

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

ВОРОБІЙОВА НАТАЛІЯ ПАВЛІВНА

УДК 339.9:659.126

**ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДУ УКРАЇНИ В
ПРОЦЕСІ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄС**

Спеціальність 8.03050301 – міжнародна економіка

Автореферат

дипломної роботи на здобуття наукового ступеня
магістра

Київ – 2017

Дипломною роботою є рукопис.

Робота виконана на кафедрі міжнародної економіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
професор кафедри міжнародної економіки.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»,
Савченко Сергій Миколайович.

Рецензент: доктор фізико-математичних наук, професор
Кафедри математичного моделювання економічних систем
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»,
Капустян Володимир Омелянович.

Захист відбудеться 16 січня 2017 р. о 09.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.002.23 у Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут» за адресою: 03056, м. Київ, просп. Перемоги, 37, корпус 7, аудиторія 026.

З дипломною роботою можна ознайомитись у Науковій технічній бібліотеці ім. Г. І. Денисенка Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського» за адресою: 03056, м. Київ, пр. Перемоги, 37.

Автореферат розісланий 20 грудня 2016 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Україна має потужний потенціал у підвищенні рівня конкурентоспроможності за рахунок створення власного національного бренду. Наразі в Україні існує чимало економічних та соціальних проблем, які гостро впливають на економічний розвиток країни в цілому. Необхідно створити певні напрями вирішення наявних проблем, а також розробити стратегію формування сильного та позитивного національного бренду України у міжнародному середовищі.

Інтеграція до ЄС пришвидшить економічний розвиток України за рахунок збільшення обсягів експортних та імпорتنих операцій, а також за рахунок певної стабілізації економічної системи України та значного збільшення обсягів іноземних інвестицій в українську економіку.

Все це зумовило вибір теми роботи, визначило її мету й основні завдання.

Огляд літератури. Поняття міжнародної конкурентоспроможності у своїх наукових роботах розглядали такі вітчизняні та іноземні вчені: С. Маржинс [1], В.М. Пасторонко [7], Т.М. Плотіцина [14], Р.Д. Аتكісон [17], О.І. Драган [18], С.В. Малихіна [25], К.В. Антоненко [27].

Питаннями бренду займалися такі українські науковці: С.В. Карпова [36], О.М. Ястремська, О.М. Тімонін, К.О. Тімонін [38], Н.М. Колесницька [42], З.С. Люльчак [43] та такі іноземні: Йінф Фан [28], С. Анхольт [44].

Виділили та вивчали питання українського бренду такі вітчизняні вчені: Т.Л. Нагорняк [31], М. Семенюк [45], О.А. Семченко [51], Н.І. Горбаль [53].

Аналіз останніх публікацій та досліджень з проблематики міжнародної конкурентоспроможності та національного брендингу свідчить про значний інтерес науковці до даних питань та різноманіття поглядів сучасних науковців. Однак питання детального обґрунтування і аналізу міжнародної національної конкурентоспроможності та національного брендингу залишаються ще повністю не розкритими.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних аспектів понять конкурентоспроможності та бренду, аналіз впливу створення національного бренду на міжнародну конкурентоспроможність продукції українських виробників в процесі інтеграції до ЄС, а також запропонування шляхів покращення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників України та шляхи створення українського національного бренду.

Відповідно до поставленої мети у роботі передбачено вирішення таких основних завдань:

- 1) дослідження теоретичної сутності та видів поняття конкурентоспроможності;
- 2) розглянути сутність міжнародної конкурентоспроможності національної економіки та чинники її підвищення;
- 3) визначення теоретичних аспектів та класифікацій поняття бренду;
- 4) узагальнити та систематизувати теоретичні аспекти поняття національного бренду та етапів національного брендингу;
- 5) проаналізувати сучасну конкурентоспроможність України за рейтингом глобальної конкурентоспроможності;
- 6) оцінити стан національного бренду України на світовому ринку;
- 7) зробити порівняльний аналіз національних конкурентоспроможностей України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі;
- 8) надати оцінку впливу вступу до ЄС на економіку Польщі;
- 9) дослідити та класифікувати сучасні проблеми економічного розвитку України;
- 10) визначити основні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України;
- 11) запропонувати шляхи формування національного бренду України в процесі інтеграції до ЄС.

Об'єктом дослідження є міжнародна конкурентоспроможність національної економіки України на світовому ринку.

Предметом дослідження є підвищення міжнародної конкурентоспроможності на основі формування національного бренду.

Методи дослідження. З метою вирішення основних задач дипломної роботи були застосовані різноманітні методи дослідження. До основних загальнонаукових методів дослідження, які використані автором, відносяться такі: логічний метод (для порівняння конкурентоспроможностей України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі за допомогою деяких міжнародних рейтингів (п.2.3)), метод аналогії (для порівняння національних економік України із економіками таких країн, як: Фінляндія, Італія, Білорусь та Польща (п.2.3)), метод узагальнення та систематизації (наприклад, для узагальнення підходів різних науковців до сутності конкурентоспроможності, для класифікації брендів (п.1.1)), метод аналізу (наприклад, для узагальнення поняття національної конкурентоспроможності (п.1.2)), метод синтезу (для визначення особливостей поняття конкурентоспроможності країни (п.1.2), для визначення процесу національного брендингу (п.1.4)), метод індукції та дедукції (для визначення основних проблем економіки України (п.3.1)), економіко-математичні методи, методи економіко-статистичного збору, зокрема: табличний (для визначення конкурентоспроможності України за індексом глобальної конкурентоспроможності, для візуалізації обсягів інвестицій в та з України (п.2.1)), графічний (для візуалізації структури індексу глобальної конкурентоспроможності по секторам в Україні за період 2004-2017 років (п.2.1), для візуалізації впливу вступу до ЄС на економіку Польщі за допомогою порівняння економічного розвитку 10 років до і після вступу (п.2.4)), групування та класифікації (для визначення стану економічного розвитку України за деякими економічними показниками економіки країни (п.2.2)), метод порівняння (для визначення впливу вступу до ЄС на економіку України в порівнянні із впливом вступу до ЄС в 2004 році на економіку Польщі (п.2.4 та п.2.3)).

