тісний зв'язок з ринком праці.

В такому трактуванні можна простежити тісний зв'язок факторів розвитку мікросередовища на рівні домашніх господарств та макросередовища на рівні країни. Отже, узагальнюючи вищенаведені підходи можна прийти висновку, що інклюзивний розвиток означає адаптацію системи до потреб людини, а також є новим трактуванням економічного розвитку, що включає зусилля із вирішення економічних та соціальних проблем всіх верств населення.

Розглядаючи зовнішньоекономічну діяльність України (рис. 1) можна зробити висновок, що за останні п'ять років експорт, на відміну від, імпорту, мав негативну тенденцію на що впливало багато факторів, зокрема: переважно сировинна структура експорту України; дестабілізація виробництва і падіння світових цін на сировину; спад виробництва у всіх сферах господарчої діяльності; знецінення курсу гривні до валют інших країн; зниження припливу іноземних інвестицій; низька конкурентоспроможність українських виробників на зарубіжному ринку; залежність національної економіки від імпортової сировини; недосконалість законодавства та законодавчої бази України в сфері ЗЕД; високий рівень корупції та бюрократизму при здійсненні контрактів; недостатньо розвинута система міжнародних банківських розрахунків та ін.

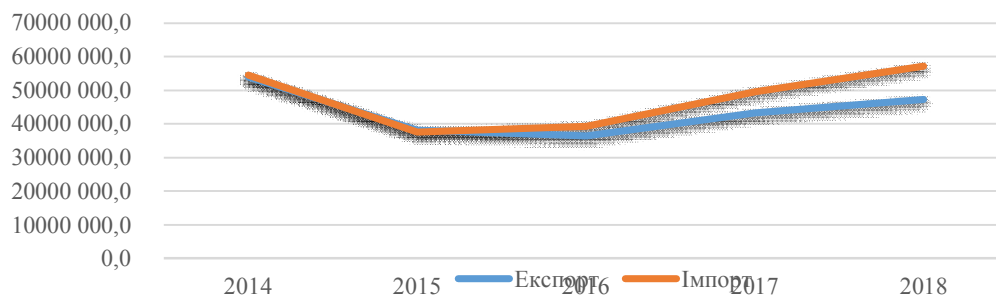


Рис.1 – Динаміка експорту та імпорту України у 2014-2018 роках, тис. дол. США (побудовано автором за джерелом [2])

Важливішим заходом для інклюзивного розвитку України у сфері зовнішньоекономічної діяльності є залучення інвестиції в національну економіку, що в свою чергу посприяє збільшенню виробництва та його обсягів, модернізації засобів виробництва, і, як результат, підвищенню рівня ринкової конкуренції, платіжного балансу, розвитку інвестиційної інфраструктури. Поряд із цим, необхідно сформулювати чітку зовнішньоекономічну політику зорієнтовану на експорт готової продукції, а також на пошук нових ринків збуту.

З метою переходу до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку України на світових ринках уряд затвердив Експортну стратегію України: Дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі на період 2017-2021 років [4]. Документом визначено орієнтири для розвитку торговельних відносин України, подолання перешкод та використання наявних можливостей для розвитку експорту. Дорожня карта визначає стратегічні цілі розвитку торгівлі України на чотири роки. Серед них: створення умов для розвитку сфер торгівлі та інновацій задля диверсифікації експорту українських товарів та послуг, підтримка експорту з боку держави, а також підвищення рівня знань та навичок, необхідних підприємствам для здійснення міжнародної торгівлі. Для досягнення визначеної цілі передбачено: зміцнення комплексної інституційної основи для стимулювання інновацій; зміцнення інноваційного потенціалу підприємств; поліпшення правових та економічних умов для здійснення торгівлі. При цьому Середньостроковим планом пріоритетних дій Уряду на період до 2020 року передбачено створення Офісу розвитку інновацій, метою якого є підтримка та заохочення розвитку інноваційних підприємств та стартапів шляхом забезпечення їх фінансування, необхідними консультаційними послугами та технічною допомогою на всіх етапах від інноваційної ідеї до кінцевого продукту

Підводячи підсумок, можна зазначити, що головним вектором інклюзивного розвитку зовнішньоекономічної діяльності України є створення привабливого інвестиційного клімату та перехід до такої співпраці з іншими державами в системі світогосподарських зв'язків, яка дає можливість розкрити внутрішній потенціал країни й забезпечити її збалансованість.

Література:

1. Базиліук А. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку / А. В. Базиліук, О. В. Жулин // *Економіка та управління на транспорті*, 2015. – Вип. 1. – С. 5–12.

2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 27.01.2020).

3. Уніят А. В. Концепція інклюзивної економіки в контексті сучасного сталого розвитку країн / А. В. Уніят, З. І. Юзвін // *Ефективна економіка*, 2019. – URL: http://www.economy.nauka.com/pdf/2_2019/57.pdf (дата звернення: 27.01.2020).

4. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80?lang=en> (дата звернення: 27.01.2020).

5. Inclusive Growth Commission (2017). Inclusive growth for people and places: challenges and opportunities. RSA, London: https://www.thersa.org/globalassets/pdfs/reports/rsa_inclusivegrowth-commission-final-report-march-2017.pdf (дата звернення: 27.01.2020).

6. Ianchovichin E. What is inclusive development? / E. Ianchovichin, S. Lundstrom // Report of World Bank Group, 2016. – URL: <https://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1218567884549/WhatIsInclusiveGrowth20081230.pdf> (дата звернення: 27.01.2020).

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ В УСЛОВИЯХ ИНКЛЮЗИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

А. С. ЮРЧЕНКО, аспирант кафедры аналитической экономики и эконометрики *Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь*

Продвижение товаров – представляет собой маркетинговую деятельность, обеспечивающую создание благоприятного образа товара и самой фирмы в представлении потребителей и в конечном счете покупку товаров [1].

Основной целью продвижения товаров является не только побудить покупателя совершить первую покупку, но и стимулировать в дальнейшем ко всем последующим.

Продвижение – тактика, применяемая компанией с целью довести до покупателей позиционирование товаров [1].

Целью продвижения является создание устойчивого и растущего спроса на товар и его идентификации посредством предоставляемой информации о данном предприятии легкой промышленности потребителю.

С моей точки зрения наиболее оптимальными *способами продвижения* товаров легкой промышленности в Республике Беларусь являются:

1. Информирование потребителей о предлагаемом товаре и его параметрах путем формирования образа престижности, инноваций и низких цен, используя телевизионные инструменты, интернет – СМИ и акции;

2. Поддержание популярности товаров, путем напоминания потребителям об их важности и значимости в жизни путем информирования на постоянной основе через всевозможные средства коммуникации;

3. Изменение стереотипов восприятия товара посредством наглядной рекламы;

4. Предоставление благоприятной информации о предприятии, производящем продукцию, используя телевизионные и интернет СМИ инструменты.

Учитывая насыщенность рынка товарами легкой промышленности различных производителей, рекламное продвижение как белорусских, так и украинских товаров должно основываться на кардинальном отличии от всех предложений конкурентов. Необходимо направлять рекламу определенных ассортиментных групп товаров на определенные целевые группы потребителей.