

УДК 330.837:339.9 | DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2021\(116\)03](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2021(116)03)

JEL Classification: E20

**OLEINIKOV Yurii***E-mail: y.oleinikov@knute.edu.ua*

ORCID: 0000-0003-2198-6430

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor at the Department of World Economy, Kyiv National University of Trade and Economics  
19, Kyoto str., Kyiv, 02156, Ukraine**SYEROVA Liudmyla***E-mail: l.sierova@knute.edu.ua*

ORCID: 0000-0002-0739-1978

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor at the Department of International Management, Kyiv National University of Trade and Economics  
19, Kyoto str., Kyiv, 02156, Ukraine

## ІНСТИТУЦІЙНІ СКЛАДОВІ БРЕНД-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Проаналізовано інституційні основи підтримки формування національного бренду України. Визначено основні напрями організаційно-інституціональних перетворень у експорторієнтованому комплексі економіки України. Акцентовано на розумінні особливої ролі національного бренду в розвитку експорторієнтованої економіки, що сприяє встановленню та підтримці конкурентної позиції країни.*

*Ключові слова:* національний бренд, брендинг, експорт, експортна стратегія.

**Постановка проблеми.** Розвиток національного бренду корелюється з рівнем розвитку країни, її економічним станом і політичним устроєм, культурною й соціальною сферою, національною безпекою, геостратегічними пріоритетами, інтеграційними прагненнями. Стрімке становлення України як повноцінного партнера міжнародних економічних відносин проявляється у посиленні позицій на світовому ринку товарів і послуг, актуалізує питання розвитку національного бренду.

Національний бренд як інструмент ідентифікації та конкурентоспроможності країни на світовому ринку з'явився у вітчизняній науці у ХХ ст. з метою стати найголовнішою детермінантою формування взаємодії у ХХІ ст. Сучасні глобальні трансформаційно-інтеграційні процеси актуалізують проблематику розробки конкретних шляхів і механізмів використання національного бренду України. У цьому напрямі на державному рівні впродовж останніх років розроблено низку нормативно-правових документів. Разом з тим, враховуючи нові стратегії економічної та соціальної політики України, особливої уваги набувають питання формування та подальшого розвитку бренд-орієнтованої національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наголошуючи на можливості розвитку національного бренду еволюційним та революційним шляхом, доречно зосередитись на складній революційній

українській моделі, що на противагу еволюційній характеризується як якісний зсув. Результати пошуків, які США та країни Європи отримали внаслідок природної еволюції, вітчизняні науковці намагаються дослідити, проаналізувати та адаптувати до українських реалій. У своїх наукових працях питання розвитку національного бренду на засадах імпортозаміщення національної економіки досліджували Т. Мельник, К. Пугачевська [1]; перспективи розвитку національного бренду за умов запровадження національної стратегії експорту розглядали К. Фокіна-Мезенцева, Л. Мерзла [2]. Особливостям розвитку національних брендів приділяли увагу Г. Студінська [3], В. Кукса [4], А. Штельмашенко [5] та інші.

**Метою** статті є дослідження напрямів інституційної підтримки формування бренд-орієнтованої економіки України.

**Матеріали та методи.** Використано методи наукового дослідження: аналізу, синтезу, порівняння, групування, узагальнення, статистичні методи оцінки динаміки та структури. Інформаційна база містить наукові публікації вітчизняних учених (монографії, наукову періодику), нормативно-правові акти України.

**Результати дослідження.** Розвиток національного бренду варто розглядати як систематичний процес, сукупність взаємоузгоджених складових системи, зокрема як управління, орієнтоване на побудову ідентичності та забезпечення спектра складових національної безпеки й конкурентної позиції країни-експортера. Національний бренд виступає джерелом конкурентної переваги, визначає стратегічну спрямованість, формує й підтримує взаємовідносини з партнерами шляхом поєднання функцій нематеріального активу країни (комерційної, захисної, забезпечення конкурентної переваги на ринку, культуроформуючої, координуючої, синергічної) та комунікаційного інструменту (інформаційної, забезпечувальної, ідентифікуючої, символічної).

Національний бренд України тільки починає свій активний розвиток. Посилення позиціонування національного бренду України на світовій арені не призводить до зменшення ролі держави у забезпеченні конкурентоспроможності національних підприємств та економіки країни загалом. Навпаки, усі складові елементи національного бренду здатні ефективно інтегруватись у світовий простір за умови наявності ефективної підтримки з боку уряду країни. Вагомість цього фактора суттєво підвищено на перехідному етапі формування державної економічної політики посилення національного бренду. Тож під час дослідження проблематики формування та реалізації національного бренду всі дії уряду, окремих міністерств, інших центральних органів виконавчої та законодавчої влади, їхню промислову, зовнішньоекономічну, а також макроекономічну політику необхідно оцінювати за єдиним критерієм – удосконалення системи державного сприяння формуванню та просуванню національного бренду на всіх рівнях національного господарства.

