

А.О. Касич, С.В. Дідур

A.O. Kasych, S.V. Didur

## СТРУКТУРНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

## STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF FOREIGN TRADE OF UKRAINE

*У статті досліджено основні тенденції зовнішньої торгівлі України загалом та в розрізі структурних характеристик. Визначено основні загрози позиції українського експорту за збереження існуючої структури та основні завдання стратегії зовнішньоекономічної діяльності.*

*The article studies the general trends in the foreign trade of Ukraine as a whole and by its structural characteristics. The basic threats to the position of the Ukrainian export under the existing structure are defined as well as the basic tasks for the foreign trade activity strategy.*

**Ключові слова:** експорт, імпорт, міжнародна торгівля.

**Keywords:** export; import; international trade.

Табл. 4. Рис. 3. Літ. 15.

**Постановка проблеми та актуальність теми.** Міжнародна торгівля залишається основною за вартісними обсягами формою сучасних міжнародних економічних зв'язків. Саме тому дослідження тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України порівняно із загальносвітовими є важливим науковим завданням.

Для країни, яка має досить обмежений внутрішній попит, зовнішньоекономічна діяльність є значимою для забезпечення ринками збуту вітчизняних підприємств і розвитку господарства загалом. Крім того, структура зовнішньої торгівлі віддзеркалює існуючі співвідношення сфер і галузей господарства. Оскільки в умовах сучасного НТП орієнтація вітчизняних виробництв лише на внутрішні потреби сприятиме збереженню архаїчної структури економіки, зовнішню торгівлю слід вважати реальним важелем структурних змін у виробничому секторі та сфері послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль міжнародної торгівлі у процесах розбудови господарства досліджувалася багатьма вченими, зокрема Б. Уліном [13] і В. Леонтьєвим [7].

Окремі питання розвитку міжнародної торгівлі досліджуються в працях вітчизняних учених, таких як В. Ковальчук [5], Л. Кузнєцова [6], І. Майорова [8], Л. Масловська [10], Ю. Руденко [11], О. Саліхова [11], А. Філіпенко [14] та інших.

Причиною такої уваги до міжнародної торгівлі є її значення для забезпечення економічної динаміки. Так, у праці П. Герста та Г. Томпсона зазначається, що головною причиною «продовженого «буму» після другої світової війни став тотальний підйом світової торгівлі та внутрішніх інвестицій» [1, 59]. Головне місце в розквіті міжнародної економіки займав експорт, обсяги якого з 1950 р. до 1994 р. зростали значно швидше, ніж виробництво та зумовили феномен «експортного розриву» [1, 59].

В умовах прискорення глобалізації світової економіки, як підкреслює В.М. Ковальчук, «все відчутніше проявляється вплив загальних тенденцій структурних змін на кожну окремо взятую національну економіку» [5, 119].

**Мета дослідження.** Аналіз тенденцій розвитку міжнародної торгівлі України порівняно з розвитком міжнародного поділу праці дає можливість визначити завдання стратегії зовнішньоекономічної діяльності, що і є завданням даного дослідження.

**Основні результати дослідження.** Зовнішню торгівлю слід розглядати як важливий чинник рівня конкурентоспроможності національної економіки, критерій прогресивності структурних характеристик господарства загалом.

У сучасних умовах функціонувати за принципом «натурального господарства» національна економіка не в змозі, тому зовнішня торгівля стала життєвою необхідністю, навіть умовою виживання багатьох вітчизняних підприємств та основним чинником економічної динаміки останніх років. Підтвердженням такої тези є порівняння темпів приросту реального ВВП та товарного експорту України протягом 2001–2006 рр. (рис. 1).

