

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Катрук Т.С.

студент,

*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Міжнародна торгівля будь-якої держави виступає як невід'ємна складова частина національної економіки, тому кожна держава приділяє особливу увагу її розвитку. Наявність ринків збуту на міжнародній арені свідчить про встановлення зовнішніх торговельних зв'язків з партнерами різних держав, що, в свою чергу, підкреслює високий рівень розвитку економіки тієї чи іншої держави в цілому.

Зовнішньоекономічна діяльність дозволяє збалансувати виробничі можливості держав та переваги споживачів, дає змогу отримувати продукти, в яких відчувається дефіцит, і реалізовувати надлишок товарів, котрий не поглинається внутрішнім ринком. Таким чином, завдяки міжнародній торгівлі задовольняються потреби населення кожної з торгуючих країн на високому рівні.

Міжнародна торгівля України характеризується діяльністю суб'єктів господарювання України та інших держав, яка має місце як на території України, так і за її межами і визначається як посередництво між виробниками та споживачами по здійсненню угод купівлі-продажу товарів або послуг. Міжнародна торгівля України здійснюється у напрямку експорту, тобто вивозу товарів від вітчизняних виробників до іноземних споживачів, та імпорту – ввозу товарів від іноземних виробників до вітчизняних споживачів.

Набуття Україною у травні 2008 року членства в СОТ зробило її рівноправним партнером на світових товарних ринках. Як наслідок, було скасовані окремі обмеження та лібералізовані умови доступу на зовнішні ринки для цілого ряду українських товарів металургійної, хімічної, машинобудівної галузей та сільського господарства. Аналізуючи зовнішньоторговельну діяльність України у 2015 році, можна зауважити, що у структурі та ефективності міжнародної торгівлі є зміни, відбулась переорієнтація торгівлі з російського ринку на європейський. Можна було б вважати, що такі зміни – це результат очікуваного зближення України та країн ЄС.

Однак, слід також не забувати про втрати від згорання торгівлі з Росією. За показниками першої половини 2015 р. (січень-серпень) зовнішня торгівля товарами мала наступні зміни[1]:

- експорт товарів: 37679.5 млн. дол. США (93.2% від показника за аналогічний період 2014 р.);
- імпорт товарів 36513.6 млн. дол. США (76.5% від показника за аналогічний період 2014 р.);
- сальдо торгівлі товарами +1165.8 млн. дол. США (за 1 півріччя 2014р. - 7396.6 млн. дол. США).

Зовнішня торгівля послугами за 1 півріччя 2014 р. характеризувалась показниками[1]:

- експорт послуг: 5957.8 млн. дол. США (89.3% від показника за аналогічний період 2014 р.);

- імпорт послуг 2784.7 млн. дол. США (81.0% від показника за аналогічний період 2014 р.);

- сальдо торгівлі послугами +3173.0 млн. дол. США (за 1 півріччя 2015 р. +3439.2 млн. дол. США).

Аналізуючи вищезазначені дані бачимо, що порівняно з аналогічним періодом 2014 року у 2015 році в Україні експорт товарів знизився на 6.8%, але імпорт знизився ще відчутніше – на 23.5% (це пов'язано зі зниженням купівельної спроможності економіки загалом та населення зокрема), що і забезпечило позитивне сальдо обсягів зовнішньої торгівлі держави.

Обсяг експорту товарів до країн Європейського Союзу становив 32.6% від загального обсягу експорту, до інших країн – 67.4% (за січень-липень 2014 року – 26.9% і 73.1%, відповідно).

Серед найбільших країн-партнерів експорт товарів збільшився до Єгипту – на 34.7%, Польщі – на 22.1%, Італії – на 13.9%, Німеччини – на 7%, Китаю та Угорщини – на 3.4%. Водночас, продовжив скорочуватись експорт до Росії на 23.7%, Індії – на 2.2%.

Істотно вплинула на можливості міжнародної торгівлі нашої держави економічна і воєнно-політична криза. Слід зазначити, що за перше півріччя 2015 року виробництво скоротилося на 4.7%.

Однак, аналізуючи минулий 2015 рік можна сказати, що рано стверджувати про те, де більше позитивних змін: у збалансуванні міжнародної торгівлі України загалом чи переорієнтації експорту з Росії на країни ЄС.

