

УДК 339.922

С. О. Тульчинська,
 д. е. н., професор, професор кафедри економіки та підприємництва,
 НТУУ "КПІ імені Ігоря Сікорського", м. Київ
 С. О. Кириченко,
 к. е. н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
 НТУУ "КПІ імені Ігоря Сікорського", м. Київ
 А. В. Бут,
 магістр факультету менеджменту та маркетингу,
 НТУУ "КПІ імені Ігоря Сікорського", м. Київ

ЗАХОДИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

S. Tylchynska,
 Doctor of Sciences (Economics), Professor, professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, NTUU "KPI named after Igor Sikorsky", Kyiv
 S. Kyrychenko,
 Ph.D., associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, NTUU "KPI named after Igor Sikorsky", Kyiv
 A. But,
 master 1 years of study, NTUU "KPI named after Igor Sikorsky", Kyiv

MEASURES TO OVERCOME PROBLEMS OF NATIONAL ENTERPRISES IN THE IMPLEMENTATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

У статті розглядаються можливості розвитку національних підприємств у напрямі зовнішньоекономічної діяльності. Окреслено основні причин виходу національних підприємств на зовнішні ринки та методи виходу підприємств на іноземні ринки. Висвітлено низку процедур необхідних для функціонування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Доведено необхідність розроблення стратегії розвитку національного підприємства на зовнішніх ринках, що дозволяє адекватно оцінювати потенціал підприємства, а також у майбутньому забезпечити стабільну перевагу над конкурентами. На основі виявлених проблем національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та налагодження експортоорієнтованості виробництва запропоновано заходи щодо їх подолання. Запропоновано заходи подолання проблем національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності на рівні протекціоністських заходів з боку держави, які дозволять забезпечити належну конкурентоспроможність національних підприємств, а також на рівні самих підприємств.

In the article examined opportunities for development of national enterprises in the direction of foreign economic activity. The main reasons for emergence of national enterprises to foreign markets and methods of entering foreign markets for enterprises are defined. A number of procedures required for functioning of subjects of foreign economic activity are covered. The need to design a strategy of the development of the national enterprise on foreign markets is proved which allow to assess adequately the potential of the enterprise, and provide a stable advantage over competitors in the future. Based on the identified problems of national enterprises in the implementation of foreign economic activities and the establishment of export-oriented production, the measures to overcome them are suggested. Measures for overcoming the problems of national enterprises in the implementation of foreign economic activity at the level of protectionist measures from the government side are suggested, this will allow to ensure proper competitiveness of national enterprises, as well as at the level of enterprises themselves.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, зовнішні ринки, стратегія зовнішньоекономічної діяльності, заходи.

Key words: foreign economic activity, enterprise, foreign markets, strategy of foreign economic activity, events.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні глобалізаційні процеси у світі здійснюють вирішальний вплив на розвиток підприємництва та світової економічної си-

стеми, внаслідок чого відбувається уніфікація діяльності традиційних суб'єктів господарювання, підвищення продуктивності праці, лібералізація міждержавних відно-

син, що веде до спрощення обміну результатами наукових досліджень та активізації інноваційної діяльності, на фоні загальних інтеграційних процесів. Отже, необхідною складовою кожного підприємства метою якого є розвиток зовнішньоекономічних зв'язків є чітка стратегія виходу на зовнішні ринки в умовах світових інтеграційних процесів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню проблем національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності приділялася увага в роботах В. Бойка, П. Гайдуцького, В. Гейця, С. Дем'яненка, А. Кандиби, В. Топіхи, А. Кредісова, С. Кваші, А. Мокія, П. Саблука, М. Парсяка, С. Соколенка, А. Черчик та ін. Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, недостатньо уваги приділено пошуку шляхів подолання проблем, що полягають у площині недосконалості інституціональних перетворень.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є на основі виявлення проблем національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності розробити заходи щодо їх подолання на рівні протекціоністських заходів з боку держави, які дозволять забезпечити належну конкурентоспроможність національних підприємств, а також на рівні самих підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Зовнішньоекономічна діяльність передбачає можливість отримання підприємцем певних економічних вигод завдяки перевагам міжнародного поділу праці, міжнародним діловим відносинам тощо. В першу чергу, це обумовлюється національними особливостями як і законодавчими, так і особливостями в структурі споживчого попиту, оскільки збут окремих видів товарів на міжнародному ринку дозволяє отримати більший прибуток, аніж всередині країни.