Тісний взаємозв'язок між експортною орієнтацією країни та силою національного бренду як за рівнем виникнення, так і за характером прояву та наслідками потребує докладного дослідження факторів, що прямо чи опосередковано впливають на економіку України, конкурентну позицію на світовому ринку.

Через наявність значної конкурентної переваги України на ринку продовольства уряд держави виступає з ініціативою в контексті реалізації експортної стратегії створити експортний бренд України, який, за свідченням розробників, стане «цілісним комплексом емоцій, асоціацій та характеристик товарів і послуг з України у свідомості споживачів» (брендбук), сприятиме посиленню позицій національного бренду.

Питання розвитку національного бренду доречно розглядати в контексті стратегічних пріоритетів розвитку країни. Одним з ключових напрямів є експортоорієнтованість національної економіки України. Принциповий підхід до розв'язання загальнодержавного завдання розвитку національного експортного бренду закладено в затвердженій урядом Експортній стратегії України: дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 років [6]. Згідно з цим документом пріоритетними завданнями є: зміцнення комплексної інституційної основи для стимулювання інновацій; зміцнення інноваційного потенціалу підприємств; поліпшення правових та економічних умов для здійснення торгівлі. Відповідно до Експортної стратегії визначено «наукомісткий та інноваційний експорт для стійкого розвитку та успіху на світових ринках» шляхом зміцнення навичок і компетенцій суб'єктів міжнародної економічної діяльності, зокрема малого та середнього бізнесу, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Стратегічною метою структурної та інноваційної політики держави є створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво та здатного до саморозвитку бренд-орієнтованого промислового комплексу України. Основним довгостроковим маркером впровадження відповідних структурних та інноваційних змін є забезпечення планової модернізації промислового виробництва, його відповідність сучасним вимогам науково-технічного прогресу та постіндустріального розвитку. Галузева структура промислового виробництва має наближатись до пропорцій економічно розвинених країн і країн з перехідною економікою, що досягли економічного зростання внаслідок активної промислової інвестиційної політики.

Відповідно до зазначених критеріїв обрані такі перспективні сектори економіки та крос-сектори [6]: інформаційно-комунікаційні технології; креативні індустрії; технічне обслуговування та ремонт повітряних суден; виробництво запасних частин і комплектувальних виробів для аерокосмічної та авіаційної промисловості; машинобудування; харчова та переробна промисловість; транспортування й спрощення умов торгівлі; вдосконалення навичок; інновації для експорту; торговельна інформація та просування експорту.

Наразі в Україні відсутнє галузеве регулювання індустрії розробки програмного забезпечення (ПЗ). Це відповідає світовій практиці. Відсутність регуляторного навантаження на галузь – позитивний чинник для її зростання та конкуренції на ринку. Водночас компанії сектору працюють у рамках загального законодавчого поля України: до окремих бізнес-процесів застосовують вимоги, встановлені у відповідних нормативно-правових актах (податкове, митне, валютне законодавство тощо). Чинний з 2012 р. Закон України «Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції» [7] спрямований на формування сприятливих умов розвитку індустрії програмної продукції України для створення високопродуктивних робочих місць, залучення інвестицій, збільшення обсягів випуску високотехнологічної продукції, стимулювання наукомісткого експорту та імпортозаміщення, реалізацію науково-технічного потенціалу України.

Відповідно до Податкового кодексу України [8] податок на додану вартість (ПДВ) не значно впливає на галузь розробки програмного забезпечення, що переважно є експортною. Це обумовлено тим, що об'єктом оподаткування ПДВ є операції з постачання послуг, місце постачання яких розташовано на митній території України (п. 185.1 ст. 185 ПКУ). При цьому місцем постачання послуг з розробки ПЗ вважається місце, в якому отримувач послуг зареєстрований як суб'єкт господарювання (п. 186.3 ст. 186 ПКУ). Тобто компанії – експортери послуг з розробки ПЗ не сплачують ПДВ. Разом з цим щодо інших операцій з постачання програмної продукції пунктом 261 підрозділу 2 розділу XX ПКУ встановлено, що: «тимчасово, з 1 січня 2013 року до 1 січня 2023 року, звільняються від оподаткування податком на додану вартість операції з постачання програмної продукції, а також операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті». Окрім того, згідно зі ст. 196 ПКУ операції з виплат роялті у грошовій формі не є об'єктом оподаткування ПДВ.

