

УДК 338.18.78.

Зосимова Ж. С.

к.е.н., ст. викладач

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ПРОБЛЕМИ ТА УМОВИ ПОКРАЩЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуті головні проблеми зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств та запропоновані заходи, щодо стабілізації стану на підприємствах. Запропоновано рекомендації щодо впровадження успішної державної стратегії для вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: підприємство, зовнішньоекономічна діяльність підприємства, стан, проблеми, стабілізація.

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) пов'язана з проведенням різними господарськими суб'єктами ділових операцій на закордонних ринках. 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.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Оцінки економічної ефективності ЗЕД підприємства висвітлені в роботах зарубіжних та вітчизняних науковців. Проблемами ефективності ЗЕД займаються такі вчені, як Миролюбова Т. В. [1]., Яковлєв А. І. [2]., Дем'яненко А. Г. [3] та інші.

Мета статі – розгляд зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, а також проблеми та умови покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) пов'язаний із застосуванням загальних ідей і концепцій менеджменту у всіх формах зовнішньоекономічної діяльності (експорті й імпорті товарів і послуг, лізингових операціях, прямому інвестуванні і т. д.).

Звернімо увагу на такі три ключові моменти. По-перше, менеджмент ЗЕД є визначеним процесом, що, насамперед, включає вивчення і проектування елементів міжнародного середовища: закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв та ін. У цій частині акцент робиться не тільки на аналіз та оцінку майбутніх міжнародних операцій, але і на проектування взаємовідносин з урахуванням визначених процедур.

Цей елемент менеджменту становить майже половину чинників успіху в міжнародному бізнесі. По-друге, необхідно домагатися ефективної взаємодії не тільки між працівниками зовнішньоекономічних підрозділів, але і між усіма службами підприємства, що і визначає успіх на міжнародних ринках. По-третє, потрібно наголосити на продуктивному досягненні всією організацією обраних зовнішньоекономічних цілей. Це значить, що критерієм якості менеджменту ЗЕД є не тільки успіх сам по собі (досягнення цілей), але і ціна цього успіху (витрати ресурсів, продуктивність).

Менеджмент ЗЕД має свої специфічні риси, що обумовлено особливостями об'єкта управління, частково тим, що [2, 4]: – керована господарська діяльність підприємства здійснюється в іншій (зовнішній) сфері і на іншому (міжнародному) рівні; – охоплює більш широкий територіальний простір; – в світових господарських зв'язках приймає участь більша кількість господарських суб'єктів, що функціонують в різних політичних, економічних, правових і культурних умовах і таких, що мають своє уявлення про цінності; – в ролі суб'єктів ЗЕД виступають не тільки підприємства і виробничо-господарські комплекси, але й держави зі своєю зовнішньоекономічною політикою, зі своєю стратегією в сфері ЗЕД, своєю сукупністю інструментів впливу на цю сферу; – в міжнародній сфері широко

використовуються міждержавні інструменти і засоби впливу на зовнішньоторгові та інші відносини господарських суб'єктів.

Все це і виявляє той факт, що менеджмент ЗЕД – відносно самостійна частина загального (внутрішнього) управління підприємством. Він має свою специфічну мету, завдання і функції, свої закономірності, правила і норми, котрі треба знати і враховувати в практичній діяльності з управління ЗЕД.

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.

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.

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 пропонованих 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 [4].

Після проведення аналізу економічної діяльності підприємства складається список стратегічних альтернатив, тобто система стратегій 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].

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.

Список використаної літератури

1. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Автореф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>
2. Луценко В. О. Розробка заходів підвищення ефективності експортних операцій промислового підприємства. Автореф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uran.donetsk.ua/~masters/2002/fem/lutsenko/diss.htm>.

3. Паска І. М. Організація і економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 “Економіка сільського господарства і АПК” / І. М. Паска. – Миколаїв, 2000. – 21 с.
4. Покровская В. В. Международные коммерческие операции и их регламентация. Внешнеторговый практикум. – М.: Инфра-М, 1996. – 346 с.

ЗОСИМОВА Ж. С. ПРОБЛЕМЫ И УСЛОВИЯ УЛУЧШЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены основные проблемы внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий и предложены мероприятия по стабилизации положения на предприятиях. Предложены рекомендации по внедрению успешной государственной стратегии для улучшения внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: предприятие, внешнеэкономическая деятельность предприятия, состояние, проблемы, стабилизация.

ZOSIMOVA J. S. CHALLENGES AND CONDITIONS OF IMPROVING FOREIGN NATIONAL ENTERPRISES

The article discussed the main problems of domestic foreign trade enterprises and proposed measures to stabilize the situation in the workplace. The recommendations for impletion of successful national strategy to boost foreign trade.

Keywords: enterprise, foreign enterprise, problems, stabilization.