Варто зазначити, що європейський вектор розвитку України, відкриває перед вітчизняними підприємцями нові можливості для розвитку у напрямку зовнішньоекономічної діяльності. Кабінетом Міністрів України було розроблено ряд наказів на базі Угоди про Асо-

ціацію між Україною та ЄС [5], які регламентують правила та процедури у сфері зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарської діяльності, визначають перелік необхідних заходів організаційного, фінансового, правового та інституційного характеру задля уніфікації європейських та національних правових норм.

Іншим визначальним фактором розвитку українських підприємств орієнтованих на західні ринки є ратифікація угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС, яка вступила у дію 1 січня 2016 року. Ця угода передбачає не лише лібералізацію торговельних відносин, а й лібералізацію руху робочої сили й капіталу, що полягає в комплексному реформуванні національних правових норм задля їх апроксимації відповідно до існуючих стандартів ЄС у сфері торгівлі.

Своєрідною новацією для вітчизняних підприємців стане введення спеціального митного сертифікату EUR.1 [3], який дозволяє отримати українським товарам в Європі отримати статус товару преференційного походження, що в подальшому дозволить підприємствам користуватися перевагами преференційної торгівлі на території Європейського Союзу. Варто також зазначити, що українські підприємці мають можливість отримати спеціальний статус уповноваженого економічного оператора для спрощення митних процедур, який засвідчуватиме їх надійність та безпеку, і разом з тим надаватиме можливість самостійно здійснювати усі процедури митного оформлення.

Загалом, підписання вищезгаданих угод дозволяє українським підприємцям збільшити свої шанси на успіх в процесі входження на західні ринки, утім національне законодавство все ще потребує реформування, а саме адаптації до європейських вимог та стандартів.

До головних причин виходу національних підприємств на зовнішні ринки можна віднести:

- політична та соціальна нестабільність у країні, що виявляється у зниженні темпів економічного зростання та погіршення інвестиційного клімату;
- отримання прибутку у іноземній валюті, за умови нестабільності національної грошової одиниці;
- підвищення рівня економічної незалежності підприємства;

— можливість впровадження інновацій та вдосконалення рівня технологічної оснащеності підприємства;

— недосконалість вітчизняної правової системи регулювання діяльності господарських суб'єктів;

— мінімізація витрат, за рахунок дешевших товарів на іноземних ринках;

— особливості структури національного ринку, чиї негативні прояви стимулюють вивід капіталу з-за кордон;

— недобросовісна конкуренція на існуючому ринку товарів та послуг.

Структура діяльності будь-якого підприємства із зовнішньоекономічними зв'язками передбачає певний метод виходу на іноземні ринки. Першим є прямий метод, який полягає у встановленні прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, таким чином, що поставка товару здійснюється безпосередньо кінцевому споживачу, а процес закупівлі відбувається у самого виробника на підставі договору закупівлі-продажу. Існує також і непрямий метод, у такому випадку купівля та продаж товару здійснюється через укладання торгівельного договору з посередником, що покладання на останнього визначених зобов'язань пов'язаних з реалізацією товару продавця [1, с. 74].

Організація виходу підприємства на іноземні ринки є процесом складним, потребуючим аналізу кон'юнктури ринку, споживчого попиту, встановлення контактів з потенційними покупцями й продавцями, проведення переговорів та підписання відповідних угод. Окрім вищезгаданих умов, необхідна також сформована ефективна структура організації управління виробничими ресурсами підприємства.

Задля легального функціонування суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності необхідно забезпечити виконання низки процедур:

— отримання необхідних ліцензій на певний вид зовнішньоекономічної діяльності;

— відкриття власного банківського рахунку;

— дотримання встановлених законом митних процедур;

— укладання відповідних контрактів з іноземними компаніями для здійснення певного виду діяльності, а також на право отримання та проведення операцій з іноземною валютою [2].