Також варто зазначити й спрощену процедуру валютного нагляду за дотриманням граничних строків розрахунків для експорту робіт, послуг і прав інтелектуальної власності [9]. Відповідно до Постанови граничні строки розрахунків за зовнішньоекономічними операціями (на сьогодні – 365 днів) не будуть розповсюджуватися зокрема на експорт робіт, послуг (крім транспортних і страхових послуг та робіт) і прав інтелектуальної власності.

На виконання Плану завдань і заходів з реалізації Експортної стратегії України дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі на 2017–2021 рр. для сектору креативних індустрій розроблено Експортну стратегію за фінансової допомоги уряду Німеччини через німецьку федеральну компанію *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH* у співпраці з Міжнародним торговельним центром і Громадською спілкою «Фонд підтримки реформ в Україні» [10]. Відповідно до Стратегії першочерговим завданням є створення передумов для стабільного зростання результатів реалізації експортного

потенціалу креативних індустрій, підвищення його ефективності та заохочення кооперації. На рівні державної політики Україна повинна визначити особливості та структуру індустрії, визнати її важливість для стабільного зростання національної економіки. Необхідно зазначити, що згідно зі Стратегією також передбачено створення Міжгалузевої ради креативних індустрій (МРКІ) та Української федерації асоціацій креативних індустрій (ФАКІ), яка має стати основним національним представницьким органом креативних індустрій.

Крім цього, варто виокремити легку промисловість, що є лідером серед креативних індустрій. Вітчизняні підприємства легкої промисловості нині працюють в умовах імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, а також Зони вільної торгівлі з ЄС. Багато організацій, проектів і програм зосереджено на підтримці малих і середніх підприємств легкої промисловості щодо питань їхньої щоденної діяльності та розвитку експорту. Зокрема: Європейський банк реконструкції і розвитку (консультації для малого бізнесу в Україні); EU4Business program; Лідерство в економічному врядуванні (LEG/LEV); Канадсько-український проект підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS); «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) *Eastern Partnership SME Finance Facility*; Програми *Western NIS Enterprise Fund (WNISEF)*. Сподівання на покращення ситуації у виробництві товарів легкої промисловості внаслідок членства України у Світовій організації торгівлі (СОТ) не виправдались, що також не дало змоги українським виробникам отримати рівні можливості доступу до зовнішніх ринків. Вітчизняні підприємства легкої промисловості потребують подальшої податкової, митно-тарифної, фінансової підтримки з боку держави. До того ж актуальними лишаються питання встановлення нульової ставки ПДВ на імпорт виробничого обладнання та звільнення від оподаткування прибутку, що спрямовувався на застосування вивільнених коштів на модернізацію, розбудову, впровадження інновацій, пов'язаних з основною діяльністю та/або поверненням кредитів, використаних на зазначені цілі, та сплату процентів за ними.

Важливим документом для України, що також сприятиме підтримці бренд-орієнтованих підприємств, є нова стратегія ЄБРР для України на 2018–2023 рр. Цим документом розширюються можливості діяльності банку, що дасть змогу підвищити обсяги кредитування проектів ЄБРР, наростити інвестиції у приватний сектор. Тож для бізнесу це можливість додаткового фінансування, а також отримання підтримки на трансформацію згідно з міжнародними стандартами [11].

У контексті дослідження стратегічних орієнтирів на формування національного бренду варто згадати ще один документ щодо підтримки експорту, зокрема Програму розвитку українського експорту, що міститься у стратегії сталого розвитку «Україна–2020», схвалену указом Президента від 12.01.2015 р. [12]. З метою надання допомоги українським експортерам під час виходу на міжнародні ринки утворено

державну установу – Офіс з просування експорту України при Міністерстві економічного розвитку [13]. Основними завданнями Офісу є підтримка українського бізнесу на зовнішніх ринках шляхом розвитку експортних компетенцій, промоції українських товарів і послуг за кордоном, допомоги в налагодженні співробітництва й партнерства між українським та іноземним бізнесом.

Згідно з постановою уряду створено Раду з міжнародної торгівлі, що сприятиме формуванню зовнішньоторговельної політики та координації дій міністерств, центральних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій з метою підтримки зростання експорту, активізації роботи з торговими партнерами та спрощення процедур міжнародної торгівлі [14]. Передбачається, що Рада з міжнародної торгівлі здійснюватиме координацію впровадження «дорожньої карти».