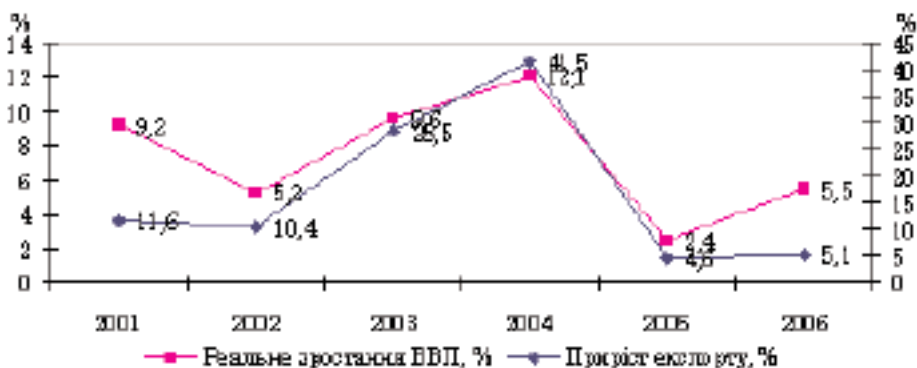


Рис. 1. Динаміка темпів приросту реального ВВП і товарного експорту України [3; 4]

Для аналізу тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі України використовуємо традиційні показники: відношення експорту до величини ВВП (експортна квота), відношення імпорту до ВВП (імпортна квота), рівня відкритості країни торгівлі (експорт + імпорт / 2), співвідношення обсягів експорту товарів і послуг тощо. Основні показники, які характеризують зовнішню торгівлю України, представлені в табл. 1. Їх аналіз дає можливість виокремити особливості сучасного етапу розвитку зовнішньої торгівлі України:

1. Обсяги зовнішньої торгівлі (як експорту, так і імпорту товарів та послуг) поступово зростають, що відповідає загальносвітовій тенденції посилення взаємодії країн світу у сфері торгівлі. В окремі роки спостерігалось випередження темпів росту імпорту товарів, в інші – навпаки експорту. Загалом за період з 2000 р. по 2006 р. обсяги експорту товарів зросли в 2,6 раза, обсяги імпорту – в 3,2 раза. Збільшення обсягів експорту має означати зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції, однак більш високі темпи росту імпорту свідчать про підвищення рівня імпортозалежності національної економіки.

Таблиця 1. Показники, які комплексно характеризують зовнішню торгівлю України [12]

№	Показник	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	Обсяг експорту товарів, млн дол. США	16264,7	17967,1	23080,2	32672,3	34286,7	35367,7
2	Темп зростання, %	111,6	110,4	128,5	141,6	104,9	112,1
3	Частка у загальному обсязі експорту, %	83,1	81,6	84,5	86,7	84,8	83,6
4	Обсяг імпорту товарів, млн дол. США	15775,1	16976,8	23030,8	28996	36141,1	48034,5
5	Темп зростання, %	113,0	107,6	135,6	125,9	124,6	124,6
6	Частка у загальному обсязі імпорту, %	93,2	93,4	94,3	93,5	92,5	92,2
7	Баланс торговельно-торгівельних операцій, млн дол. США	489,6	990,3	83,4	3676,3	-1854,4	-6666,8
8	Коефіцієнт покриття експортом імпорту	1,03	1,06	1,00	1,13	0,95	0,85
9	Частка експорту товарів у ВВП, %	42,8	42,4	46,0	60,2	41,4	36,1
10	Частка імпорту товарів у ВВП, %	41,5	41,0	45,9	44,6	43,6	42,4
11	Співвідношення торговельно-торгівельних операцій (експорт + імпорт) до ВВП	42,2	41,2	45,9	47,4	42,5	39,3
12	Обсяг експорту послуг, млн дол. США	3544,7	455,8	4248	5307,9	6134,7	7505,5
13	Темп зростання, %	101,7	114,4	104,8	125,0	115,6	122,3
14	Частка у загальному обсязі експорту, %	17,9	13,4	15,5	13,3	15,2	16,4
15	Обсяг імпорту послуг, млн дол. США	1143,4	1191,6	1388,4	2008,1	2910,9	3812,4
16	Темп зростання, %	99,8	103,8	116,5	137,7	141,4	129,9
17	Частка у загальному обсязі імпорту, %	6,8	6,6	5,7	6,6	7,6	7,8
18	Баланс торговельно-торгівельних операцій послугами, млн дол. США	2396,3	2863,7	2859,6	3299,8	3223,8	3693,1
19	Співвідношення обсягів експорту послуг та обсягів експорту товарів, разів	4,6	4,4	5,4	6,2	5,6	5,1