Інформаційною базою дослідження становлять фундаментальні положення економічної теорії, законодавча база України, положення Кабінету Міністрів України, офіційні дані Державної служби статистики України, періодичні та монографічні видання, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, статистичні видання та звітні матеріали міжнародних організацій та агентств.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у дослідженні та подальшому розвитку теоретичних засад щодо процесу національного брендингу, а також в систематизації та узагальненні основних проблем економічного розвитку України.

Положення магістерської роботи, що визначають її наукову новизну і виносяться на захист, полягають у наступному:

удосконалено:

- теоретичні положення процесу національного брендингу;

отримали подальший розвиток:

- концептуальні підходи щодо формування національного бренду;
- групування проблем сучасної економіки України, які пов'язані із економічною, політичною та соціальною сферами країни;
- науково-методичні положення вирішення основних проблем економіки України з метою підвищення рівня національної конкурентоспроможності.

Практичне значення отриманих результатів. Сформульовані та обґрунтовані в магістерській роботі підходи, принципи, засоби та отримані результати можуть скласти методичну основу формування сучасної стратегії формування національного бренду України, яка буде орієнтована на інтеграцію у економічне середовище ЄС.

Особистий внесок автора. Викладені у дипломній роботі наукові результати отримано автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у роботі використані лише ті ідеї, положення і розрахунки, які є результатом особистих досліджень здобувача та становлять його індивідуальний внесок.

Апробація результатів дослідження. Основні положення магістерської роботи були опубліковані в збірнику наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу НТУУ «КПІ» «Сучасні проблеми економіки і підприємництва» (м. Київ, 2016 р.) та в збірнику наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу НТУУ «КПІ» «Актуальні проблеми економіки та управління» (м. Київ, 2017 р.), а також в збірнику наукових праць молодих вчених факультету КНЕУ «Антикризове управління економікою України: нові виклики» (м. Київ, 2015 р.).

Публікації. Основні положення дипломної роботи опубліковано у 3 працях загальним обсягом 11 друк.арк., у тому числі 2 статі у фахових виданнях загальним обсягом 8,5 друк.арк., 1 праця у збірнику тез доповідей всеукраїнській науково-практичній конференції (2,5 друк.арк.).

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 151 сторінки друкованого тексту, та містить 26 таблиць, 17 рисунків, список використаних джерел з 73 найменування на 132-140 сторінках, а також додатків на 140-151 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та завдання, об'єкт і предмет, охарактеризовано теоретичну та методичну основу дослідження, висвітлено наукову новизну та практичне значення отриманих автором результатів.

У першому розділі **«Теоретичні аспекти конкурентоспроможності та національного бренду»** досліджено теоретичну сутність та види поняття конкурентоспроможності; розглянуто сутність міжнародної конкурентоспроможності національної економіки та чинники її підвищення; визначено теоретичні аспекти та класифікації поняття бренду; узагальнено та систематизовано теоретичні аспекти поняття національного бренду та етапів національного брендингу.

При сучасних глобалізаційних та інтернаціональних процесах відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх стадіях та всіх ринках світу. Це зумовлює важливість підвищення власного рівня конкурентоспроможності будь-якого суб'єкта ринку.

Узагальнюючи підходи різних науковців до сутності конкурентоспроможності можна сформулювати повноцінне трактування поняття «конкурентоспроможність». Вона обумовлює здатність суб'єкта вести успішну конкуренцію, а також включає в себе сукупність різних властивостей, факторів, інструментів, які надають можливість ефективно функціонувати на ринку при умові задоволення потреб споживачів. В той же час в поняття конкурентоспроможності вкладається інноваційна та екологічна складові, які стимулюють до науково-технічної діяльності. Систематизуючи трактування різних вчених, достовірно буде твердження, що конкурентоспроможність – це сукупний обсяг властивостей та якостей, котрі визначають потенційні можливості продукції (підприємства чи країни) до успішної боротьби із конкурентами.

Розглядаючи поняття конкурентоспроможності вчені класифікують її за різноманітними ознаками виходячи з різних позицій. Систематизуючи погляди різних вчених на класифікацію конкурентоспроможності, можна виділити такі основні її види: конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність регіону, конкурентоспроможність галузі, конкурентоспроможність країни, конкурентоспроможність групи країн.

Систематизуючи підходи науковців, можна виділити, що однією із основних ознак класифікації конкурентоспроможності є територіально-географічна. За цією ознакою виділяють такі види: міжнародна конкурентоспроможність, регіональна конкурентоспроможність, внутрішня конкурентоспроможність. Міжнародна конкурентоспроможність є однією з найважливіших чинників функціонування на світовому ринку. Вона характеризується досягненням конкурентних переваг у міжнародній

конкуренції, здатністю швидко реагувати на глобальні зміни, успішним функціонуванням на світовому ринку.

