

## ПОКРАЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Розглянуто основи процесів зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах глобалізації. Проаналізована участь України у міжнародній співпраці. Запропоновано рекомендації щодо впровадження успішної державної стратегії для підвищення зовнішньоекономічної діяльності.*

*The article discusses the basis of a process of foreign business in the context of globalization. Analyzed Ukraine's participation in international cooperation. Recommendations for successful implementation of a national strategy to increase foreign trade.*

**Постановка проблеми.** Важливим фактором на сьогодні не достатньої зовнішньоекономічної діяльності підприємств є не ефективний ступінь впливу на прийняття управлінських рішень і досягнення підприємством реальних позитивних зрушень від втілення у життя результатів діяльності підприємства.

На шляху інтеграції України в європейські й міжнародні структури допущено чимало прикрих прорахунків. Без сумніву, є об'єктивні причини цього, проте зрозуміло одне - відсутність, особливо в регіонах, висококваліфікованих фахівців із зовнішньоекономічної діяльності перешкоджає просуванню нашої країни до цивілізованого співтовариства.

Останнім часом це питання є досить відчутним, що пояснюється новими ринковими вимогами фахової спеціалізації та досвіду управління зовнішньоекономічною діяльністю у сучасних умовах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Оцінки економічної ефективності ЗЕД підприємства висвітлені в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців. Проблемами ефективності ЗЕД займаються такі вчені, як Миролубова Т. В., яка запропонувала методику розрахунку ефективності ЗЕД, що представляє собою сукупність таких показників, як абсолютна ефективність

експорту, економічна ефективність реалізації експортних товарів на зовнішньому ринку, ефективність використання виробничих та оборотних фондів при експорті ; Яковлев А.І., який розробив систему оцінки ефективності для різних агентів міжнародного бізнесу та дав визначення коефіцієнту кредитного впливу. Дем'яненко А.Г. запропонував використання кількісних показників при оцінці ЗЕД підприємства, що допоможе більш докладно простежити вплив кожного фактору на ефективність ЗЕД підприємства. Серед числа економістів, що проводили дослідження в цій області, слід назвати М. Портера, Г. Саймона, Д. Еклунда, Р. Мінцберга.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Аналіз останніх досліджень показав, що численні аспекти даної проблеми залишаються недостатньо обґрунтованими. У процесі становлення ринкових відносин в Україні всі ланки фінансової системи опинилися у глибокій кризі. І тому необхідним є аналіз показників прибутковості (рентабельності) діяльності підприємства та побудови стратегії фінансового стимулювання і кредитування експорту, яка має забезпечувати дешевими фінансовими ресурсами з метою запобігти його втратам і для подальшої успішної діяльності з перспективами виходу на міжнародні ринки і тим самим підвищувати авторитет держави.

**Мета статті.** Метою статті є розгляд зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні, а також можливості та перспективи підвищення та розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** В сучасних ринкових умовах головною метою діяльності підприємства є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, які нададуть високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. З приводу забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства актуальним стає утримання наявних ринкових позицій та пошук нових можливостей, що сприятиме розширенню ринків збуту та зростанню економічної ефективності.

Вітчизняний ринок недостатньо місткий та не здатний поглинути всю запропоновану продукцію, що примушує підприємство виходити на зовнішні ринки, конкуренція на яких значно вища. Тому для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідний єдиний стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг [1].

Маючи високий експортний потенціал, Україна використовує його недостатньо ефективно. Спостерігається зменшення вартісних обсягів експорту, що свідчить про кризу виробництва, зорієнтованого переважно на експорт.

За обсягами експорту на душу населення, Україна значно поступається не лише розвиненим країнам, але й більшості країн Центральної та Східної Європи. Це спонукає до більш ефективної реалізації експортного потенціалу з метою збільшення впливу України на світові економічні процеси.

Товарна структура експорту України є вкрай несприятливою. Вона свідчить про нездатність держави подолати структурні диспропорції економіки, сформованої в рамках колишнього СРСР. Домінуючими експортними позиціями залишаються металопродукція (44% загального експорту), мінеральні продукти та хімія (22%), а машинобудування складає лише 12%. На відміну від держав Центральної Європи, в Україні так і не відбулась переорієнтація з торгівлі сировиною та напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю.

Головні експорто-орієнтовані галузі залишаються надзвичайно енергоємними, що робить їх критично залежними від імпортованих енергоносіїв та обмежує можливості нарощування експорту за рахунок девальвації національної валюти [2].

