

ФОРМИ ТА МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Виділено основні методи та форми стимулювання експорту продукції підприємств та їх взаємозв'язок. Наголошено на необхідності застосування відповідних інструментів стимулювання з метою посилення експортних позицій. Проаналізовано вплив державного регулювання на зовнішньоекономічну діяльність та міжнародну торгівлю, виділено проблеми та недоліки існуючого механізму. Наголошено на необхідності застосування відповідних інструментів стимулювання з метою посилення позицій вітчизняних виробників.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, держава, конкурентоспроможність, підтримка, стимулювання, експортні кредити, форми, методи.

DZIUBA M. I.
Khmelnitskyi National University

FORMS AND METHODS OF STIMULATION OF EXPORT OPERATIONS IN ENTERPRISE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY ORGANIZATION

The article focuses on the theoretical information of the determination of such concept as export incentive and also is formed the universal determination of this concept. We pay attention to the basic methods and forms of encouragement of the export activity in Ukraine, their classification and differences. Underscored the importance of using incentive tools for strengthening the position of Ukrainian product on world markets. Studied the experience of public export policy of other countries. Analyzed the present condition of the export activity in Ukraine and determined the most important problems. We formulated recommendations that can improve the present condition of the export activity by using generally accepted methods and forms of the export incentive of the enterprises.

Keywords: foreign trade, exports, state, competitiveness, support, promotion, export credits, forms, methods.

Постановка проблеми. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності – це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни. Актуальною науковою задачею є дослідження проблем стимулювання експортних операцій підприємств і розробка відповідних заходів.

Аналіз останніх досліджень. Наукове дослідження проблеми стимулювання зовнішньоекономічної діяльності призвело до певних розбіжностей у визначенні поняття, видів, завдань та інструментів стимулювання експорту. Зазначеним питанням присвячено праці відомих науковців. Найбільш ґрунтовно ця проблема розглянута у працях таких вітчизняних вчених: Ф. Ф. Бутинця, С. Ф. Голова, Я.В.Белінської, М. В. Кужельного, Є. В. Мниха, М. С. Пушкаря, В. В. Сопка, Л.М. Римаревої, Е.О.Ковтуна та ін.

Зважаючи на те, що стимулювання експортної діяльності є одним із дієвих механізмів активізування зовнішньоекономічної діяльності, доцільно було б ознайомитися із трактуванням самого поняття “стимулювання”. Стимулювати, як вказується в словниках, означає “приводити в рух”.

Серед українських науковців над поняттям “стимулювання експорту” працювали І. Бураковський, В. Бабенко, А. Кредісов, Т. Непомняща, М. Скрипник, Ю. Макогон, А. Філіпенко, Ю. Захарій та ін.

Німецький науковець Р. Хенцлер вважав, що стимулювання експорту – це система засобів та заходів, спрямованих на допомогу експортним галузям щодо налагодження відносин із закордонними партнерами та реалізації більшої кількості експортних замовлень на іноземних ринках збуту.

Схожі визначення щодо стимулювання експорту пропонують швейцарський професор Д. Лефевр та В. Глаштеттер. Д. Лефевр під цим поняттям розуміє сукупність лише тих засобів та заходів держави, метою здійснення яких є фізичне і (або) вартісне підвищення експорту. А Глаштеттер вважає, що стимулювання експорту – це система усіх державних заходів, які сприятимуть зростанню фізичного та вартісного обсягу експорту за допомогою зниження експортної ціни та інших витрат [7].

У результаті тривалих досліджень проблеми стимулювання експорту були виокремлені дві моделі організування стимулювання експорту: французька і німецька. Причиною такого поділу є різне розуміння країнами ролі держави у цьому процесі. Узагальнивши проаналізовані дослідження учених можна навести таке визначення поняття “стимулювання експорту”: це сукупність інструментів та заходів переважно державного характеру, які внутрішньо спонукають до збільшення збуту вітчизняних товарів і послуг на іноземних ринках з метою підвищення життєвого рівня населення всередині країни [4].

Методи та заходи щодо стимулювання експорту приймаються як на державному рівні, так і в рамках регіональних утворень (в межах повноважень останніх). Тоді держава виступає в ролі кредитора та гаранта.

Існує широкий перелік форм та методів, що можуть застосовуватися у системі стимулювання експорту підприємств, та їх зв'язок з відповідними формами стимулювання (рис. 1).