Підсумовуючи основні принципи підвищення міжнародної конкурентоспроможності, можна виділити такі: стабілізація законодавчої бази, реструктуризація економіки, створення гнучкої структури економіки, збільшення обсягів інвестицій в потенційні галузі, стимулювання іноземних інвестицій, покращення добробуту населення.

Узагальнивши підходи різних авторів, поняття конкурентоспроможності країни повинно визначатися та характеризуватися такою ознакою, як високим рівнем добробуту громадян та ефективним веденням власної економіки в умовах глобалізаційного середовища. Дане поняття слід розглядати лише як сукупність багатьох макроекономічних факторів; Також, не варто розділяти такі поняття як рівень конкурентоспроможності та рівень інноваційності країни. Поняття конкурентоспроможності розглядається лише у порівнянні.

При вивченні шляхів підвищення шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності України та вітчизняних підприємств, можна виділити один із найбільш ефективних – це створення національного бренду. Створення національного бренду є важливим етапом у процесі підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни. Національний бренд – це створений в свідомості споживачів країн світу імідж країни, який відображає сукупність брендів її національних виробників.

Узагальнюючи підходи різних вчених до поняття бренду, можна зазначити, що бренд – це сукупність унікальних характеристик, який діє як глобальний комунікатор, що має на меті створити позитивне уявлення в свідомості споживачів. Існує безліч підходів до класифікації брендів, та основними є такі класифікаційні ознаки: за видом продукції, за самостійністю, за ступенем впізнавання споживачами, за конкурентною позицією.

Узагальнюючи підходи різних вчених, можна виділити, що національний брендинг – це процес формування й просування на ринку бренду країни за допомогою соціогуманітарної технології (рис.1). Існує багато підходів до визначення формування бренду, та основними є такі етапи: оцінка та аналіз сучасного стану України та глобального ринку, визначення потенційних галузей чи продукції для просування, розробка програм зі стимулювання інвестицій в обрані галузі (підприємства чи сектори), додаткові заходи зі створення загального бренду країни.

Національний бренд можна формувати за такими етапами: обґрунтування доцільності створення національного бренду, аудит варіантів позиціонування країни, визначення стратегічного напрямку національного брендингу, розробка та реалізація маркетингових заходів, управління національним брендом та оцінка національного створеного бренду.

У другому розділі «**Аналіз рівня національної конкурентоспроможності України в процесі інтеграції до ЄС**» проаналізовано сучасну конкурентоспроможність України за рейтингом глобальної конкурентоспроможності; надано оцінку стану національного бренду України на світовому ринку; зроблено порівняльний аналіз національних конкурентоспроможностей України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі; оцінено вплив вступу до ЄС на економіку Польщі.

Узагальнюючи аналіз глобального рейтингу конкурентоспроможності можна виділити основні проблемні місця України, а саме: корупція, складність податкового законодавства, ускладнений доступ до фінансів, політична нестабільність в країні, регулювання валютного ринку, низька якість охорони здоров'я, недостатня здатність до інновацій, часта зміна уряду, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідна якість інфраструктури та інші (табл.1).

Таблиця 1

Місце України в рейтингу глобальної конкурентоспроможності

Роки	Місце України в рейтингу глобальної конкурентоспроможності	Кількісне вираження індексу для України (1-7)	Всього країн в рейтингу
2004-2005	86	3,27	104
2005-2006	84	3,30	117
2006-2007	78	3,89	125
2007-2008	73	3,98	131
2008-2009	72	4,09	134
2009-2010	82	3,95	133
2010-2011	89	3,90	139
2011-2012	82	4,00	142
2012-2013	73	4,14	144
2013-2014	84	4,05	148
2014-2015	76	4,14	144
2015-2016	79	4,03	140
2016-2017	85	4,00	138

У результаті проведення дослідження економічного становища України вдалося встановити, що наразі країна перебуває у складних умовах, через які її економічний розвиток характеризується занепадом, який відзначається погіршенням економічних показників країни, таких як обсяг ВВП, обсяг ВВП на душу населення, рівня інфляції, рівня безробіття та інших, відбивається на позиціях нашої держави у рейтингу глобальної конкурентоспроможності (табл.2).

Таблиця 2

Показники економічного розвитку України за 2011-2015 роки

Показники економічного розвитку	ВВП номінальний, млн.грн.	Номінальний ВВП на душу населення, грн.	Рівень безробіття, %	Середньомісячна заробітна плата, грн.	Індекс інфляції, %	Дефіцит державного бюджету, млн.грн.	Валовий зовнішній борг, у % співвідношенні до ВВП
2011	1316600,0	28813,9	8,6	2639,2	4,6	23557,6	77,4
2012	1408889,0	30912,5	8,1	3032,8	-0,2	53445,2	76,8
2013	1454931,0	31988,7	7,7	3270,3	0,5	64707,6	77,5
2014	1566728,0	35834,0	9,7	3148,0	24,9	78070,5	95,8
2015	1979458,0	46210,2	9,5	4207,3	43,3	45150,5	131,0

У зв'язку із даними проблемами першочерговими завданнями для економіки України є: заохочення інноваційного розвитку підприємств та компаній, створення ефективної ринкової системи, структурна гармонізація економіки на усіх рівнях, вдосконалення податкової системи, розвиток ринку праці країни. У результаті дані зміни

повинні призвести до підвищення конкурентоспроможності України в глобальному середовищі.