Існує дві моделі зовнішньоекономічної діяльності підприємства: зовнішньоторго-

вельна та виробничо-інвестиційна. Перша передбачає здійснення торгівельної діяльності, на основі комплексу імпортних та експортних операцій. Виробничо-інвестиційна модель передбачає виконання певних інноваційних програм та науково-технічних на основі виробничої кооперації підприємств, а також залучення грошових ресурсів в іноземні проекти з метою отримання фінансової вигоди.

Однак для використання повного ресурсного та виробничого потенціалу підприємства, отримання стабільно високого прибутку на міжнародному рівні, необхідною умовою є чітко продумана та поступово втілена у життя стратегія розвитку підприємства на зовнішніх ринках. Побудова таких стратегій дозволяє адекватно оцінювати потенціал підприємства, а також у майбутньому забезпечити стабільну перевагу над конкурентами. Метою стратегії діяльності підприємства на зовнішніх ринках є не просто вибір способу діяльності та його реалізація, а й адаптація структури виробничого процесу та способу ведення підприємницької діяльності відповідно до зовнішнього оточення. Слід також зазначити, що стратегія як певний тактичний план дій підприємства не створюється один раз і назавжди. Цей документ потребує постійних змін та коригування як реакція на важливі зміни в економічній системі.

Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства потребує комплексного дослідження усіх економічних показників підприємства. Найперше необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, тобто провести загальну оцінку поведінки споживачів, постачальників конкурентів, та пропонованих ними товарів, це дозволить виявити їх життєвий цикл та варіанти їх заміни. Оцінка споживачів та постачальників має на меті визначення рівня цін у галузі та якості пропонованої сировини. Іншим важливим аспектом побудови стратегії підприємства є проведення фінансово-економічного аналізу, SWOT-аналізу та побудови збалансованої системи показників на основі даних отриманих на підприємстві, комплекс цих дій дозволить адекватно оцінити наявний потенціал та можливості підприємства. Для визначення найбільш привабливіших ринків для здійснення зовнішньоекономічної діяльності доцільно використовувати матричний аналіз.

— Найбільшого розповсюдження набуло використання таких матриць:

— 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 [1].

При проведенні вищезгаданих досліджень вибудовується система альтернативних рішень та вірогідностей для досягнення поставленої мети.

Основою побудови довгострокових стратегій вітчизняними підприємствами є високий експортно-імпортний потенціал країни. Однак, на сьогодні ми змушені констатувати, що Україна потребує важливих реформ у сфері торгівельної політики. Відповідно до даних Державної служби статистики обсяг експорту у 2016 році склав 36362,8 млн дол. США, у той час як імпорт — 39248,6 млн дол. США. У порівнянні з 2015 роком спостерігається вкрай негативна динаміка, за 2016 рік сальдо зовнішньоторговельного балансу склало -2885,8 млн дол. США, у 2015 році — 610,7 млн дол. США, таким чином експорт товарів у відсотковому відношенні до 2015 року скоротився на 4,2 % [4]. Представлені дані свідчать про переважання іноземних товарів на українському ринку, а також низький рівень активності вітчизняних підприємств у бік виходу на закордонні ринки.

Наведені показники доводять наявність проблем експортоорієнтованості виробництва та недосконалості державного регулювання у цій сфері, до них можна віднести:

— високий рівень податкової навантаженості;

— нестабільність національної грошової одиниці;

— наявність цінових асиметрій у вітчизняному народногосподарському комплексі, внаслідок різкої зміни геополітичного вектору розвитку держави;

— наявність бар'єрів для входу в ринок;

— низька конкурентоспроможність продукції;

— високий ступінь зношеності основних фондів.

Задля вирішення поточних проблем підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності пропонуємо ряд протекціоністських заходів з боку держави, які дозволять забез-

печити належну конкурентоспроможність національних підприємств:

— застосування методів нетарифного регулювання для захисту внутрішнього ринку товарів та послуг;

— заохочення розвитку виробництва високотехнологічної продукції та наукомістких галузей;

— державна підтримка підприємств, шляхом надання ліцензій, патентів та субсидій на виробництво сучасної технологічної продукції;

— проведення протекціоністських заходів щодо вітчизняних експортерів для мінімізації фінансових та політичних ризиків;

— створення державних програм страхування експортних кредитів.