Аналогічна динаміка простежується і в межах зовнішньої торгівлі послугами: темпи росту обсягів імпорту послуг були вищими порівняно з темпами росту експорту. Як результат, за період з 2000 р. по 2006 р. обсяг експорту послуг зріс у 2,2 раза, імпорту – в 3,3 раза відповідно.

2. Порівняння обсягів торгівлі товарами та послугами свідчить про значне переважання торгівлі товарами (рис. 2).

Розраховане співвідношення обсягів експорту послуг і товарів для країни складає 1 до 4,4–6,2, що свідчить про слабкий рівень залучення сфери послуг до міжнародної торгівлі. Для порівняння співвідношення між обсягами світової торгівлі товарами та послугами поступово зменшується та складає прибіжно 1 до 3.

3. Істотні відмінності в секторах торгівлі товарами та послугами спостерігаються і у величинах балансу експорту та імпорту відповідно. Баланс зовніш-

ньої торгівлі послугами протягом досліджуваного періоду був величиною позитивною, яка в окремі роки значною мірою перевищувала баланс зовнішньої торгівлі товарами. Останній був величиною нестійкою та характеризувався в 2005–2006 рр. дефіцитом.

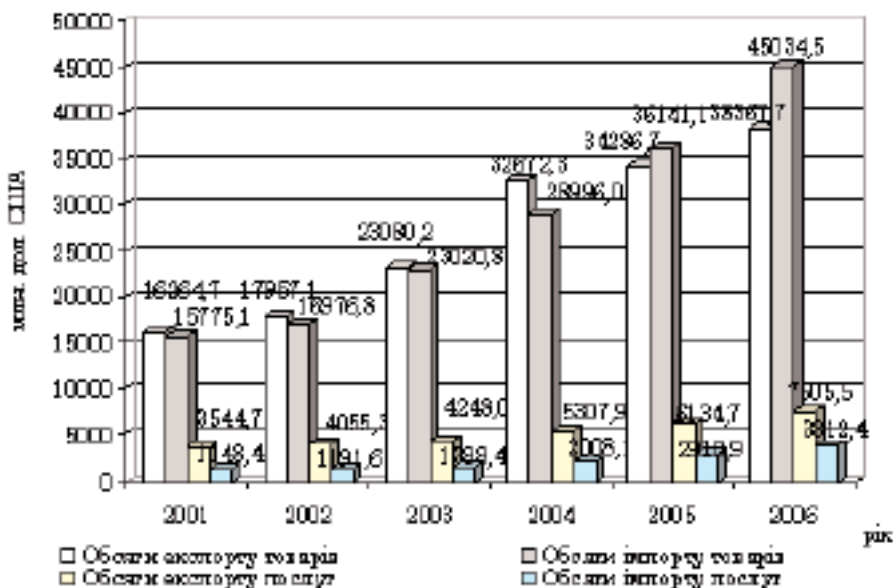


Рис. 2. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі України [3]

4. Зберігається протягом досліджуваного періоду й існуюча багатовекторність зовнішньоекономічних зв'язків. У 2006 р. зовнішньоекономічні операції проводилися з партнерами із 213 країн світу для торгівлі товарами та 209 країн світу для торгівлі послугами. Обсяги експортних поставок товарів до країн СНД становили 33% від загального обсягу, Європи – 32,9%, Азії – 21,2%, Америки – 6,6%, Африки – 6,2%, Австралії і Океанії – 0,05%. Дещо іншим виглядало співвідношення експорту послуг – 46% від загального обсягу яких спрямовувалось до країн СНД та 29,6% – до країн ЄС [3].