Національний імідж України на сьогодні є негативним в свідомості споживачів. Негативно на нього вплинули такі чинники: аварія на Чорнобильській АЕС, постійні конфлікти з Російською Федерацією, економічна нестабільність, корумпованість політичної сфери, «тінізація» економіки та інші. Позитивно вплинули на імідж України: Євро-2012, помаранчева революція, історична та культурна спадщина, людський сектор, географічне розташування біля морів та гірських хребтів та інші.

Аналізуючи показники економічного розвитку України, можна зробити висновок, що економіка країни зараз в занепаді. Високий рівень інфляції, низький обсяг ВВП на душу населення та низька середньомісячна заробітна плата непрямо свідчать про низький рівень добробуту громадян країни, великий обсяг валового зовнішнього боргу та значний дефіцит державного бюджету вказують на залежність української економіки від іноземного середовища (табл.2.2). Усі вказані показники вказують на велику кількість проблем в усіх сферах української економіки.

Таблиця 3

Порівняльна характеристика деяких соціально-економічних показників України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі у 2015 році

Показники	Україна	Італія	Фінляндія	Білорусь	Польща
Рівень безробіття, (ILO) %	9,9	11,4	9,1	5,9	8,2
Зовнішній борг, % від ВВП	131,0	124,0	94,0	45,0	39,9
Середня щомісячна заробітна плата на душу населення за МОП, дол.	240	2445	2925	959	1536
Рівень інфляції, %	48,72	0,04	-0,21	13,53	-0,99

При порівнянні сучасного стану національної конкурентоспроможності України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі досліджено такі основні моменти:

- найбільші обсяги ВВП спостерігаються в Італії. Найменші в Білорусі. Різниця між ними складає майже 340% (станом на 2015 рік);

- найбільші обсяги номінального ВВП на душу населення спостерігаються в Фінляндії, найменші – в Україні. - за період 2004-2015 років в Україні показник номінального ВВП на душу населення збільшився на 15,68%, в Італії – зменшився на 6,65%, в Фінляндії – збільшився на 7,58%, в Білорусі – збільшився на 83,61%, в Польщі – збільшився на 56,65%.

- найбільший рівень безробіття (11,4%) в 2015 році спостерігається в Італії, найменший – в Білорусі (5,9%);

- найбільший обсяг зовнішнього боргу по відношенню до ВВП спостерігається в Україні (131%), найменший – в Польщі (39,9%) в 2015 році;

- найбільша середня щомісячна заробітна плата на душу населення за МОП спостерігається в Фінляндії (2995 дол.), найменша – в Україні (240 дол.) в 2015 році;

- найбільший рівень інфляції спостерігається в Україні, а дефляція спостерігається в Польщі (табл.3).

Таблиця 4

Україна, Італія, Фінляндія, Білорусь та Польща в міжнародних економічних рейтингах

	Індекс людського розвитку, 2015	Індекс демократії, 2015	Індекс глобальної конкурентоспроможності 2016-17	Індекс економічної свободи, 2016	Індекс легкості ведення бізнесу, 2016-17	Глобальний інноваційний індекс, 2016-17
Україна	81	88	85	162	80	85
Італія	27	21	44	86	50	44
Фінляндія	24	8	10	24	13	10
Білорусь	50	127	-	157	37	-
Польща	36	48	36	39	24	36
Розраховано:	Програма розвитку ООН	Economist Intelligence Unit	Всесвітній економічний форум	Wall Street Journal і Heritage Foundation	Світовий банк	Всесвітня організація інтелектуальної власності, Корнельський університет та міжнародна бізнес-школа "Insead"
Всього країн в рейтингу	188	167	144	178	189	138

Узагальнюючи результати різних міжнародних економічних рейтингів можна зазначити, що найбільш високі позиції займає Фінляндія та Польща, найменші – Україна та Білорусь (табл.4).

Узагальнюючи різні економічні та соціальні показники, можна зробити висновок, що найбільш висока конкурентоспроможність наявна у Фінляндії, тоді як в Україні цей показник досить на низькому рівні через ряд факторів.

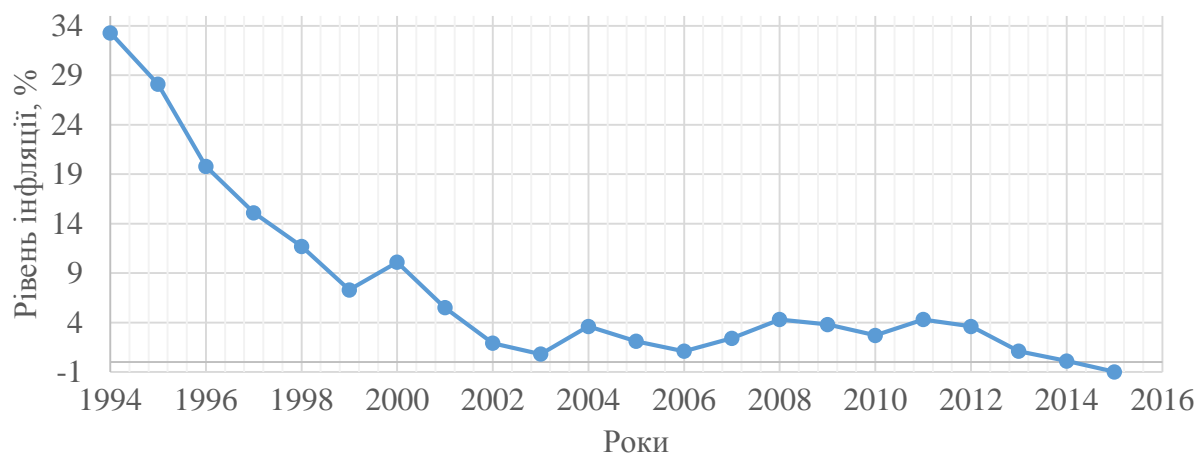


Рис.1. Рівень інфляції (за споживчими цінами) у Польщі в період 1994-2015 років, %