21 травня 2020 р. розпочала роботу оновлена Рада експортерів та інвесторів (РЕІ) при Міністерстві зовнішніх справ України [15]. Діяльність РЕІ спрямована на надання допомоги у розвитку експортного потенціалу українського приватного сектору шляхом підтримки виробництва та експортного збуту продукції, робіт і послуг в усіх галузях економіки, надання технічної (фінансової) допомоги для розвитку маркетингової діяльності, сприяння створенню інформаційної інфраструктури підприємств-експортерів.

Останнім часом активізували свою діяльність регіональні інтеграційні об'єднання, учасники яких за загального позитивного ставлення до розвитку співробітництва з третіми країнами орієнтуються на зміцнення внутрішньорегіональних зв'язків, що може мати несприятливі наслідки для України. Загострено боротьбу за ринки, безпрецедентної кількості сягнули антидемпінгові позови та санкції. Економічно розвинені держави, транснаціональні компанії об'єднуються для захисту своїх інтересів на ринках збуту готової продукції та з метою скорочення залежності від джерел сировини. Варто зазначити, що для запобігання застосуванню з боку іноземних держав та їхніх економічних угруповань антидемпінгових заходів до товарів походженням з України, а також для забезпечення сприятливих умов для експорту, оперативного здійснення заходів щодо захисту торговельно-економічних інтересів України і забезпечення її міжнародних зобов'язань схвалено утворення Департаменту захисту національного виробника [16], який налагодив досить ефективну роботу щодо захисту українських інтересів на міжнародному рівні.

Урядом України постійно вживаються системні заходи щодо забезпечення участі вітчизняних суб'єктів підприємництва в антидемпінгових і спеціальних розслідуваннях, що проводяться в інших країнах стосовно українського експорту. Уряд України самостійно або у співробітництві з підприємствами забезпечує захист законних

інтересів господарюючих суб'єктів у таких розслідуваннях, тобто українські суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності відтепер мають захист від дискримінаційних заходів з боку державних органів влади.

Для забезпечення передумов реалізації експортного потенціалу вітчизняних суб'єктів господарювання шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту організовано приватне акціонерне товариство «Експортно-кредитне агентство» (ЕКА) [17]. ЕКА створює умови для запровадження сучасних фінансових технологій у зовнішній торгівлі та механізму підтримки експорту шляхом страхування, перестраховування та гарантування; спрямовує зусилля на розвиток експорту товарів (робіт, послуг) українського походження, підвищення конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг) українського походження на світовому ринку. Для реалізації цього проекту сформовано міжвідомчу робочу групу зі створення ЕКА, до складу якої увійшли фахівці німецького банку розвитку *KfW*, фінансової установи *Euler Hermes Deutschland AG* та консалтингової компанії *PricewaterhouseCoopers (PwC)*.

Отже, інституційні перетворення у промисловості доцільно проводити тільки з точки зору економічної доцільності, підвищення конкурентоспроможності та ефективності виробництва. Розвиток бренд-орієнтованих виробництв залежить від конкретних умов країни, і головну роль тут повинні відігравати не незалежні ринкові сили, а державні інституції. Принципи та методи реалізації державної промислової політики – максимальна орієнтація на власні можливості; використання механізму програмно-цільового планування розвитку бренд-орієнтованих галузей промисловості. Найважливішим пріоритетом промислової політики має бути поліпшення інвестиційного клімату, оздоровлення економічного середовища, в якому діють суб'єкти господарювання.

Сильний національний бренд формується на базі сильної експортоорієнтованої економіки. Перегляд структури вітчизняного експорту на користь наукомісткого та інноваційного в контексті реалізації Експортної стратегії України створить передумови для посилення позицій національного бренду України як надійного стратегічного партнера серед розвинених країн світу.

Державна політика сприяння експорту в Україні має бути спрямована передусім на вибір найефективніших механізмів управління бренд-орієтованим комплексом на рівні органів державної влади. Стратегічною метою політики формування національного бренду є створення сприятливих економічних та організаційно-правових умов задля реконструкції та розвитку бренд-орієтованого промислового комплексу України, забезпечення узгодженості та логічної послідовності здійснення єдиної державної промислової політики, сприяння об'єднанню зусиль усіх зацікавлених сторін у розвитку України.

Здійснення заходів політики щодо стимулювання бренд-орієтованих секторів національної економіки забезпечить стабілізацію та

розширення обсягів продажу національними підприємствами продукції на зовнішніх ринках, а в стратегічній перспективі – формування розвиненої інфраструктури міжнародних економічних зв'язків, що забезпечують ефективний доступ до світових фінансових і технологічних ресурсів.