Об'єктивною необхідністю подальшого розвитку економіки країни є заходи, які направлені на довготривале використання переваг міжнародного розподілу праці, створення умов широкого обміну досягненнями світової науки і техніки й повсюдне їх упровадження у виробництво. Зовнішньоекономічна діяльність - це важлива й невід'ємна сфера господарської діяльності, котра при ефективному використанні всього комплексу сучасних форм і методів міжнародних економічних відносин здатна впливати на технічне удосконалювання виробництва, підвищення продуктивності праці і якості продукції, яка виробляється. В цілому ж, вихід на зовнішній ринок самостійно господарюючих суб'єктів сприяє пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, формуванню економіки відкритого типу. Саме тому розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств, фірм, усіх учасників ринкових відносин - це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню

конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України [3].

Сьогодні економіка нашої країни характеризується більшою відкритістю для ділових контактів із закордонними партнерами. Нові економічні реалії потребують нових підходів до здійснення міжнародної діяльності. Багато підприємств виходять на зовнішній ринок із своєю продукцією самостійно. Для переважної більшості з них це відбувається вперше. Дана ситуація виявила відсутність необхідного досвіду, а часом, і елементарних знань в області міжнародної діяльності.

У цих умовах істотно зростає роль і значення аналізу стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що дозволяє правильно скоординувати подальшу його діяльність, проаналізувати можливі шляхи її удосконалення й уникнути небажаних результатів.

В умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності підприємства і стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Один із них - це висока конкурентоздатність виробів, що випускаються. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість продукції, відповідно до сучасних вимог.

Довгострокове прогнозування обсягу виробництва, характеру потреб, технічного рівня і якості продукції повинні бути спрямовані на: виявлення можливих вимог до асортименту і якості виробів на перспективний період їхнього виробництва і споживання; визначення науково-технічних і економічних можливостей задоволення вимог споживача; встановлення асортименту і показників якості при розробленні перспективних видів продукції.

Для забезпечення конкурентоздатності продукції, що випускається, необхіден розвиток стандартизації і сертифікації [2].

Одним із засобів досягнення основної мети – економічного зростання підприємства в довгостроковій перспективі – є підвищення ефективності ЗЕД підприємства. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку потрібна стратегія зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості підприємства та ринкові умови, в яких йому доводиться функціонувати.

Для розробки стратегії необхідний комплексний аналіз діяльності підприємства. По-перше, треба провести комплексний аналіз ефективності ЗЕД

на засадах фінансово-економічного аналізу та складання матриці SWOT та згрупувати економічні показники в ЗСП, що чітко виявить внутрішні можливості підприємства.

По-друге, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонуваного підприємством та конкурентами товарів з метою виявлення стадії життєвого циклу товару та можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на засадах складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідні проведення маркетингового дослідження ринку з метою виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини та рівня цін на неї в даній галузі.

По-третє, для визначення ринку привабливості зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно провести матричний аналіз. При проведенні матричного аналізу ЗЕД підприємства найчастіше використовуються такі матриці: матриця BCG – аналіз темпів зростання та частки ринку; матриця GEM – аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності; матриця ADL – аналіз життєвого циклу галузі та відносного положення на ринку; матриця Shell/DPM – аналіз привабливості ресурсоємної галузі в залежності від конкурентоспроможності.

Після проведення аналізу економічної діяльності підприємства складається список стратегічних альтернатив, тобто система стратегій в із розрахунком вірогідності їх запровадження щодо досягнення загальної мети [1].

На даний момент процес освоєння вітчизняними товаровиробниками зарубіжних ринків супроводжується значними труднощами і проблемами, які обумовлені недосконалістю форм фінансових розрахунків, нерозвиненістю транспортної і ринкової інфраструктури договірно-правової бази, практики регулювання митних процедур і оподаткування. Отже, вітчизняний товаровиробник буде спроможний вийти на світовий ринок лише за умови виробництва якісної продукції, яка б відповідала існуючим запитам і потребам споживачів. Розв'язання цієї проблеми можливе лише за умови вкладення капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок у пріоритетні галузі, іншими словами, забезпечення інтенсивного розвитку економіки. У переважній більшості продукція вітчизняних товаровиробників характеризується низьким рівнем якості, що не відповідає світовим стандартам, а також високим рівнем

затрат на її виробництво, що в кінцевому підсумку обумовлює низький рівень конкурентоспроможності на зарубіжних ринках [3].

Щорічне зростання кількості малих підприємств, а також наявність безлічі, часто однакових, програм їхньої підтримки, на жаль, зовсім не відображається на збільшенні їхніх обсягів виробництва та фінансових результатів та на їхньому внеску до економіки країни. Ця невідповідність кількості малих підприємств та їхніх результатів свідчить про неефективність системи підтримки діяльності підприємств малого бізнесу. Для їхнього розвитку та утримання ринкових позицій треба проаналізувати та удосконалити ряд чинників: недостатність фінансових ресурсів, труднощі з придбанням необхідного обладнання, виробничих площ, вузьке коло постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих, недостатній розвиток ринку збуту продукції, недостатня кваліфікація працівників, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недосконалість системи обліку та статистичної звітності.