Така ситуація, як і раніше, ускладнює для України визначення інтеграційних орієнтирів між СНД (ЄЕП) та ЄС.

5. За роки незалежності України істотні зміни відбулися в структурі суб'єктів зовнішньої торгівлі за формами власності. Так, експортні поставки товарів в 2006 р. здійснювали 13,5 тис. учасників зовнішньоекономічної діяльності різних форм власності, з них приватної форми власності – 12,8 тис., вартість поставок яких становила 92,6% загального обсягу експорту, державної – 0,7 тис. та відповідно 7,3%.

Імпортні поставки здійснювали 24,5 тис. учасників ЗЕД, з них приватної власності – 23,8 тис., вартість поставок яких складала 83,6% загального обсягу імпорту, державної – 0,5 тис. та відповідно 16,3, комунальної – 0,2 тис. та 0,1%.

Дещо іншою була структура зовнішньої торгівлі послугами. Так, експорт послуг здійснювали 4437 підприємств різних форм власності, з них державної

форми власності — 576 підприємств, обсяг послуг яких становив 50,6% у загальному обсязі експорту, приватної форми власності 3763 та відповідно 48,8%.

Імпорт послуг здійснювали 3532 підприємства, з них приватної форми власності — 3143, обсяг послуг яких складав 68,6% загального обсягу імпорту, державної — 359 та 30% відповідно [2].

6. Основними показниками ролі міжнародної торгівлі у розвитку економіки країни є експортна та імпортна квота. Загальносвітова тенденція полягає у поступовому збільшенні величини експортної квоти країн. Так, у 1913 р. цей показник складав 8,7% і зріс до 13,5% у 1992 р. [1, 55].

Чим вище значення експортної квоти, тим вищим є рівень спеціалізації національної економіки та рівень її залучення у світову торгівлю. Якщо основою експорту є конкурентоспроможна продукція, висока експортна квота не викликає занепокоєння. Однак в умовах, коли екпортується продукція з нестійким на світових ринках попитом, зменшення обсягів експорту буде супроводжуватись істотним скорочення валютних надходжень і необхідністю зменшення обсягів імпорту, можливо життєво важливого.

Значення експортної квоти України за досліджуваний період коливалось від 36,1% до 50,2%.

Наступним важливим показником є імпортна квота, високе значення якої характеризує високий рівень імпортозалежності економіки України.

Всі ці особливості зовнішньої торгівлі України свідчать про необхідність проведення аналізу структури зовнішньої торгівлі товарами та послугами окремо.

Структуру зовнішньої торгівлі товарами України за 2001, 2004 та 2006 роки наведено в табл. 2, а світу за 2000 р. — на рис. 3.

Таблиця 2. Структура експорту та імпорту товарів, % [12]

№	Показники	2001		2004		2006	
		експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт
1.	Продукти рослинного походження	4,28	1,69	3,46	1,62	5,1	1,6
2.	Жодні і м'яса тваринного та рослинного походження	1,39	0,65	1,67	0,61	2,5	0,4
3.	Головні харчові продукти	2,77	3,74	3,49	3,45	3,6	3,7
4.	Мінеральні продукти	10,76	42,63	13,23	37,40	10,1	30,0
5.	Продукція хімічної та паливних із неметалевої промисловості	9,09	7,14	8,51	7,75	8,8	8,6
6.	Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	1,57	4,42	1,34	4,85	2,1	5,6
7.	Текстиль і текстильні вироби	3,78	4,1	2,70	3,42	2,4	3,0
8.	Відсутні, головні убори, парасольки	0,62	0,28	0,37	0,16	0,3	0,6
9.	Недрюсовані метали та вироби з них	41,33	5,20	39,94	6,06	43,8	7,4
10.	Металева обладнання, машини, устаткування та механізми, електротехнічне устаткування	10,54	16,07	9,28	16,36	8,7	17,5
11.	Транспортні засоби та шкільне обладнання	3,37	4,73	6,24	8,60	5,4	11,4
12.	Інші товари	10,63	10,45	9,77	9,94	8,2	10,3

