

УДК 35:330.3:339.5

Ю. О. СВІТЛИЧНА

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

Проаналізовано сучасний стан інституціонального забезпечення зовнішньоторговельної діяльності України, доведено необхідність його вдосконалення та розширення, запропоновано створення нових інституцій з державного регулювання зовнішньої торгівлі.

The current state of institutional support of foreign trade of Ukraine has been analyzed in the given article, the necessity of its improvement and expansion has been proved, the creation of new institutions of government regulation of foreign trade has been proposed.

Комплексний механізм регулювання відносин між центральною та місцевою владою оснований на розмежуванні функцій і повноважень на кожному рівні державного управління. Через незавершеність розподілу повноважень у зовнішньоекономічній сфері між центральними органами виконавчої влади та місцевою владою при здійсненні зовнішньоторговельної діяльності відбувається неузгодженість у діях центральної та регіональної влади, що в підсумку завдає шкоди державним інтересам країни. Багато в чому це пов'язано з недостатньо чіткою регламентованістю практичного механізму взаємодії з низки питань, віднесених до напрямків спільної діяльності.

Вирішення більшості питань найчастіше залежить від поточної взаємодії центральних і регіональних органів виконавчої влади, а не від законодавчо встановлених правил, як має бути. Такий стан речей викликає необхідність створення ефективного механізму взаємодії підприємців, представників регіонів, незалежних вітчизняних експертів, споживачів з органами державного управління, що регулюють діяльність відповідної сфери. Це дозволить звести до розумного мінімуму суперечності й розбіжності між гілками влади різних рівнів у разі здійснення зовнішньоторговельної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що існує досить велика кількість наукових думок стосовно підходів до ефективного розмежування функцій та повноважень органів державного управління. Водночас питання розмежування функцій державного управління в контексті реалізації зовнішньоторговельної діяльності країни, удосконалення її інституційного забезпечення та організаційно-структурних змін залишаються недостатньо висвітленими.

Сучасний етап розвитку зовнішньоторговельної діяльності України тісно пов'язано з докорінними змінами механізмів, форм і методів державного управління, що застосовувались протягом десятиріч попереднього розвитку. Десятки тисяч підприємств, незалежно від їхнього відношення до державного або

приватного секторів, організаційної форми, розмірів майна, сфери діяльності, отримали можливість брати активну участь у міжнародному економічному співробітництві. Тому нині є дуже важливим пошук нових, науково обґрунтованих концепцій щодо підвищення ефективності здійснення зовнішньоторговельної діяльності шляхом удосконалення інституційних перетворень державного регулювання зовнішньої торгівлі.

Найважливішим чинником здійснення зовнішньої торгівлі є її організаційне забезпечення [3; 4]. Для підвищення ефективності цього чинника в Україні необхідне проведення організаційно-структурних змін у зовнішньоекономічному комплексі.

По-перше, держава повинна створити фінансову інфраструктуру забезпечення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, що становила б собою систему інститутів, які забезпечують фінансування певних напрямів зовнішньоекономічної діяльності, кредитування експорту та імпорту, страхування зовнішньоторговельних угод, залучення фінансових ресурсів недержавних фінансових інститутів. Функцію забезпечення ефективного обслуговування учасників зовнішньоекономічної діяльності доцільно покласти на Національний банк України, який повинен встановити прями зв'язки з закордонними банками, банками країн СНД та їхніми філіями. Серед відповідних функцій – обслуговування експортно-імпортних операцій і закордонних клієнтів, страхування власними активами учасників зовнішньоекономічної діяльності, пільгове кредитування витрат із виробництва експортних товарів, фінансування діяльності державних підприємств за кордоном. *По-друге*, необхідно сформувати самостійну структуру системи незалежної експертизи контрактів, угод та інвестиційних проектів, здійснюваних за рахунок коштів або під гарантії уряду країни. *По-третє*, доцільно створити центри, у тому числі й регіональні, міжнародної сертифікації. Слід зазначити, що багато вітчизняних товарів не відповідають європейським і міжнародним стандартам якості, унаслідок чого виникають перешкоди для допуску цих товарів на міжнародні ринки. *По-четверте*, необхідно розширити використання мережі торговельно-економічних представництв країни за кордоном, головним чином за участю підприємств-товаровиробників. На нашу думку, дуже ефективною буде пряма співпраця регіональних органів влади через торговельно-економічні представництва із закордонними партнерами та створення спільних галузевих асоціацій. *По-п'яте*, потрібно створити на державному рівні систему швидкого та надійного зв'язку з будь яким регіоном світу, для забезпечення цілодобовим міжнародним зв'язком іноземних та вітчизняних учасників зовнішньоторговельної діяльності, що діють на території України. *По-шосте*, необхідно створити систему інформаційного забезпечення учасників зовнішньоторговельної діяльності. Повна та надійна інформація дозволяє учасникам зовнішньоторговельної діяльності зменшити витрати на ведення експортно-імпортних операцій, оптимізувати фінансову діяльність, знизити ризики. Для стимулювання зовнішньої торгівлі вкрай важливим є доступ її учасників до інформації про кон'юнктуру зовнішніх ринків.