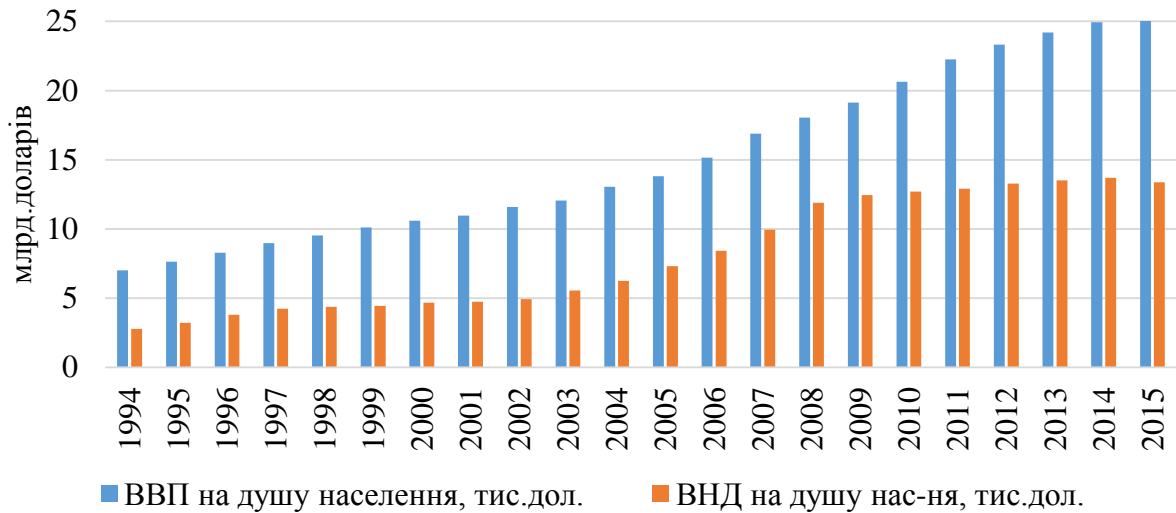


Рис.2. Обсяги ВВП та ВНД на душу населення у Польщі в період 1994-2015 років, млрд.доларів

В цілому, аналізуючи макроекономічні та макросоціальні показники Польщі (рис.1,2) за певний період до вступу і після вступу до ЄС, можна узагальнити, що вступ Польщі до ЄС для країни позитивно вплинув на економічне, соціальне та політичне середовище країни.

Третій розділ «**Перспектива підвищення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки України за рахунок створення національного бренду**» присвячений поглибленню дослідження та класифікації сучасних проблем економічного розвитку України, визначення основних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України; було запропоновано шляхи формування національного бренду України в процесі інтеграції до ЄС.

Сучасні проблеми України можна класифікувати за загальними ознаками. Основними групами за даною типологією є такі: найосновнішою виступають фундаментальні проблеми, наступними є проблеми, які зменшують ефективність економіки та на верхівці піраміди є проблеми, що пов'язані із інноваційністю. В даній типології можна визначити основні підгрупи проблем в кожній групі. Фундаментальні проблеми складаються із таких підгруп проблем, як: проблеми в державних інституціях, проблеми в державній інфраструктурі, макроекономічні проблеми, проблеми здоров'я, проблеми початкової освіти. Проблеми, які зменшують ефективність економіки складаються із таких трьох підгруп проблем, як: проблеми вищої освіти, проблем не ефективності функціонування ринків, проблем технологічної неготовності. Проблеми інноваційності складаються безпосередньо із проблем, які пов'язані із інноваційністю, а також із проблем невідповідності бізнесу сучасним вимогам.

Основними проблемами України є такі: посилення протистояння владних інститутів і конфліктність у політичній системі держави; непрозорість процесів підготовки та ухвалення рішень виборними органами державної влади; стрімке зниження довіри до органів представницької влади та суспільна апатія; відсутність модернізації структури державного управління, «відірваність» України від світової економіки; криміналізація стосунків між державним установами і бізнесом, розподілення між кланами найприбутковіших секторів економіки України; великий обсяг тіньової економіки; значний обсяг рівня корупції; значна заборгованість держави, окремих галузей і підприємств зарубіжним країнам; високий рівень інфляції України; малі обсяги іноземних інвестицій в розвиток економічної системи країни; неякісна транспортна інфраструктура; незахищеність соціального сектору країни, відставання сектору економіки, який виробляє товари, від сектору економіки, який їх споживає; паливно-енергетична залежність від Росії; надмірний контроль економіки з боку українського уряду, що має ефект придушення того її сектору,

що виробляє товар; склалися диспропорції між реальним і фінансовим секторами економіки, а також у середині кожного з них; недостатня технологічна готовність країни, недостатня фінансова підтримка державою інноваційних підприємств та інших інноваційних суб'єктів; низький рівень розвитку кластерів; вивезення українського капіталу за кордон; низькі обсяги ПІІ в розвиток української економіки.