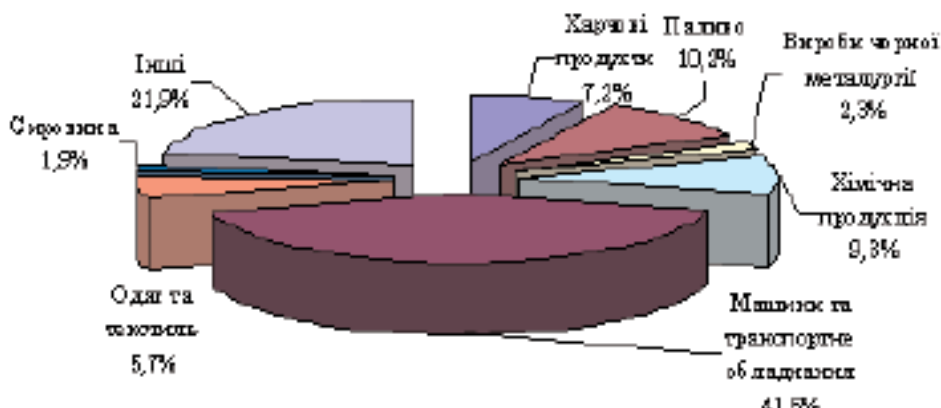


Рис. 3. Структура світового експорту в 2000 році, % [15]

Як свідчать дані табл. 2, за винятком динаміки окремих товарних груп, структура зовнішньої торгівлі товарами за досліджуваний період не змінилась: основними товарними групами в структурі експорту України в 2006 р. були недорогоцінні метали та вироби з них (42,8%), продукція машинобудування (14,5%), мінеральні продукти (10,1%) та продукція хімічної промисловості (8,8%), а в структурі імпорту найбільш значимими залишаються мінеральні продукти (30,0%), продукція машинобудування (30,4%) та хімічної промисловості (8,6%).

Такі структурні характеристики дають можливість відзначити поліпшення товарної структури експорту за ступенем промислової переробки порівняно з попередніми роками. Так, за даними Національного інституту стратегічних досліджень [4], спостерігається тенденція до скорочення частки промислової сировини (до 11% у 2006 р. порівняно з 14,1% у 2005 р.) та нарощення частки продукції повної промислової переробки (з 30,1% до 32,1%) у структурі сукупного експорту. Однак при цьому зросла частка товарів проміжної промислової обробки (до 48,3%).

Порівняння структури експорту України зі світовим експортом дає можливість чітко відслідкувати проблемні зони, в тому числі у структурі господарства: значно нижчою є частка продукції машинобудування та значно вища частка продукції чорної металургії та палива.

Аналіз структури зовнішньої торгівлі в розрізі груп, наведених за даними Державного комітету статистики України та за рівнем промислової переробки дещо не відповідає сучасним потребам дослідження тенденцій розвитку світової торгівлі, особливо в контексті активізації розвитку інноваційного сектора. Наприклад, за даними [15] структуру експорту окремих країн аналізують за рівнем технологічності (табл. 3).

Наведемо види продукції, які відносяться до галузей, класифікованих за рівнем технологічності:

а) продукція високо-технологічних галузей (high-technology industries): літаки, космічні літальні апарати, офісне та комп'ютерне обладнання, радіо-, телеобладнання та обладнання для зв'язку, медичне та оптичне обладнання;



б) продукція середньо-високотехнологічних галузей (medium-high-technology industries): електричне обладнання, автомобілі, трейлери, продукція хімічної промисловості, залізничне та транспортне обладнання;

в) продукція середньо-низькотехнологічних галузей (medium-low-technology industries), куди відносяться такі види продукції, як кокс, нафтопродукти, ядерне паливо, каучук і продукція з пластику, метали та металовироби, мінеральні неметалеві види продукції;

г) продукція низько-технологічних галузей (low-technology industries): продукція лісопереробної галузі, продовольчі товари, овочі, одяг, текстильна продукція.