Багато керівників підприємств відчувають брак інформації у процесі управління діяльністю галузей та підприємств, яка необхідна для розроблення правильної ринкової стратегії та довгострокових програм, вибору перспективних

напрянків розвитку [1; 2]. Розроблення, прийняття та реалізація управлінських рішень, що регулюють зовнішньоторговельну діяльність, неможливі без інформаційних, аналітико-статистичних розробок, які відбивають реальний стан справ у сфері зовнішньоекономічних зв'язків країни. Сучасні форми і методи інформаційного забезпечення, характеризуються впровадженням принципово нових технологій, які дозволяють створити ефективні національні та міжнародні інформаційні мережі.

Органам державної влади, створюючи національну систему інформаційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності, необхідно: привести інформаційні системи країни у відповідність до принципів функціонування державної системи зовнішньоекономічної інформації; визначити структуру та обсяг нагромаджуваної інформації, методичні та технічні параметри системи, вимоги щодо захисту і надійності інформації, принципи сертифікації інформаційних продуктів із проблематики зовнішньоекономічної діяльності, що реалізовується на українському ринку; виділити категорію учасників зовнішньоекономічної діяльності, для яких можливий пільговий режим отримання інформації.

Оперативні та якісні оброблення й аналіз інформації припускають створення національного інформаційного банку даних, оснований на міжнародних стандартах збирання та передання інформації. Таку систему можна сформувавши при Міністерстві економіки України та Торговельно-промислової палаті України зі створенням національного та регіональних інформаційно-аналітичних центрів розвитку зовнішньоторговельної діяльності. Центри можуть об'єднати виконання таких робіт: маркетингові та кон'юнктурні дослідження з інвестиційних проектів і програм розвитку експортного виробництва, з розширення ринків збуту товарів і послуг; проведення незалежної експертизи контрактів, угод та інвестиційних проектів; задоволення соціально-економічних потреб вітчизняних підприємств в інформації щодо нормативної документації у сфері зовнішньоекономічної діяльності, а також нормативної документації щодо Світової організації торгівлі (СОТ); розроблення аналітичних матеріалів зі стандартизації в торгівлі, різних галузях техніки і науки; забезпечення всіх зацікавлених сторін нормативно-технічною документацією щодо стандартизації та процедур оцінки відповідності; маркетингові та диспетчерські функції; проведення перепідготовки керівників і фахівців для сфер господарської та зовнішньоекономічної діяльності; наукові дослідження в усіх сферах зовнішньоекономічної діяльності; експертну перевірку і координацію виробничої та наукової діяльності підприємств, установ і організацій; розроблення й упровадження наукових досягнень і нових технологій на підприємствах, в установах і організаціях.

Враховуючи це та з метою підвищення ефективності зовнішньоторговельного співробітництва, ми пропонуємо створити в системі державного управління з регулювання зовнішньоторговельної діяльності Національний інформаційно-аналітичний центр розвитку зовнішньоторговельної діяльності (далі – Центр).

Основна діяльність Центру зосереджується за напрямками:

1. Навчання та перепідготовка фахівців для зовнішньоторговельної діяльності. Серед головних проблем України – брак фахівців, здатних вести підприємницьку

діяльність, особливо у зовнішньоекономічній діяльності. Питання про створення надійної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців для роботи в галузі зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням вимог сучасного суспільства, особливо пов'язаного зі вступом до СОТ, є одним із найважливіших. Важливим чинником у цьому питанні є підтримка та фінансування з боку держави навчальних закладів, інститутів, які здійснюють підготовку фахівців із зовнішньоекономічної діяльності, виділення з бюджетів різних рівнів коштів для цільової підготовки фахівців. Якщо раніше зовнішньоекономічною діяльністю мали змогу займатися тільки спеціально підготовлені кадри, то зараз на іноземні ринки може вийти будь-яке підприємство й укласти контракт, який може завдати шкоди не тільки виробникам, а й країні в цілому. Це веде до ускладнення відносин з міжнародними торговельними організаціями і загострення відносин з іншими країнами.