Можливим інструментом для подолання такої ситуації є створення диференційованого підходу до підтримки малих підприємств, який повинен знайти відображення у всіх законодавчих актах України, у тому числі в законах з оподаткування, податковому кодексі, буде сприяти не тільки збільшенню кількості малих підприємств, а буде зацікавлений та спрямований, в першу чергу, на збільшення їхньої ефективності, додаючи розробки прогнозних балансів доходів та видатків і прогнозних сальдових балансів, де, зокрема, мають бути враховані всі резерви мобілізації фінансових ресурсів, які завантажені у нераціональні витрати. Розробка такого диференційованого підходу вимагає детального статистично-наукового дослідження особливостей малих підприємств. Підтримка і розвиток малого підприємства дасть соціально - економічний і частково політичний рівень розвитку країни.

Стабільний економічний розвиток кожної країни сьогодні розглядається у нерозривному взаємозв'язку з функціонуванням світового господарства. Беззаперечним є те, що будь-яка національна економіка є невід'ємним елементом міжнародної економічної системи та перебуває у постійній взаємодії з рештою її елементів - країн. Якість зазначеної взаємодії все більше залежить не тільки від ресурсозабезпеченості країни, а від тієї діяльності, яка передбачає формування та реалізацію цілого механізму побудови відносин із зовнішнім світом.

Під цим механізмом розуміється зовнішньоекономічна стратегія держави,

розробка якої вимагає глибинного аналізу середовища її реалізації, внутрішніх можливостей економіки та основних структурних елементів, які визначають систему взаємодії країни зі світовим господарством. Дослідження даного питання становить значний теоретичний інтерес і практичну цінність з огляду на малоуспішні спроби України ідентифікуватись як суб'єкт міжнародних економічних відносин [4].

**Висновки.** Таким чином, використання збалансованої системи показників у сфері стратегічного управління ЗЕД підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Для того, щоб управляти конкурентоспроможністю, розглядаючи її з різних позицій, в тому числі і з позицій індикатору управління підприємством-експортером, її необхідно вимірювати. Це означає, що повинні бути вироблені ті чи інші підходи до вимірювання конкурентоспроможності, а також відповідні процедури роботи з даним показником як індикатором і об'єктом управління. З цього боку ми стикаємось із двоїстим характером конкурентоспроможності - як показником, що відбиває стан того чи іншого економічного об'єкту у відношенні потреб зовнішніх ринків, а також як об'єктом управління, пов'язаним із реалізацією основної цільової функції підприємства. В будь-якому випадку оцінка конкурентоспроможності включає в себе, насамперед, аналіз поточних результатів господарської діяльності підприємства, аналіз конкурентноздатності продукції, а також аналіз конкурентноздатності фірми.

В цілому, аналіз господарської діяльності підприємства, конкурентоспроможності продукції, що випускається, і самого підприємства необхідні для того, щоб оцінити потенційні можливості в конкурентній боротьбі на тому чи іншому ринку і розробити міри і заходи, за рахунок яких можна підвищити конкурентоспроможність і забезпечити власний успіх. Управління конкурентоспроможністю - це найважливіша задача менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Таким чином використовуючи ряд організаційно-методичних аспектів, які не потребують значних витрат додаткових ресурсів (більш широке застосування апарату зовнішньоторгівельного маркетингу, наприклад) підприємство може

впливати на ефективність своєї зовнішньоекономічної діяльності. Досить перспективним є також розширення нових форм ведення зовнішньоекономічної діяльності, впровадження засобів інформаційних технологій, найновіших аналітичних методів і підходів, використання економіко-математичних моделей, які суттєво підвищують обґрунтованість управлінських рішень в цій сфері.

### Список літератури

1. Рубан І. В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників [Електронний ресурс]: [http://www.rusnauka.com / 9\\_EISN\\_2007 / Economics / 21328.doc.htm](http://www.rusnauka.com / 9_EISN_2007 / Economics / 21328.doc.htm)
2. Луценко В.О. Розробка заходів підвищення ефективності експортних операцій промислового підприємства. Автореф. [Електронний ресурс]: <http://www.uran.donetsk.ua/~masters/2002/fem/lutsenko/diss.htm>
3. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Автореф. [Електронний ресурс]: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>
4. Боб Ю.В., Недбалюк О.П. Суть і перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Стаття. КНЕУ.- С., 2009. [Електронний ресурс]: <http://intkonf.org/bob-yuv-nedbalyuk-op-sut-i-perspektivi-rozvitku-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-v-ukrayini/>