Основні складові підвищення конкурентоспроможності економіки України є такі: забезпечення макроекономічної стабільності; підвищення ефективності державного управління (колективних державних послуг); розвиток людського капіталу та покращання якісного складу трудових ресурсів; розвиток інфраструктури (нарощування транзитного потенціалу держави; модернізація та оновлення основних фондів і рухомого складу авіаційного, автомобільного, залізничного, морського та річкового транспорту, поширення інформаційно-комунікаційних технологій), розвиток підприємництва; розвиток фінансових ринків; підвищення технологічного рівня виробництва та ефективності використання; паливно-енергетичних ресурсів (розвиток нових форм взаємодії підприємств – зі створенням численних інноваційних та екоінноваційних кластерів; розвиток експортного потенціалу та імпортозаміщення, запровадження європейських принципів державного ринкового нагляду за додержанням вимог щодо безпеки продукції та послуг), стабілізація і поліпшення екологічного стану території України з метою переходу до сталого (екологічно збалансованого) розвитку, впровадження екологічно збалансованої системи природокористування; посилення інноваційної складової розвитку.

Створення національного українського бренду можливе при використанні таких інструментів: поліпшення організаційної структури стандартизації, своєчасна реакція країни на глобальні зміни на світовому ринку, створення сучасного інструментарію захисту та відстоювання інтересів національних виробників, створення сприятливих умов для розвитку інноваційної діяльності, впровадження інноваційних технологій та інших. Здійснення та впровадження вищезазначених змін в структурах економічного, соціального та політичного устрою призведуть до економічної ефективності, яка вражатиметься в збільшенні обсягів валового внутрішнього продукту, зменшенні рівня безробіття, покращенні добробуту населення, збільшенні обсягів іноземних інвестицій в українську економіку, створення бази для швидкісного економічного зростання України, створення позитивного бренду країни з подальшим покращенням конкурентоспроможності країни та національних підприємств на глобальному ринку. Також, дані зміни зумовлять підвищення конкурентоспроможності продукції металургійної промисловості.

Формування бренду України сприятиме поліпшенню конкурентоспроможності країни, що вражатиметься в стабілізації економічних показників та економічному зростанні в цілому, а також поліпшенню конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників.

Формування бренду позитивно відобразиться на конкурентоспроможності усіх галузей економіки країни за допомогою економічних ефектів: збільшення інвестування в розвиток, збільшення обсягу експорту та зміна структури експорту з сировинної направленості на готову продукцію, стимулювання модернізації та покращення якості продукції, стимулювання до розвитку українських виробників.

ВИСНОВКИ

При виконанні магістерської дипломної роботи можна виділити такі основні висновки:

1. При сучасних глобалізаційних процесах наявність конкурентних переваг надає можливості ефективно функціонувати на світовому ринку. В свою чергу, відбувається загострення конкурентної боротьби на всіх стадіях та всіх ринках світу. Це зумовлює важливість підвищення власного рівня конкурентоспроможності будь-якого суб'єкта ринку. Національна конкурентоспроможність повинна забезпечувати позитивний імідж вітчизняних виробників з метою підвищення економічного розвитку країни.

2. Узагальнюючи підходи різних вчених до сутності поняття конкурентоспроможності можна сформулювати повноцінне трактування поняття «конкурентоспроможність». Вона обумовлює здатність суб'єкта вести успішну конкуренцію, а також включає в себе сукупність різних властивостей, факторів, інструментів, які надають можливість ефективно функціонувати на ринку при умові задоволення потреб споживачів. В той же час в поняття конкурентоспроможності вкладається інноваційна та екологічна складові, які стимулюють до науково-технічної діяльності. Систематизуючи трактування різних вчених, достовірно буде твердження, що конкурентоспроможність – це сукупний обсяг властивостей та якостей, котрі визначають потенційні можливості продукції (підприємства чи країни) до успішної боротьби із конкурентами.

3. Конкурентоспроможність можна класифікувати за різними ознаками, проте найосновнішими є: географічно-територіальна ознака та ознака за рівнем конкуренції. За рівнем конкуруючих об'єктів конкурентоспроможність поділяється на конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі, конкурентоспроможність країни, конкурентоспроможність групи країн. За географічно-територіальною ознакою конкурентоспроможність поділяється на міжнародну, регіональну та внутрішню.

4. Міжнародна конкурентоспроможність полягає в успішному функціонуванні та веденні ефективної конкуренції на міжнародних ринках, де конкурентами являються підприємства інших країн. Дане поняття тісно пов'язане з веденням науково-дослідних робіт підприємства, інноваційності та постійній модернізації власного виробництва. Основні принципи підвищення міжнародної національної конкурентоспроможності такі: постійний потік інвестицій, покращення якості продукції, стимулювання розвитку підприємства країною, створення сприятливих умов для ведення ефективної діяльності державою, стабілізація законодавчої бази, реструктуризація економіки, створення гнучкої структури економіки, збільшення обсягів інвестицій в потенційні галузі, стимулювання іноземних інвестицій, покращення добробуту населення.

5. Підсумовуючи підходи різних науковців, поняття конкурентоспроможності країни повинно визначатися та характеризуватися такою ознакою, як високим рівнем добробуту громадян та ефективним веденням власної економіки в умовах глобалізаційного середовища. Дане поняття слід розглядати лише як сукупність багатьох макроекономічних факторів; Також, не варто розділяти такі поняття як рівень конкурентоспроможності та рівень інноваційності країни. Поняття конкурентоспроможності розглядається лише у порівнянні.