Таблиця 3. Структура експорту продукції (за рівнем технологічності), % [15]

Країна	Продукція високо-технологічних галузей		Продукція середньо-високотехнологічних галузей		Продукція середньо-низькотехнологічних галузей		Продукція низькотехнологічних галузей	
	1994	2003	1994	2003	1994	2003	1994	2003
США	32,9	35,8	39,5	38,9	10,5	10,9	17,1	14,4
Японія	31,2	28,9	51,1	54,2	12,4	11,8	5,4	5,1
ЄС	16,3	21,9	40,7	41,7	17,3	15,8	25,5	20,6
Німеччина	15,4	19,1	52,6	52,5	15,5	14,6	16,5	13,8
Франція	16,6	22,5	40,6	42,1	16,2	15,3	24,4	20,2
Швейцарія	18,9	22,0	36,4	38,4	19,6	17,3	25,1	22,4
Фінляндія	13,3	24,0	25,3	24,5	18,9	21,1	42,4	31,4
Корея	28,0	36,1	36,0	32,2	19,9	20,3	25,1	11,4
Туреччина	2,5	6,5	14,9	26,5	24,7	22,9	57,9	45,0
Польща	4,1	6,6	22,3	25,7	32,2	26,6	41,4	21,1
Чехія	4,9	14,7	26,0	44,7	31,1	22,8	28,1	17,7
Угорщина	12,2	32,1	29,6	40,5	18,7	11,0	39,4	16,4

Вже традиційною є експортна спеціалізація розвинених країн на продукції високо-технологічних і середньо-високотехнологічних галузей: для США за даними 2003 р. це 74,7% обсягу експорту, для Японії – 83,1%. Відносно нижчою залишається частка продукції цих галузей в експорті країн ЄС – понад 63,6%. В експорті продукції середньо-низькотехнологічних галузей є більш сильними позиції країн, що розвиваються. Однак, зрушення в експорті окремих з них (Південної Кореї, Польщі, Угорщини) свідчать про намагання цих країн здійснювати структурні реформи в напрямку активізації розвитку інноваційно-орієнтованих виробництв.

Структура вітчизняного експорту за рівнем технологічності буде виглядати за результатами 2006 р. так: частка продукції високо-технологічних галузей – 4,4%, продукція середньо-високотехнологічних галузей складає 18,9%, середньо-низькотехнологічних галузей – 56,7% і низькотехнологічних галузей – 19%.

Не зважаючи на той факт, що частка послуг у загальному обсязі зовнішньої торгівлі залишається в межах 15–16%, аналіз структури їх експорту має важливе значення (табл. 4).

Найбільшу питому вагу в загальному обсязі українського експорту послуг за досліджувані роки склали транспортні послуги, також зростає частка різних ділових, професійних і технічних послуг. У структурі імпорту переважають

транспортні послуги, ділові, професійні та технічні послуги, значною є частка фінансових послуг.

Таблиця 4. Структура експорту та імпорту послуг, % [12]

№	Показники	2001		2004		2006	
		експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт
1.	Транспортні послуги	89,5	19,9	76,1	22,8	71,3	30,7
2.	Подорожі	2,3	3,6	3,1	5,0	3,3	6,0
3.	Послуги зв'язку	2,6	3,3	2,4	5,3	3,4	2,4
4.	Будівельні послуги	0,7	1,9	1,3	4,5	2,2	4,8
5.	Страхувальні послуги	0,1	4,1	0,3	4,7	0,9	2,7
6.	Фінансові послуги	0,5	2,9	0,4	6,2	1,1	13,7
7.	Комп'ютерні послуги	0,2	1,5	0,4	3,7	1,2	2,9
8.	Рекла та ліцензійні послуги	0,1	0,3	0,5	4,6	0,2	6,0
9.	Різн. ділові, професійні та технічні послуги	5,2	12,8	8,0	14,8	11,3	18,4
	надуво-дослідчі та дослідно-конструкторські послуги	3,1	2,5	2,5	2,9	1,5	1,7
10.	Інші послуги	4,6	43,7	7,0	28,4	5,1	22,4

Отже, високі значення експортної та імпортної квоти України в доповненні з аналізом структури експорту свідчать про високий рівень залежності країни від ситуації на зовнішніх ринках. Експансія України на міжнародні ринки відбувається в межах тих товарних груп, попит на продукцію яких не є стійким, а це означає, що обсяги та структура зовнішньої торгівлі є загрозливими для економічної безпеки країни.