**Висновки.** В умовах дії всього комплексу факторів, що визначають стан і перспективи вітчизняного національного бренду, існує необхідність невідкладних кроків щодо подальшого формування цілісної системи заходів державного стимулювання бренд-орієнтованих галузей. Це, з одного боку, сприятиме ефективному подоланню наявних проблем і перешкод в їхній фінансово-господарській діяльності, з іншого – дасть можливість максимально використовувати в інтересах розвитку національного бренду позитивні зміни, що відбуваються в економіці та зовнішньоекономічній політиці України. З урахуванням зазначеного можна запропонувати розглянути можливість запровадження в Україні додаткових заходів, зокрема:

- впровадження спрощених митних процедур (нульової ставки мита, ПДВ) на імпорт для власного використання виробничого обладнання, що не виготовляється в Україні;
- створення на добровільних засадах за рахунок коштів підприємств фондів підтримки експортного виробництва;
- запровадження пільгового кредитування бренд-орієнтованих виробництв, особливо наукомісткої та високотехнологічної продукції;
- створення системи спеціалізованих страхових компаній за участю державного та приватного капіталів, зокрема іноземного, для страхування експортних ризиків, кредитів та інвестицій за кордон;
- надання підприємствам-виробникам права застосовувати певну частку валютних надходжень на просування експорту та звільнення суб'єктів господарювання від оподаткування прибутку, який спрямовувався на використання вивільнених коштів на модернізацію, розбудову, впровадження інновацій, пов'язаних з основною діяльністю та/або повернення кредитів, використаних на зазначені цілі, і сплату процентів за ними; запровадження механізму надання безвідсоткових кредитів для погашення заборгованості із заробітної плати для бренд-орієнтованих виробничих підприємств, що постраждали від протиепідеміологічних заходів і відстрочення виплати існуючих кредитів через пандемію *COVID-19*;
- для відновлення втрачених потужностей та нівелювання негативного економічного впливу зобов'язати відповідні державні та комунальні установи, підприємства та організації здійснювати процедуру публічних закупівель товарів бренд-орієнтованих секторів промисловості лише у вітчизняних виробничих підприємств;
- надання реальної підтримки виробничим підприємствам для збереження робочих місць завдяки допомозі з часткового безробіття, спростивши механізм її отримання;



- нормативно-правове забезпечення підтвердження факту форс-мажорних обставин у період пандемії *COVID-19* (без необхідності оформлення додаткових довідок);
- створення системи охорони прав інтелектуальної власності, що функціонуватиме належним чином та забезпечуватиме фінансові переваги власникам таких прав.

З метою уникнення антидемпінгових розслідувань уряду варто запроваджувати систему моніторингу експорту, надання відповідної інформації підприємствам, асоціаціям, міністерствам; забезпечити доступ експортерів до відповідних закордонних консалтингових структур. Також необхідною умовою ефективного функціонування системи розповсюдження зовнішньоторговельної інформації є формування мережі відповідних інформаційно-консультаційних служб. Доцільним є й розвиток системи інформування про сучасні досягнення у вітчизняній і закордонній науці та техніці, у передовому виробництві й підприємницькому досвіді з використанням можливостей науково-дослідних центрів. Через те, що значна частина експортної діяльності здійснюється за кордоном, важливим є закріплення зв'язків експортерів з офіційними іноземними установами як України, так і інших держав з метою забезпечення організаційної, інформаційно-консультативної, дипломатичної та іншої підтримки вітчизняного експорту.

Відповідно до завдання створення умов і механізмів надання кваліфікованої допомоги щодо експорту та з урахуванням світового досвіду органи державної влади повинні сприяти роботі галузевих асоціацій виробників та експортерів для забезпечення координації їхніх дій на зовнішньому ринку. Послідовна діяльність держави щодо зміцнення об'єднань експортерів дасть змогу надалі значно розширити та урізноманітнити форми сприяння експорту бренд-орієнтованих галузей національної економіки. Уряду доцільно також забезпечити укладання та реалізацію двосторонніх угод з країнами – торговельними партнерами в галузі взаємного визнання оцінки відповідності, розширення участі України в роботі міжнародних та європейських організацій із стандартизації та сертифікації. Важливим елементом національної політики сприяння бренд-орієнтованим виробництвам має стати організація рекламно-пропагандистських кампаній задля підтримки національних суб'єктів підприємництва з нагородженням найкращих.