6. При вивченні шляхів підвищення шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності України та вітчизняних підприємств, можна виділити один із найбільш ефективних – це створення національного бренду. Створення національного бренду є важливим етапом у процесі підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни. Національний бренд – це створений в свідомості споживачів країн світу імідж країни, який відображає сукупність брендів її національних виробників.

7. Бренд – це сукупність унікальних властивостей, який формує уявлення про суб'єкт у споживачів, який діє як глобальний комунікатор, пов'язуючи між собою продавців та споживачів. Існує багато різних підходів до класифікації бренду.

8. національний брендинг – це процес формування й просування на ринку бренду країни за допомогою соціогуманітарної технології. Існує багато підходів до визначення формування бренду, та основними є такі етапи: оцінка та аналіз сучасного стану України та глобального ринку, визначення потенційних галузей чи продукції для просування, розробка програм зі стимулювання інвестицій в обрані галузі (підприємства чи сектори), додаткові заходи зі створення загального бренду країни.

9. Національний бренд можна формувати за такими етапами: обґрунтування доцільності створення національного бренду, аудит варіантів позиціонування країни,

визначення стратегічного напрямку національного брендингу, розробка та реалізація маркетингових заходів, управління національним брендом та оцінка національного створеного бренду.

10. 1. Україна наразі перебуває у складних умовах, через які її економічний розвиток характеризується занепадом, який відзначається погіршенням економічних показників країни, таких як обсяг ВВП, обсяг ВВП на душу населення, рівня інфляції, рівня безробіття та інших, відбивається на позиціях нашої держави у рейтингу глобальної конкурентоспроможності. Узагальнюючи аналіз глобального рейтингу конкурентоспроможності можна виділити основні проблемні місця України, а саме: корупція, складність податкового законодавства, ускладнений доступ до фінансів, політична нестабільність в країні, регулювання валютного ринку, низька якість охорони здоров'я, недостатня здатність до інновацій, часта зміна уряду, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідна якість інфраструктури та інші.

11. Оцінюючи показники економічного розвитку України, можна зробити висновок, що економіка країни зараз в занепаді. Високий рівень інфляції, низький обсяг ВВП на душу населення та низька середньомісячна заробітна плата непрямо свідчать про низький рівень добробуту громадян країни, великий обсяг валового зовнішнього боргу та значний дефіцит державного бюджету вказують на залежність української економіки від іноземного середовища. Усі вказані показники вказують на велику кількість проблем в усіх сферах української економіки.

12. При порівнянні сучасного стану національної конкурентоспроможності України, Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі можна узагальнити, що в порівнянні економічний стан України є в занепаді та економіка країни потребує в негайних реформах.

13. Аналізуючи макроекономічні та макросоціальні показники Польщі за певний період до вступу і після вступу до ЄС, можна узагальнити, що вступ Польщі до ЄС для країни позитивно вплинув на економічне, соціальне та політичне середовище країни. Тому, можна зробити висновок, що інтеграція до ЄС позитивно вплине на соціальний, економічний та політичний сектори України.

14. Сучасні проблеми України можна класифікувати за загальними ознаками в такі групи: найосновнішою виступають фундаментальні проблеми, наступними є проблеми, які зменшують ефективність економіки та на верхівці піраміди є проблеми, що пов'язані із інноваційністю. Основними проблемами України є такі: посилення протистояння владних інститутів і конфліктність у політичній системі держави; непрозорість процесів підготовки та ухвалення рішень виборними органами державної влади; стрімке зниження довіри до органів представницької влади та суспільна апатія; відсутність модернізації структури державного управління, «відірваність» України від світової економіки; криміналізація стосунків між державним установами і бізнесом, розподілення між кланами найприбутковіших секторів економіки України; великий обсяг тіньової економіки; значний обсяг рівня корупції; значна заборгованість держави, окремих галузей і підприємств зарубіжним країнам; високий рівень інфляції України; малі обсяги іноземних інвестицій в розвиток економічної системи країни; неякісна транспортна інфраструктура; незахищеність соціального сектору країни, відставання сектору економіки, який виробляє товари, від сектору економіки, який їх споживає; паливно-енергетична залежність від Росії; надмірний контроль економіки з боку українського уряду, що має ефект придушення того її сектору, що виробляє товар; склалися диспропорції між реальним і фінансовим секторами економіки, а також у середині кожного з них; недостатня технологічна готовність країни, недостатня фінансова підтримка державою інноваційних підприємств та інших інноваційних суб'єктів; низький рівень розвитку кластерів; вивезення українського капіталу за кордон; низькі обсяги ПІІ в розвиток української економіки.

15. Основні складові підвищення конкурентоспроможності економіки України є такі: забезпечення макроекономічної стабільності; підвищення ефективності державного управління (колективних державних послуг); розвиток людського капіталу та покращання

якісного складу трудових ресурсів; розвиток інфраструктури (нарощування транзитного потенціалу держави; модернізація та оновлення основних фондів і рухомого складу авіаційного, автомобільного, залізничного, морського та річкового транспорту, поширення інформаційно-комунікаційних технологій), розвиток підприємництва; розвиток фінансових ринків; підвищення технологічного рівня виробництва та ефективності використання; паливно-енергетичних ресурсів (розвиток нових форм взаємодії підприємств – зі створенням численних інноваційних та екоінноваційних кластерів; розвиток експортного потенціалу та імпортозаміщення, запровадження європейських принципів державного ринкового нагляду за додержанням вимог щодо безпеки продукції та послуг), стабілізація і поліпшення екологічного стану території України з метою переходу до сталого (екологічно збалансованого) розвитку, впровадження екологічно збалансованої системи природокористування; посилення інноваційної складової розвитку.