2. Проведення науково-дослідних робіт та розроблення рекомендацій і пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції. Центр може здійснювати наукові дослідження, спрямовані на вирішення найбільш актуальних соціально-економічних проблем розвитку країни та регіонів, наукове консультування підприємств і організацій, розроблення науково-методичного та інформаційного забезпечення, займатися збором та узагальненням інформації за всіма галузями економіки, аналізувати їхній сучасний стан і можливі перспективи розвитку. Науково-дослідна діяльність Центру повинна бути спрямована на систематизацію, розширення і поліпшення інформаційної системи наукових досліджень і розробок, створення нових технологій, інтеграцію в світове суспільство наукових та освітніх структур.

3. Проведення маркетингових досліджень (вивчення ринку). Маркетингові дослідження включають збирання та аналіз інформації про стан і тенденції розвитку ринку товарів і послуг. На основі отриманих результатів Центр здійснює експертну перевірку і координацію виробничої, ринкової та наукової діяльності підприємств, установ і організацій.

4. Розроблення схеми розміщення замовлень підприємств у спеціально створеній базі даних. Центр пропонує організаціям і підприємствам схему розміщення у своїй базі даних замовлень на придбання та реалізацію продукції. Електронна база даних покликана сприяти пошуку торговельних партнерів як на українському, так і на міжнародному ринках. Центр організовує збирання, оброблення та систематизацію замовлень та їхнє розміщення в мережі Internet. Для підприємств поштовхом до розміщення замовлень у базі даних Центру є зниження витрат на рекламну діяльність та послуги торговельних посередників.

Велике значення в розвитку системи державного регулювання зовнішньої торгівлі країни може мати єдина загальнодержавна служба маркетингу з вивчення світового ринку і цін, комерційної політики й економіки зарубіжних країн. Слід зазначити, що наші східні сусіди ще в 1992 р. створили Російську асоціацію маркетингу, основним завданням якої було сприяння російським підприємствам і організаціям у створенні й використанні техніки сучасного маркетингу, вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду в цій галузі, а також підвищення професійного рівня фахівців, які безпосередньо займаються маркетинговою діяльністю. У своїй

діяльності ця організація співпрацювала з національними і міжнародними маркетинговими організаціями та асоціаціями, а також із провідними закордонними компаніями з метою обміну досвідом.

В організаційному плані маркетинг має три рівні – країна, регіон та підприємства. Зараз в Україні маркетинг розвивається, в основному, на рівні підприємств [6]. У системі державного управління маркетингову діяльність веде Міністерство економіки України, зокрема Департамент зовнішньоекономічної діяльності, що здійснює аналітику у сфері зовнішньої торгівлі. Також маркетинговою діяльністю займається Торговельно-промислова палата, яка реалізує свої відносини з підприємствами на основі договорів. Тим часом маркетингова діяльність вимагає більших зусиль і витрат щодо її організації та концентрації цієї роботи в одному територіальному спеціалізованому органі. При цьому всі рівні й канали маркетингової діяльності повинні бути взаємопов'язані.

Створення єдиних територіальних органів з маркетингу на державному та регіональному рівнях є об'єктивною необхідністю. Їхнім цільовим завданням є вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків на основі створення єдиного банку даних та автоматизованих систем комерційної інформації. Головне завдання організацій і служб маркетингу – це координація діяльності всіх локальних і територіальних органів, вивчення ринків та оперування комерційною інформацією, організація реклами продукції підприємств, виконання посередницьких функцій між загальнодержавною (або регіональною) організацією маркетингу та відповідними службами підприємств-експортерів.

У міру трансформації системи державного управління змінюється зміст і співвідношення функцій інституційної структури зовнішньої торгівлі: інститутів державного регулювання, управління та втручання. Інституційний механізм, що формується нині, з одного боку, зміцнює централізоване управління, створюючи вузьку систему інститутів державного регулювання зовнішньої торгівлі за вертикаллю, з іншого – створює передумови для переходу до децентралізованої системи державного регулювання на основі розширення правового поля дії ринкових інститутів саморегулювання [5].

Інституційна структура зовнішньої торгівлі розробляє форми і методи державного регулювання, втручання та впливу на соціально-економічну систему країни в цілому, а також на суб'єктів господарювання шляхом розроблення та реалізації зовнішньоторговельної політики з метою забезпечення збалансованості на ринку. Функціонування і розвиток держави, як і будь-якої іншої організаційної структури, пов'язане з *транзакційними витратами*. Ці витрати то вищі, що більшою мірою шляхом транзакцій держава виступає як гарант виконання умов контракту. Наскільки активна роль держави в реалізації цих функцій, настільки складна відповідна внутрішня структура, більше інформації, що циркулює, і працівників апарату органів державного управління.