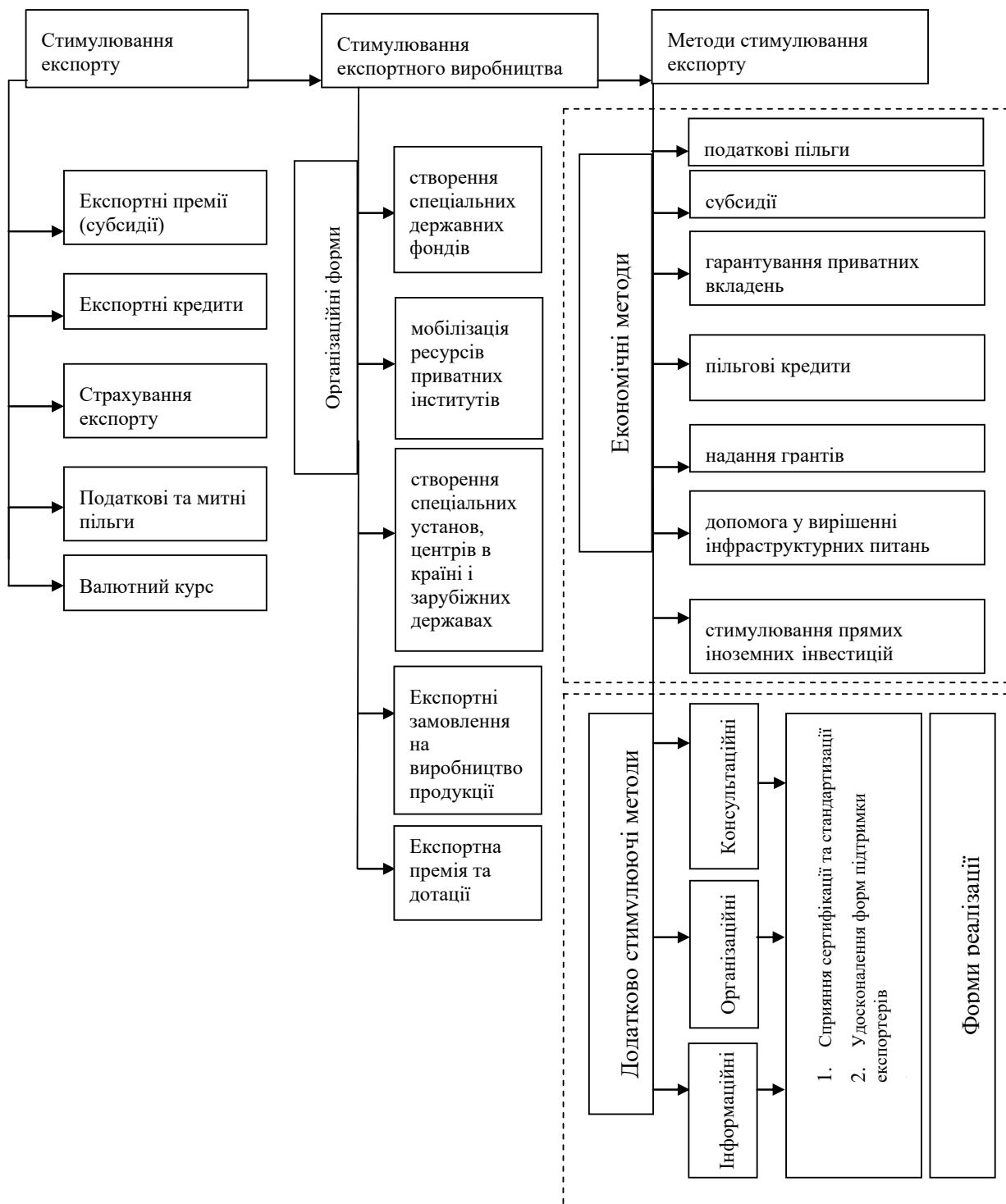


Рис. 1. Методи та форми стимулювання експорту

Світовий досвід показує, що стимулювання експорту відбувається двома основними шляхами: через формування сприятливого макроекономічного клімату і створення для виробників і експортерів необхідних стимулів до експорту [6].

В Україні економічні та додатково стимулюючі методи мають надзвичайно обмежений перелік застосування і в основному спрямовані на покращення показників діяльності експортера тільки на етапі реалізації продукції. Враховуючи наявність ряду нормативно-правових актів, що передбачають стимулювання експорту продукції підприємств, недосконалою є система експортного страхування та кредитування, особливо довгострокового. Для покращення ситуації у сфері вітчизняного експорту

необхідним є удосконалення форм і методів стимулювання на базі оцінювання експортного потенціалу, що дасть змогу вітчизняним експортерам формувати довгострокові стратегії розвитку експорту і підвищувати ефективність використання вітчизняного експортного потенціалу.

Багато країн серед форм стимулювання експорту продукції широко застосовують експортні замовлення на виробництво продукції, що забезпечує виробникам такої продукції гарантований збут виготовлених ними товарів на вигідних для них умовах.

Як свідчить світова практика, у разі одержання підприємством експортного замовлення, держава може взяти участь у експортному кредитному страхуванні в межах державних норм дотацій, а великі замовлення, що передбачають довгострокове фінансування з боку покупця чи його банку, забезпечуються покриттям кредитних ризиків та ризиків зміни курсу. Це стимулює експортера до активнішої діяльності на міжнародних ринках [6].