За останні роки розроблено та ухвалено низку важливих документів стосовно розвитку та підтримки експорту. Метою та основним завданням є перехід до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху України на світових ринках. Отже, натеper в Україні створені базові стратегії, інститути, інструменти та механізми підтримки експорту [18]. Активна позиція держави в цих питаннях поряд з ефективним використанням у рамках політики сприяння бренд-орієнтованим виробництвам наявних конкурентних переваг надасть можливість Україні сформувавши гідний конкурентоспроможний національний бренд із забезпечення балансу взаємних інтересів задля послідовного зміцнення гео економічного положення України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мельник Т. М., Пугачевська К. С. Детермінанти імпортозалежності економіки України. *Економіка та управління національним господарством*. 2019. № 2. С. 53-61.
2. Фокіна-Мезенцева К. В., Мерзла Л. І. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі за допомогою національної стратегії експорту. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2018. № 6 (49). С.18-22.
3. Studinska G. (2019). Five Secrets of the success of branding economy, Riga, Latvia: LAMBERT Academic Publishing. 157 p.
4. Кукса В. М. Формування та позиціонування бренду «Україна» у світовому просторі. *Фінансовий простір*. 2017. № 2 (26). URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kvmusp.pdf>.
5. Штельмашенко А. Д. Семантика терміна «Бренд держави» в політології. *Політологічний вісник*. 2015. Вип. 77. URL: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/Pv\\_2015\\_77\\_24.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/Pv_2015_77_24.pdf).
6. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 рр.: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2017, № 1017-р. Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p>.
7. Закон України 16 жовтня 2012 року № 5450-VI «Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5450-17#Text>.
8. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. Верховна Рада України. 2011. № 13-17. с. 112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
9. Постанова НБУ «Про встановлення винятків та (або) особливостей запровадження граничних строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів і внесення змін до деяких нормативно-правових актів» від 14.05.2019 р. Верховна Рада України. № 67. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0067500-19#Text>
10. Експортна стратегія для сектору креативних індустрій. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b8db9113-2a3f-45fd-9677-71f9fc9170b6&title=EksportnaStrategiiaDliaSektoruKreativnikhIndustrii-doslidzhennia-UkrainskoiuMovoii&isSpecial=true>.
11. EBRD Ukraine Country Strategy 2018–2023. URL: <http://www.eu4business.eu/files/medias/ukraine-strategy.pdf>.
12. Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна–2020» від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
13. Наказ Міністерства економічного розвитку України «Про утворення Державної установи «Офіс з просування експорту України» та затвердження Положення про Державну установу «Офіс з просування експорту України» від 23.06.2018 р. № 864. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=891afd31-1e87-4336-b3fd-6b5923cc88c5&title=NakazMinekonomrozvitkuVid23-Chervnia2018-864-proUtvorenniaDerzhavnoiUstanoviofisZProsuvanniaEksportuUkrainiTaZatverdzhenniaPolozhenniaProDerzhavnuUstanovuofisZProsuvanniaEksportuUkraini&isSpecial=true>.

14. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Ради з міжнародної торгівлі» від 4.07.2017 р. № 455. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/455-2017-%D0%BF#Text>.
15. Рада експортерів. URL: <https://mfa.gov.ua/pro-ministerstvo/struktura/rada-eksporteriv-ta-investoriv-pri-mzs-ukrayini>.
16. Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України «Про затвердження Положення про департамент захисту національного виробника» від 16.12.2019 р. № 704. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0704915-19#Text>.
17. Постанова Кабінету Міністрів України «Питання утворення Експортно-кредитного агентства» від 7.02.2018 р. № 65. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/65-2018-%D0%BF#Text>.
18. Брендбук Експортного бренда. URL: [https://epo.org.ua/wp-content/uploads/Data/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%B9\\_%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4-%D0%B1%D1%83%D0%BA\\_%D0%B2%D0%B5%D0%B1.pdf](https://epo.org.ua/wp-content/uploads/Data/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4-%D0%B1%D1%83%D0%BA_%D0%B2%D0%B5%D0%B1.pdf).