Збалансування обсягів експорту та імпорту з метою забезпечення економічного розвитку є важливим завданням будь-якої країни. Експорт не може постійно перевищувати імпорт, оскільки це не сприяє ефективному використанню валютних коштів. І якщо в довготривалий період часу експорт та імпорт повинні бути збалансовані, то для країни, яка має забезпечити економічний прорив, перевищення експорту над імпортом є умовою розширення валютних можливостей та імпорту важливих для подальшого розвитку компонентів. Абсолютно нормальною є ситуація, коли причиною перевищення імпорту над експортом є імпорт наукоємного обладнання, послуг інноваційного характеру.

Як свідчить динаміка коефіцієнта покриття експортом імпорту Україна потрапляє в ситуацію, коли з метою фінансування імпорту відбувається пошук товарних груп, здатних витримати конкуренцію на світовому ринку та забезпечити життєво необхідний імпорт, насамперед енергоносіїв.

Особливе занепокоєння викликають такі факти:

- основні складові експорту України це товари, які в майбутньому будуть характеризуватися прогнозно-несприятливою кон'юктурою;

- збереження існуючої структури експорту підтримує існуючу структуру господарства без змін;

- зростання світових цін на енергоносії та відсутність реальних результатів у запровадженні енергозберігаючих технологій зумовить зростання частки палива в структурі імпорту та зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції щодо цінових чинників.



Вирішення вказаних та інших проблемних питань повинна забезпечити стратегія зовнішньоекономічної діяльності, реалізація якої підвищила б рівень економічної безпеки країни та її конкурентоспроможність. Так з 1993 р. в США функціонує Національна експортна стратегія, яка визначає необхідність: зниження дефіциту торгового балансу, підвищення конкурентоспроможності продукції промисловості США, створення високооплачуваних робочих місць у середині країни шляхом експорту товарів і послуг [9].

**Висновки.** Для перетворення зовнішньоекономічної діяльності у реальний чинник економічного зростання необхідно розробити довгострокову стратегію зовнішньоекономічної діяльності у контексті реалізації стратегічних орієнтирів розвитку економіки країни загалом.

Враховуючи той факт, що для забезпечення розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції необхідний час і Україна не зможе протягом трьох-п'яти років суттєво змінити структуру внутрішнього виробництва, необхідно забезпечити також підвищення конкурентоспроможності тих видів продукції, які в даний час є основою експорту України.

Важливість зовнішньоекономічної діяльності для забезпечення економічного розвитку України в сучасних умовах і недостатній рівень платоспроможного попиту на внутрішньому ринку зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності експортної продукції. Оскільки це переважно продукція третього та четвертого технологічних укладів, виробництво якої є достатньо енергоємним, необхідно розглянути можливості використання ресурсозберігаючих технологій.

Крім того, орієнтація виробництва на внутрішній попит, так як і орієнтація тільки на ринок країн СНД прогнозовано буде зберігати архаїчну структуру господарства. Для галузей, які за орієнтирами стратегії ЗЕД мають через 5–10 років скласти основу експорту, повинні бути створені умови для динамічного розвитку через систему податкових та інших стимулів.