У деяких випадках держави з метою стимулювання експорту продукції можуть проводити політику стимулювання імпорту, що полягає у заохоченні ввезення в країну іноземних товарів, необхідних для ефективного функціонування експорту.

Перш за все, в Україні державну фінансову підтримку експорту необхідно направляти на технологічну його частину, але обсяги такої підтримки не визначені ні в державному бюджеті, ні в національній стратегії розвитку експорту. На фінансову підтримку експорту в розвинених країнах витрачається в середньому 0,35% ВВП, відповідно, доцільним вважається закласти в державному бюджеті саме такі обсяги державної підтримки та стимулювання експортно-орієнтованих галузей української економіки [5]. Система такої державної підтримки, на нашу думку, повинна включати різноманітні інструменти економічного впливу, а також заходи організаційного та інформаційного сприяння експортеру.

Але можемо зауважити, що прослідковується тенденція (схематично зображена на рис. 2), яка проявляється в практиці підтримки експортерів і являється однією з причин постійної участі держави в цьому процесі.



Рис. 2. Сприяння експорту як «замкнене коло»

Спочатку держава проводить політику стимулювання експорту в тій чи іншій формі (субсидії, експортні кредити). Ефект стимулювання досягається: відбувається збільшення поставок товару на зовнішні ринки. Однак, в певний момент міжнародний товарний ринок виявляється перенасичений, що відповідно, загострює конкурентну боротьбу між виробниками різних країн. Посилюється боротьба за споживача, створюючи додаткову необхідність зі сторони підприємства в державній підтримці його експортної діяльності. Таким чином, держава знову опиняється залученою на постійній основі в стимулюючу діяльність і такий процес перетворюється на «замкнене коло», тому що повторне сприяння ще більше посилює конкуренцію на зовнішньому ринку. Це означає, що такий механізм державного регулювання завжди буде мати великий вплив на зовнішньоекономічну діяльність та міжнародну торгівлю.

Тому пропонуємо стимулювати і підтримувати експортера не як сприяння в процесі реалізації продукції, що поступається світовим аналогам за якістю, а як інструмент, покликаний прискорити процес реалізації товарів і компенсувати підвищені витрати експортерів при виході на світовий ринок.

Проте, світова практика показує, що опора тільки на державні ресурси в сфері зовнішньої торгівлі високими технологіями, наукомісткими товарами і послугами є недостатньою. В умовах дефіциту державного бюджету і недостатньої зацікавленості підприємництва в реалізації інноваційних проектів на перший план мають вийти найважливіші напрями науки і виробництва. Успіх будь-якої економіки починається з пріоритетного, випереджаючого розвитку секторів господарства, які визначають конкурентоспроможність країни. Як інструмент такої політики доцільно використовувати спеціальні

економічні зони технологічного напрямку різних типів, які довели в усьому світі свою ефективність: інкубатори, технологічні парки, технополіси, регіони науки і технологій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати дослідження форм та методів стимулювання експорту продукції вітчизняних підприємств, наведені у цій роботі, будуть використані у подальших дослідженнях з метою удосконалення системи стимулювання експорту продукції, що, своєю чергою, дасть змогу підвищити рівень залучення національних виробників та активніше використовувати їх експортний потенціал.

Література

1. Белінська Я.В. Державна підтримка експорту: зарубіжний досвід та уроки для України / Я.В. Белінська // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 3. – С. 120–131.
2. Дем'янченко А.Г. Оцінка ефективності організаційної структури експортної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / А.Г. Дем'янченко. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc...1/3.4.pdf.
3. Державне регулювання економіки / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залова ; за ред. І.Р. Михасюка ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К., 2005. – 592 с.
4. Ковтун Е. О. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві [Електронний ресурс] / Е. О. Ковтун, В. О. Зубар, О. М. Шкарапута. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/77855.doc.htm.
5. Курищук В. Державна фінансова підтримка експортної діяльності в Україні / В. Курищук // Економіст. – 2009. – № 6. – С. 39–41.
6. Римарева Л.М. Державна підтримка експортної діяльності в зарубіжних країнах та в Україні [Електронний ресурс] / Л.М. Римарева, А.В. Лукач, Н.М. Путь. – Режим доступу : <http://intkonf.org/gimareva-lmlukach-av-put-nm-derzhavna-pidtrimka-eksportnoyi-diyalnostiv-zaubizhnih-krayinah-ta-v-ukrayini/>
7. Hoppen, Dieter: Vertriebsmanagement Steuerung der Firmenkungeschaefte im Inland und im Export: Lehrbuch und nachschlagewerk; mit Tabellen / von Dieter Hoppen. – Muenchen, Wien: Oldenbourg. – 1999. – S. 312. (Managementwissen fuer Studium und Praxis).

Надійшла 05.11.2016; рецензент: д. е. н. Васильківський Д. М.