*Стаття надійшла до редакції 11.05.2021.*

***Oleinikov Yu., Syerova L. Institutional components of the brand-oriented economy.***

***Background.*** *The development of the national brand correlates with the development of the country, its economic condition and political system, cultural and social development, the level of national security, geostrategic priorities, and integration aspirations. The rapid development of Ukraine as a full-fledged partner of international economic relations is manifested in strengthening its position in the world market of goods and services, actualizing the development of the national brand.*

***Analysis of recent research and publications*** *has shown that despite the existence of some scientific achievements, an important scientific and practical problem of the institutional components of a brand-oriented economy remains unresolved.*

*The purpose of the article is to explore the areas of institutional support for the formation of brand-oriented economy of Ukraine, as well as on their basis to propose management decisions for further formation of a comprehensive system of state incentives for brand-oriented industries.*

***Materials and methods.*** *The methods of scientific research were used: analysis, synthesis, comparison, grouping, generalization, statistical methods of estimation of dynamics and structure. The information base contains scientific publications of domestic scientists (monographs, scientific periodicals), regulations of Ukraine.*

***Results.*** *The analysis of directions of institutional support of formation of brand-oriented economy of Ukraine is carried out. Based on the results of this study, a set of proposals was developed, in particular: introduction of simplified customs procedures for import for own use of production equipment that is not manufactured in Ukraine; creation on a voluntary basis at the expense of enterprises of funds to support export production; introduction of preferential lending for brand-oriented industries; creation of a system of specialized insurance companies; providing real assistance to industrial enterprises to save jobs through partial unemployment benefits, simplifying the mechanism for obtaining it; regulatory and legal support for confirmation of the fact of force majeure during the COVID-19 pandemic; creation of a system of protection of intellectual property rights, etc.*

**Conclusion.** *In the conditions of the whole complex of factors that determine the state and prospects of the domestic national brand, there is a need for urgent steps to further form a holistic system of measures of state stimulation of brand-oriented industries. This, on the one hand, will contribute to the effective overcoming of existing problems and obstacles in their financial and economic activities, on the other hand, will maximize the positive changes in the economy and foreign economic policy of Ukraine in the interests of national brand development. These provisions require further research on the mechanism of institutional support for the formation of a brand-oriented economy of Ukraine, which will determine the European and international mechanisms of state regulation of brand-oriented industries. The active position of the state in these issues, along with the effective use of existing competitive advantages in the policy of promoting brand-oriented production, will allow Ukraine to form a decent competitive national brand to ensure the balance of mutual interests in order to consistently strengthen Ukraine's geoeconomic position.*

*Keywords:* national brand, branding, export, export strategy.

## REFERENCES

1. Mel'nyk, T. M., & Pugachevs'ka, K. S. (2019). Determinanty importo-zalezhnosti ekonomiky Ukrai'ny [Determinants of import dependence of the Ukrainian economy]. *Ekonomika ta upravlinnja nacional'nym gospodarstvom – Economics and management of the national economy*, 2, 53-61 [in Ukrainian].
2. Fokina-Mezenceva, K. V., & Merzla, L. I. (2018). Perspektyvy rozvytku zovnishn'oi' torgivli za dopomogoju nacional'noi' strategii' eksportu [Prospects for the development of foreign trade through a national export strategy]. *Naukovo-vyrobnychij zhurnal «Biznes-navigator» – Research and production magazine «Business Navigator»*, 6 (49), 18-22 [in Ukrainian].
3. Studinska, G. (2019). Five Secrets of the success of branding economy, Riga, Latvia: LAMBERT Academic Publishing [in English].
4. Kuksa, V. M. (2017). Formuvannja ta pozycionuvannja brendu «Ukrai'na» u svitovomu prostori [Formation and positioning of the brand «Ukraine» in the world]. *Finansovyj prostir – Financial space*, 2 (26). Retrieved from <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kvmsp.pdf> [in Ukrainian].
5. Shtel'mashenko, A. D. (2015). Semantyka termina «Brend derzhavy» v politologii' [Semantics of the term «State Brand» in political science]. *Politologichnyj visnyk. – Political Science Bulletin*, (Issue 77). Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/jpdf/Pv\\_2015\\_77\\_24.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/Pv_2015_77_24.pdf) [in Ukrainian].
6. Pro shvalennja Eksportnoi' strategii' Ukrai'ny («dorozhn'oi' karty» strategichnogo rozvytku torgivli) na 2017–2021 rr.: Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 27.12.2017, № 1017-r. Verhovna Rada Ukrai'ny [On approval of the Export Strategy of Ukraine («road map» of strategic trade development) for 2017-2021: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 27.12.2017, № 1017-r. Verkhovna Rada of Ukraine]. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-r>. [in Ukrainian].
7. Zakon Ukrai'ny 16 zhovtnja 2012 roku № 5450-VI «Pro derzhavnu pidtrymku rozvytku industrii' programnoi' produkciï» [Law of Ukraine of October 16, 2012 № 5450-VI «On state support for the development of the software industry»]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5450-17#Text> [in Ukrainian].
8. Podatkovyj kodeks Ukrai'ny: Zakon Ukrai'ny №2755-VI vid 02.12.2010 r. [Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine №2755-VI of December 2, 2010]. (2011). *Verhovna Rada Ukrai'ny – Verkhovna Rada of Ukraine*. 13-17. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> [in Ukrainian].