16. Шляхи створення національного бренду України: поліпшення організаційної структури стандартизації; впровадження інноваційних технологій у виробництво на всіх рівнях; своєчасна реакція країни на глобальні зміни на світовому ринку; створення сучасного інструментарію захисту та відстоювання інтересів національних виробників; стимулювання створення технопарків, технополісів та кластерів; здійснення реформ у вищій освіті, створення взаємозв'язків між нею та підприємствами; забезпечення сприятливими умовами функціонування бізнесу за допомогою спрощення системи реєстрації, спрощення системи сплати податків, спрощення ведення документації та надання звітності, при цьому надання певних привілеїв національним виробникам; стимулювання припливу інвестицій в важливі національні галузі економіки; аналіз внутрішнього стану ринку, виділення перспективної галузі з потенційною можливістю конкурувати на зовнішніх ринках та стимулювання розвитку цієї галузі; збільшення рівня добробуту українців; виведення економіки із «тіні».

17. Здійснення та впровадження вищезазначених змін в структурах економічного, соціального та політичного устрою призведуть до економічної ефективності, яка виражатиметься в збільшенні обсягів валового внутрішнього продукту, зменшенні рівня безробіття, покращенні добробуту населення, збільшенні обсягів іноземних інвестицій в українську економіку, створення бази для швидкісного економічного зростання України, створення позитивного бренду країни з подальшим покращенням конкурентоспроможності країни та національних підприємств на глобальному ринку.

18. Формування національного бренду України призведе до економічних ефектів в усіх галузях економіки країни. Це виражатиметься в збільшенні інвестицій в економічний розвиток країни, переорієнтація з експорту сировини на експорт готової продукції з високою доданою вартістю, збільшенні попиту на українську вітчизняну продукцію, створення повного циклу виробництва в Україні, збільшення внутрішнього попиту на продукцію, повну модернізацію виробництва, впровадження сучасних інноваційних технологій у виробництво на всіх рівнях.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Публікації у наукових фахових виданнях України:

1. Воробйова Н.П. Оцінка національного бренду України на міжнародному ринку / Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – К.: НТУУ «КПІ», 2016.

Тези доповідей у матеріалах конференцій:

2. Воробйова Н.П. Шляхи формування національного бренду України на світовому ринку / Антикризове управління економікою України: нові виклики». Київ – 2015.

АНОТАЦІЯ

Воробйова Н.П. Формування національного бренду України в процесі інтеграції до ЄС. – На правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття наукового ступеня магістра за спеціальністю 8.03050301 – міжнародна економіка. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – Київ, 2017.

Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних аспектів конкурентоспроможності, міжнародної конкурентоспроможності, бренду та національного брендингу. Проаналізовано сучасний економічний стан та сучасний бренд України. Проведені оцінка та порівняльний аналіз стану національної конкурентоспроможності України з національними конкурентоспроможностями Італії, Фінляндії, Білорусі та Польщі. Систематизовано та узагальнено основні проблеми української економіки, сформульовано методи їх вирішення та методи підвищення міжнародної національної конкурентоспроможності. Запропоновано шляхи формування національного бренду.

Ключові слова: конкурентоспроможність, міжнародна конкурентоспроможність, бренд, національний брендинг, процес брендингу, створення бренду країни, імідж країни.

АННОТАЦИЯ

Воробьева Н.П. Формирования национального бренда Украины в процессе интеграции в ЕС. - На правах рукописи.

Дипломная работа на соискание ученой степени магистра по специальности 8.03050301 - международная экономика. - Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт». - Киев, 2017.

Дипломная работа посвящена исследованию теоретических аспектов конкурентоспособности, международной конкурентоспособности, бренда и национального брендинга. Проанализировано современное экономическое положение и современный бренд Украины. Проведенные оценка и сравнительный анализ национальной конкурентоспособности Украины по национальной конкурентоспособности Италии, Финляндии, Беларуси и Польши. Систематизированы и обобщены основные проблемы украинской экономики, сформулированы методы их решения и методы повышения международной национальной конкурентоспособности. Предложены пути формирования национального бренда.

Ключевые слова: конкурентоспособность, международная конкурентоспособность, бренд, национальный брендинг, процесс брендинга, имидж страны.

ABSTRACT

Vorobiova N. Formation of a national brand in Ukraine's integration into the EU. - The manuscript.

Thesis for the degree of master of specialty 8.03050301 - international economy. - National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute". - Kyiv, 2017.

Thesis is devoted to research of theoretical aspects of competitiveness, international competitiveness, national brand and branding. The current economic situation and the current brand Ukraine. The evaluation and comparative analysis of national competitiveness Ukraine national competitiveness Italy, Finland, Belarus and Poland. Systematized and summarized the main problems of the Ukrainian economy, formulated methods for their solution methods and enhance the international competitiveness of the national. The ways of forming a national brand.

Keywords: competitiveness, international competitiveness, brand, national branding, the process of branding, branding the country, the country's image.