Розвитку міжнародної торгівлі України перешкоджають такі чинники [2]: нерозвиненість базових інститутів ринкової економіки за відсутності сприятливих умов для розвитку національного конкурентоспроможного бізнесу; відсутність закордонної збутової інфраструктури; недосконалість методів державного регулювання економіки; слабка інфраструктура підтримки експорту.

Для перспективного розвитку міжнародної торгівлі України необхідно вжити наступні заходи:

1. Забезпечити підтримку національних виробників шляхом використання можливостей міжнародно-правового механізму захисту їх інтересів на світовому ринку.

2. Розширювати діяльність на міжнародній арені за рахунок пошуку нових ринків збуту.

3. Вдосконалювати національні виробництва за рахунок закупівлі новітніх технологій у закордонних партнерів.

4. Впроваджувати міжнародні стандарти та сертифікацію товарів або послуг задля зменшення бар'єру виходу даних товарів або послуг на міжнародні ринки.

5. Вдосконалити систему державного регулювання та управління виробництва товарів, які експортуватимуться.

6. Використовувати дипломатичні важелі впливу на управління підприємствами задля підвищення ефективності їх діяльності.

Отже, сучасне економічне положення України на міжнародному просторі вимагає негайного покращення. Існуючий рівень розвитку національного господарства та міжнародної торгівлі не забезпечує належного добробуту населення, тому потребує заходів для перспективного розвитку. Сучасна зовнішньоекономічна політика України повинна бути спрямована на формування нового режиму торгівлі з подальшою інтеграцією до світового економічного простору шляхом поступового збільшення конкурентоспроможності національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Статистичні дані Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.ukrstat.gov.ua

2. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 рр.) «Шляхом європейської інтеграції» / авт. кол.: А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін. ; Нац. ін-т стратег. 4 дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.

Новосад Я.С.

аспірант,

Львівський національний університет імені Івана Франка

КОРПОРАТИВНЕ МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розвиток добровільного медичного страхування в Україні супроводжується великим попитом на нього серед корпоративних клієнтів. А тому значної актуальності набувають наукові напрацювання з різних питань корпоративного медичного страхування. Одним із таких питань виступає місце корпоративного медичного страхування та його сутність.

На жаль, масового попиту на продукти ДМС на сьогоднішній день не спостерігається. Це можна пояснити рядом причин:

- рівень доходів населення є досить низьким.
- мала кількість новітніх та якісних провайдерів медичних послуг (лікувально-профілактичних закладів).
- дослідження ринку до недавнього часу свідчили про певну недовіру до страхової сфери з боку українського населення, яке часто вбачає в страхуванні фінансові піраміди.
- недостатній податковий стимул і низька страхова культура населення.

Корпоративне медичне страхування приваблює сьогодні тим, що дозволяє враховувати інтереси трьох сторін – керівника підприємства, працівника та страхової компанії.

Автор Л. Б. Баранник визначає такі переваги корпоративного страхування:

- соціальний фактор (захист життя та здоров'я працівників підприємств, накопичення коштів до виходу на пенсію, матеріальна допомога родині на випадок передчасної смерті годувальника);
- мотиваційний фактор (збереження на підприємстві кваліфікованих працівників, гнучка система винагороди співробітників);
- фінансовий фактор (зниження нарахувань на фонд оплати праці та податку на прибуток: платежі на медичне страхування не окладаються податком на прибуток і на них не проводяться нарахування на фонд оплати праці);
- інвестиційний фактор (підприємство може вибрати напрям інвестування накопичених коштів, у тому числі повернути у свій оборот);
- іміджевий фактор – створення позитивного іміджу соціально відповідального підприємства [1, с. 170].

Вітчизняні страхові компанії розробляють і пропонують нині багато різноманітних програм корпоративного медичного страхування. Програми досить популярні як серед роботодавців так і серед співробітників. Спектр послуг, пропонований страховою компанією залежить від бажання та можливостей компанії-страхувальника. Зазвичай, він включає в себе планову та екстрену стаціонарну допомогу, поліклінічне обслуговування та стоматолога. Ще однією перевагою корпоративного страхування є індивідуальний підхід. Так, службовці вищого рангу можуть розраховувати на більш широкий спектр послуг, бонусні програми, наприклад, оплачене відвідування басейну або фітнес-центру, така страховка буде коштувати дорожче. А, наприклад, службовці нижчого рангу можуть