

**Н.Г. Ушакова**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**Г.М. Коломієць**, д-р екон. наук, проф. (*ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків*)

## **ЕКОНОМІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ТА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ**

Нові глобальні виклики та світові економічні кризи обумовлюють трансформацію міжнародних економічних відносин. Розвиток сучасної міжнародної економічної системи детермінується двома протилежними тенденціями: розвиток міжнародної кооперації та інтеграції, результатом чого є поява міжнародних інтеграційних організацій – з одного боку; постійне зростання конкуренції на світовому ринку та спроби перерозподілу сфер впливу й ринків між основними акторами – з іншого. Це спричинює поступове стирання меж між зовнішньою і внутрішньою економічною політикою, зумовлюючи економізацію зовнішньої політики.

Ретроспектива економізації зовнішньої політики тісно пов'язана з основними етапами еволюції міжнародної торгівлі. Початок даного процесу найчастіше пов'язують з завершенням II етапу розвитку міжнародної торгівлі – періодом становлення міжнародного товарообігу (1850-1914 рр.). З кінця XIX ст. починають призначатися перші комерційні аташе – спеціально навчені для обслуговування економічних потреб своїх держав дипломатичні особи. У періоді між двома світовими війнами (1914-1945 рр.) постійно розглядалися питання щодо розвитку міжнародної торгівлі, міжнародної фінансової системи тощо. Найбільш відомими фактами економізації зовнішньої політики США того періоду є «доларова дипломатія» У. Тафта та політика Д. Рузвельта. Після Другої світової війни економічний «план Маршалла», автором якого став голова американського дипломатичного відомства, також мав певний політичний підтекст і значно змінив «обличчя» Європи.

На думку експертів, до 1970-х років в міжнародних відносинах, незважаючи на зростаючі темпи глобальної торгівлі, політична дипломатія все ще домінувала над економічною. Проривом у економізації зовнішньої політики стали ініціативи Л. Ігелберга, які були спрямовані на просування національних компаній за кордоном, отримання ними всілякої підтримки від своїх урядів з метою підвищення конкурентних переваг на зовнішніх ринках. Це пов'язано з активізацією процесу глобалізації світової економіки, що розпочався

саме в сфері міжнародної торгівлі і поступово охопив всі сфери економічного, соціального, культурного життя.

Нині глобалізація торговельної сфери охопила не тільки торгівлю товарами, а й торгівлю послугами, трансфер технологій, іноземних інвестицій, пов'язаних з торговельною сферою, екологію та регулювання ринку праці, що впливають на торговельні відносини. Підтвердженням розвитку економізації зовнішніх відносин є збільшення числа суб'єктів Світової організації торгівлі (СОТ). Якщо Генеральну угоду з тарифів та торгівлі (ГАТТ) – міжнародну угоду, покликану знизити торговельні бар'єри в міжнародній торгівлі, укладену в 1947 році, підписало 23 країни, то нині кількість членів СОТ складає більше 160 країн.

Зростання взаємозалежності країн, обумовлене міжнародним поділом праці, зрощенням національних економік у результаті транснаціоналізації господарської діяльності, підвищили їх вразливість від зовнішніх факторів. Все більша взаємозалежність зовнішньоекономічного й зовнішньополітичного аспектів національних стратегій та необхідність їх постійної взаємодії спричинили розвиток економічної дипломатії, функціями якої є: виконання цілей і завдань торговельної політики; захист внутрішніх ринків від кризових впливів у світовій економіці, жорсткої іноземної конкуренції, різкого зростання імпорту та інших несприятливих умов розвитку національної економіки, а також захист прав та економічних інтересів вітчизняних економічних суб'єктів за кордоном.

Напрямами реалізації економічної дипломатії є: забезпечення підписання взаємовигідних торговельно-економічних контрактів, врегулювання торговельних суперечок та розробка заходів щодо їх попереджень; відстоювання національних економічних інтересів; підтримка національного бізнесу за кордоном; формування сфер впливу держави за її межами, гарантії національної безпеки держави тощо. Важливого значення набуває здатність економічної дипломатії працювати на випередження, впливати на характер оцінок навіть віддалених суспільно-економічних перспектив.

Як зазначають експерти, досягнення необхідних результатів зовнішньої економічної політики все більше потребує поєднання традиційних і нових форм реалізації економічної дипломатії. Серед нових інструментів збільшується вагомість соціальної та медійної дипломатії; відхід від кулуарних домовленостей до публічного характеру обговорення питань; долучення до процесу більшої кількості суб'єктів, не обов'язково офіційних осіб та ін. Креативна дипломатія є більш творчим підходом до вирішення міжнародних завдань, створює

передумови для залучення нових інструментів у процес (інформаційного, культурного характеру тощо).

Українська економічна дипломатія є основою реалізації зовнішньої політики. Вона дозволяє конкретизувати діяльність розвитку економіки країни в ракурсі її зовнішньополітичних пріоритетів.

УДК 658.6(47.547)-047.44

**О.М. Филипенко**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

**Т.С. Колеснік**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

## СТАН РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Торгівля відіграє важливу роль у життєзабезпеченні товарами та послугами населення країни в цілому та її регіонів зокрема. За рахунок розширення та активізації регіонального внутрішнього споживчого ринку визначилася стійка тенденція до реального зростання обсягу товарного товарообороту в Харківській області протягом 2010-2018 рр. Протягом останніх років за об'ємом роздрібного товарообороту Харківська область серед областей України займає 4-те місце після м. Києва, Дніпропетровської та Одеської областей. У 2018 році цей показник склав – 51926,0 млн. грн. проти 152755,6 млн. грн., 65855 млн. грн. та 52993,0 млн. грн. відповідно).

В 2018 році товарооборот підприємств роздрібної торгівлі в Харківській області склав 51926,0 млн. грн., що у 2,8 рази перевищує показник 2010 року, який складав 18798,5 млн. грн. та на 22% перевищує показник 2017 року і становить 46078,5 млн. грн.

Товарна структура роздрібного товарообігу торговельних підприємств у 2010-2018 рр. майже не зазнала суттєвих змін. Так, якщо частка продовольчих товарів у 2010 році становила 44,8%, то у 2018 р. цей показник зріс до 47,7%, тобто на 24753,1 млн. грн. При цьому у 2018 році відбулося незначне скорочення у 2,4 рази частки непродовольчих товарів, що становила 52,3%, тобто 25295,5 млн. грн. порівняно з 2010 роком, яка дорівнювала 55,2%, тобто 10376,3 млн. грн.

Аналогічну тенденцію можна спостерігати за показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно продовольчими та непродовольчими товарами, яка вказує на рівномірне зростання обороту за всіма групами товарів як у спеціалізованих магазинах так і неспеціалізованих. При цьому питома вага реалізації товарів переважає