Крім того, зростають витрати на моніторинг і запобігання державою опортуністичній поведінці своїх представників – бюрократів [5]. У цілому, вся сукупність державних інститутів на практиці часто обмежує галузеві структури. Інститути державного регулювання створюють додаткові бар'єри для виходу фірм

на зовнішній ринок, збільшуючи монопольну владу дійових торговельних організацій, стримують розвиток країни.

Д. Уолліс і Д. Норт запропонували використовувати поняття трансакційного попиту для розмежування трансакційних витрат на макрорівні [7]. Вони включили до цього сектора гуртову та роздрібну торгівлю, страхування, банківський сектор, операції з нерухомістю, витрати держави на судову і правоохоронну діяльність (державний трансакційний сектор). Зазначимо, що, попри проведені в Україні державно-управлінські та економічні реформи, які було спрямовано на зниження надто високих трансакційних витрат, все ж таки державний трансакційний сектор в країні залишається дуже громіздким. З одного боку, зростають трансакційні витрати, пов'язані з обслуговуванням державних установ, банківської і страхової системи, підприємств державної власності, що призводить до збільшення частки державного трансакційного сектора. З іншого – витрати цього сектора в регіонах країни розвиваються випереджальними темпами за рахунок передання низки повноважень центральної влади до місцевої. Слід зазначити, що ступінь втручання держави в економіку країни можливо визначити, розглянувши структуру державного бюджету: що вище частка неподаткових доходів державного бюджету, тим активніше втручання держави в економічні процеси.

Подальший розвиток державно-управлінських та економічних реформ в Україні повинно бути пов'язано зі зниженням частки державного трансакційного сектора в економіці, що дозволить звільнити бюджетні кошти для стимулювання економіки різних галузей. Зокрема, у сфері зовнішньої торгівлі необхідно мінімізувати: по-перше, частку державного трансакційного сектора у процесі регулювання зовнішньоторговельної діяльності; по-друге, трансакційні витрати підприємств – учасників зовнішньоторговельної діяльності.

Структурні перетворення в економіці країни “вимагають” підвищення системності та ефективності інституційного забезпечення, зокрема зовнішньоторговельної діяльності, що безпосередньо зачіпає механізми, форми та методи державного управління. Процес цей розгортається складно, різноманітно і з масою суперечностей. Практика сьогодення показує, що далеко не всі центральні та регіональні органи державного управління, як і не всі сфери і галузі економіки країни, у змозі активно включитися в нові державно-управлінські відносини, перебувати, зокрема, на тому високому рівні, якого вимагає зовнішньоекономічна діяльність – конкурентоспроможність, стійкість, світові стандарти та інші відповідні параметри. Для ефективного розвитку зовнішньоторговельної діяльності необхідні створення та розвиток інфраструктури функціонування сучасних ринкових елементів та інститутів, що забезпечують різними видами послуг інвестиційну, комерційну та інші види зовнішньоторговельної діяльності держави.

Література:

1. *Гончаров Ю. В.* Промислова політика України: проблеми і перспективи / Ю. В. Гончаров. – К. : Наук. думка, 1999. – 277 с.
2. *Кизим Н. А.* Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира / Н. А. Кизим, В. М. Горбатов. – Х. : ИД “Инжэк”, 2005. – 216 с.

3. *Кредісов А. І.* Управління зовнішньоекономічною діяльністю / А. І. Кредісов. – К. : Віра, 2000. – 448 с.
4. *Михасюк І. Р.* Державне регулювання економіки / І. Р. Михасюк. – Львів : Прапор, 2000. – 256 с.
5. *Олійник А.* Інституціональна економіка. Теорія держави / А. Олійник // Питання економіки. – 1999. – № 11. – С. 25–28.
6. *Онищенко В.* Сучасні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України / В. Онищенко // Економіка України. – 1996. – № 2 – С. 11–14.
7. *Wollis J.* Measuring the Transactional Sector in American Economy, 1870 – 1970 / J. Wollis, D. North // Long-term factors in American Economic Growth. The income and Wealth Series. Ed. by S. Engerman and R. Gallman. Chicago : University of Chicago Press, 1986. – V. 51.

Надійшла до редколегії 12.01.2010 р.