1. Герст П., Томпсон Г. Сумніви в глобалізації / Пер. з англ. — К.: К.І.С., 2002.
2. Зовнішньоторговельний баланс України за 2006 рік: Експрес-доповідь від 07.03.2007 №54 // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
3. Зовнішня торгівля України товарами за 2006 рік. Зовнішня торгівля України послугами за 2006 рік: Експрес-доповідь від 12.02.2007 №24 // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
4. Ключові тенденції зовнішньоекономічної діяльності України у 2006 році в контексті реалізації стратегічних завдань соціально-економічного розвитку // [www.niss.gov.ua](http://www.niss.gov.ua).
5. Ковальчук В.М. Структурна перебудова національної економіки в контексті інноваційного розвитку / НАН України. Об'єдн. ін-т економіки: Відп. ред. Л.М. Шабліста. — К., 2005.
6. Кузнецова Л. Структурні зміни у промисловості України: критерії прогресивності // Економіст.— 2005.— №8. — С. 50–55.
7. Леонтьев В.В. Межотраслевая экономика / А.Г. Гранберг (науч. ред. и авт. предисл.), В.П. Бусыгин (пер. с англ.). — М.: Экономика, 1997.
8. Майорова І.М. Сучасні тенденції світової торгівлі та перспективи України на світових ринках // Зовнішня торгівля: право та економіка.— 2004.— №6. — С. 47–53.
9. Макроструктурні зрушення в економіці України в контексті інтеграції у світовий та європейський економічний простір // Національна безпека і оборона. Центр Разумкова.— 2003.— №4 // [www.ucers.org.ua](http://www.ucers.org.ua).
10. Масловська Л. Управлінські аспекти зовнішньоекономічної діяльності України в перехідний період // Економіка України.— 2006.— №8. — С. 67–72.
11. Саліхова О., Руденко Ю. Внутрігалузева міжнародна торгівля як критерій технологічного рівня країни // Економіст.— 2006.— №5. — С. 24–28.

12. Товарна структура зовнішньої торгівлі України за 2001, 2004, 2006 роки. Структура експорту-імпорту послуг за 2001, 2004, 2006 роки // www.ukrstat.gov.ua.

13. Улин Б. Межрегиональная и международная торговля / Пер. с англ. – М.: Дело, 2004.

14. Філіпенко А. Інтеграційні перспективи України: бігравітаційна модель // Економіка України. – 2005. – №6. – С. 11–22.

15. OECD Factbook 2006: Economic, Environmental and Social Statistics – ISBN 92-64-03561-3 – © OECD 2006 // www.miranda.sourceoecd.org.

Стаття надійшла до редакції 24.09.2007.

### КНИЖКОВИЙ СВІТ



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА ТА ЮРИДИЧНА ОСВІТА  
ПРЕСТИЖНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ**

Україна, 01011, м. Київ, вул. Панаса Мирного, 26

E-mail: book@nam.kiev.ua

тел./факс 288-94-98, 280-80-56



**Маркетинг для магістрів: Навч. посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. М.М. Єрмошенка, д.е.н., доц. С.А. Єрохіна: В 2-х т. – Т. 2. – К.: Національна академія управління, 2007. – 544 с. Ціна без доставки – 45 грн.**

У навчальному посібнику в концентрованому вигляді викладено зміст усіх нормативних дисциплін по спеціальності «Маркетинг». По кожній з дисциплін базового курсу пропонуються контрольні питання, тести, глосарій і література.

Для викладачів, майбутніх бакалаврів і магістрів, аспірантів, маркетологів-практиків, наукових працівників, а також для всіх, хто цікавиться сучасними технологіями маркетингу.

#### Зміст

**Розділ 13.** Маркетинг у банку

**Розділ 14.** Маркетинг послуг

**Розділ 15.** Інформаційні технології в маркетингу

**Розділ 16.** Міжнародний маркетинг

**Розділ 17.** Кон'юнктура світових товарних ринків

**Розділ 18.** Маркетингова цінова політика

**Розділ 19.** Маркетингова політика комунікацій

**Розділ 20.** Рекламний менеджмент

**Розділ 21.** Стратегічний маркетинг

**Розділ 22.** Комерційна діяльність посередницьких організацій

**Розділ 23.** Маркетинг персоналу