Вжиття заходів щодо поліпшення умов ведення зовнішньоекономічної діяльності та зростання показників експорту товарів та послуг закордон необхідне також й на мікрорівні. Пропонуємо ряд важливих заходів на рівні підприємств:

— стимулювання розвитку підприємств переробної промисловості, науко- та капіталомістких виробництв на основі інноваційних технологій;

— запровадження нових стандартів якості для підвищення конкурентоспроможності продукції українського експорту;

— створення сприятливої атмосфери для діяльності транснаціональних компаній на території України у найбільш важливих для держави напрямках;

— побудова нових економічних зв'язків з іншими країнами світу, на основі кооперації та обміну результатами наукової діяльності;

— формування тісних економічних відносин з підприємствами Європейського Союзу, завдяки отриманню вітчизняними підприємствами преференційного режиму на території ЄС.

ВИСНОВКИ

Отже, на основі проведеного аналізу виявлено основні проблеми національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягають у площині недосконалості інституціональних перетворень, які відбуваються на сучасному етапі економічного розвитку країни та нестабільності економічної ситуації. Це дало можливість запропонувати заходи щодо їх подолання на рівні протекціоністських заходів з боку держави, які дозволять забезпечити належну конкурентоспроможність національних підприємств, а також на рівні самих підприємств.

Подальшого дослідження вимагає розроблення стратегічних заходів національних підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Література:

1. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. пос. / Круш П.В., Тульчинська С.О., Тульчинський Р.В. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 206 с.

2. Зовнішньоекономічна діяльність: підручник / Новак В.О., Мостенська Т.Л., Гуріна Г.С., Ільєнко О.В. — К.: Кондор, 2012. — 552 с.

3. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження Порядку заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення товару EUR.1 відповідно до Угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ" № 652 від 29.05.2014 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0644-14>

4. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України у 2016 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони № 1678-VII від 16.09.2014 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011

6. Черчик Л. Основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України / Л. Черчик // Економічний часопис. — Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. — 2015. — № 2. — С. 21—26.

References:

1. Krush, P. V. Tul'chyn's'ka, S. O. and Tul'chyn's'kij, R. V. (2008), Vnutrishnij ekonomichnyj mekhanizm pidpriemstva [Internal economic mechanism of enterprise], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

2. Novak, V. O. Mostens'ka, T. L. Hurina, H. S. and Il'ienko, O. V. (2012), Zovnishn'oekonomichna diial'nist' [Foreign economic activity], Kondor, Kyiv, Ukraine.

3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2014), Order of Ministry of finance of Ukraine "About claim of Order of filling and delivery of certificate a custom on transportation of commodity of EUR.1 in accordance with Agreement about free trade between Ukraine and states of EFTA", available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0644-14>

(Accessed 23 November 2017).

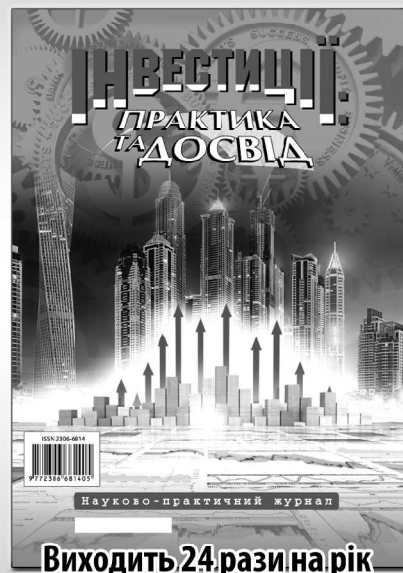
4. Government service of statistics of Ukraine (2017), "Volumes of export-import of commodities are after the regions of Ukraine in 2016", available at: <http://ukrstat.gov.ua> (Accessed 23 November 2017).

5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), An agreement is about association "An agreement is about Association between Ukraine, from one side, and by European Union, European concord from a nuclear-power and their states-members, from other side", available at: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011 (Accessed 23 November 2017).

6. Cherchyk, L. (2015), "The Main Problems of Ukraine International Business", Ekonomichnyj chasopys Skhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky, vol. 2, pp. 21—26.

Стаття надійшла до редакції 03.12.2017 р.

ІНВЕСТИЦІЇ.
ПРАКТИКА
ТА ДОСВІД
www.investplan.com.ua



Передплатний індекс: 23892

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