9. Postanova NBU «Pro vstanovlennja vynjatliv ta (abo) osoblyvostej zaprova-dzhennja granychnyh strokiv rozrahunkiv za operacijamy z eksportu ta importu tovariv i vnesennja zmin do dejakyh normatyvno-pravovyh aktiv» vid 14.05.2019 r. [Resolution of the NBU «On establishing exceptions and (or) features of the introduction of deadlines for payments for transactions of export and import of goods and amendments to certain regulations» of 14.05.2019]. *Verhovna Rada Ukrai'ny – Verkhovna Rada of Ukraine*, 67. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0067500-19#Text> [in Ukrainian].
10. Eksportna strategija dlja sektoru kreatyvnyh industrij [Export strategy for the creative industries sector]. Retrieved from <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b8db9113-2a3f-45fd-9677-71f9fc9170b6&title=EksportnaStrategiiaDliaSektoruKreativnikhIndustrii-doslidzhennia-UkrainskoiuMovoiu&isSpecial=true> [in Ukrainian].
11. EBRD Ukraine Country Strategy 2018–2023. Retrieved from <http://www.eu4business.eu/files/medias/ukraine-strategy.pdf> [in English].
12. Ukaz Prezydenta Ukrai'ny «Pro strategiju stalogo rozvytku «Ukrai'na–2020» vid 12.01.2015 № 5/2015 [Decree of the President of Ukraine «On Sustainable Development Strategy «Ukraine 2020» from 12.01.2015 № 5/2015]. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10> [in Ukrainian].
13. Nakaz Ministerstva ekonomichnogo rozvytku Ukrai'ny «Pro utvorennja Derzhavnoi' ustanovy «Ofis z prosuvannja eksportu Ukrai'ny» ta zatverdzhennja Polozhennja pro Derzhavnu ustanovu «Ofis z prosuvannja eksportu Ukrai'ny» vid 23.06.2018 r. № 864 [The order of the Ministry of Economic Development of Ukraine «On the establishment of the State Institution» Export Promotion Office of Ukraine «and approval of the Regulations on the State Institution» Export Promotion Office of Ukraine» dated 23.06.2018 № 864]. Retrieved from <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=891afd31-1e87-4336-b3fd-6b5923cc88c5&title=NakazMinekonomrozvitkuVid23-Chervnia2018-864-proUtvorenniaDerzhavnoiUstanoviofisZProsuvanniaEksportuUkrainiTaZatverdzhenniaPolozhenniaProDerzhavnuUstanovuofisZProsuvanniaEksportuUkraini&isSpecial=true> [in Ukrainian].
14. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrai'ny «Pro utvorennja Rady z mizhnarodnoi' torgivli» vid 4.07.2017 r. № 455 [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On the establishment of the Council on International Trade» dated 04.07.2017 № 455]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/455-2017-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
15. Rada eksporteriv [*Rada eksporteriv*]. *mfa.gov.ua*. Retrieved from <https://mfa.gov.ua/pro-ministerstvo/struktura/rada-eksporteriv-ta-investoriv-pri-mzs-ukrayini> [in Ukrainian].
16. Nakaz Ministerstva rozvytku ekonomiky, torgivli ta sil'skogo gospodarstva Ukrai'ny «Pro zatverdzhennja Polozhennja pro departament zahystu nacional'nogo vyrobnyka» vid 16.12.2019 r. № 704 [The order of the Ministry of Development of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine «On approval of the Regulations on the Department of Protection of National Producers» dated 16.12.2019 № 704]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0704915-19#Text> [in Ukrainian].
17. Postanovoju Kabinetu Ministriv Ukrai'ny «Pytannja utvorennja Eksportno-kredytnogo agentstva» vid 7.02.2018 r. № 65 [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine «Issues of formation of the Export Credit Agency» dated February 7, 2018 № 65]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/65-2018-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
18. Brendbuk Eksportnogo brenda [Brand-book of the Export brand]. *epo.org.ua*. Retrieved from [https://epo.org.ua/wp-content/uploads/Data/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%B9\\_%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4-%D0%B1%D1%83%D0%BA\\_%D0%B2%D0%B5%D0%B1.pdf](https://epo.org.ua/wp-content/uploads/Data/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4-%D0%B1%D1%83%D0%BA_%D0%B2%D0%B5%D0%B1.pdf) [in Ukrainian].