

УДК 330.65.339.5.339.9

Ланін О.В.,

к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності, Одеський національний політехнічний університет, м.Одеса

Горицька К.М.,

студентка, Одеський національний політехнічний університет, м.Одеса

Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості

Lapin O.V.,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Department of management of foreign trade and innovation, Odessa National Polytechnic University, Odessa

Gorizkaya K.M.,

student, Odessa National Polytechnic University, Odessa

Ways to improve the export potential of the food industry

У даній статті висвітлено основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності та запропоновані можливі шляхи покращення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості, дана загальна характеристика зовнішньоекономічної діяльності в Україні і визначена її роль у діяльності підприємств. Запропоновані заходи що до підвищення ефективності ЗЕД, яка має значний вплив на діяльність підприємства в цілому. Сформовані правила, зроблені висновки та надані рекомендації яких слід дотримуватись для забезпечення прибутковості діяльності підприємства.

This article highlights the key issues and foreign trade and suggested possible ways to improve the export potential of the food industry, the general characteristic of foreign trade in Ukraine and defined its role in the activity. Proposed measures towards improving the efficiency of foreign economic activity, which has a significant impact on the activities of the company as a whole. The prevailing rules, conclusions and recommendations to be followed to ensure the profitability of the company.

Ключові слова: *зовнішньоекономічна діяльність, удосконалення, експортний потенціал, харчова промисловість, розвиток, експортна діяльність, діяльність підприємства, ефективність.*

Key words: *foreign trade, improvement, export potential, food industry, development, export activities, , activities of the company, efficiency.*

Постановка проблеми. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання є одним з пріоритетних напрямів, оскільки саме експорт й імпорт продукції дозволяє їм вийти на якісно новий рівень функціонування та підвищити ефективність своєї діяльності.

Таким чином, особливого значення набуває розвиток експортного потенціалу сфери харчової промисловості, який є комплексним фактором ефективності діяльності підприємства. Розвиток експортного потенціалу відіграє стратегічну роль у вдосконаленні діяльності підприємств і стає інструментом активізації наявних і потенційних конкурентних переваг суб'єктів мікроекономіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі існують і різні підходи до дослідження організаційно-економічних інструментів розширення

зовнішньоекономічних можливостей на рівні підприємств. Дані розробки представлені в працях таких дослідників, як Юхименко П.І., Передрій О.С., Рокоча В.В., Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, В.В. Ковалевський та інші.

Незважаючи на велику кількість публікацій щодо даної теми, деякі аспекти недостатньо вивчені, неопрацьовані повною мірою, особливо, що стосується розробки шляхів покращення зовнішньоекономічної діяльності харчових підприємств. Актуальність викладених аспектів обумовила вибір теми дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є узагальнення теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо формування заходів з покращення експортного потенціалу харчових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація економічної діяльності є однією з головних тенденцій у розвитку сучасного світу, яка істотно впливає не лише на економічне життя, але й має політичні (внутрішні та міжнародні), соціальні і навіть культурно-цивілізаційні наслідки. Ці наслідки все більше відчують на собі практично всі країни і серед них, звичайно, Україна, яка цілком усвідомлено, активно і цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції в міжнародну економіку.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств – це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є складовою загальної діяльності, а отже, взаємопов'язаною з нею і спільно вмотивованою підприємства; водночас зовнішньоекономічна діяльність має суттєву специфіку, яка полягає у тому, що здійснюється на іншому, міжнародному, рівні, у взаємозв'язку з суб'єктами господарювання інших країн.

Основні мотиви розвитку ЗЕД:

- 1) розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою збільшення прибутку;
- 2) закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання;
- 3) залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва, з урахуванням їх унікальності, вищої якості і нижчих цін порівняно з внутрішнім ринком;
- 4) залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках;
- 5) участь у міжнародному поділі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки.

Очевидним є той факт, що зовнішньоекономічна діяльність кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально за сучасних умов, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства.

Зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку перспективних напрямів експортного потенціалу; саме за рахунок зовнішньоекономічної діяльності наша країна вирішує проблему нестачі енергоносіїв, новітніх машин та устаткування, технологій, деяких товарів народного споживання [4].

Експортний потенціал – потенційна спроможність і можливість країни експортувати наявні та нарощувати експорт нових виробів, ресурсів і послуг [3].

Експортний потенціал держави визначається обсягами товарів і послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною вигодою для країни.

Політика в галузі експорту спрямована на регулювання експортних потоків. До експортних бар'єрів відносять експортне мито - податок, який накладається на кожен одиницю товару, яка вивозиться за кордон. Цим держава стримує вивіз з країни тих

товарів, на які незадоволений попит серед власних споживачів, або вивіз їх з певних причин є небажаним. Сюди відносять експортні квоти, які встановлюються для забезпечення вітчизняних споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами, для запобігання виснаженню природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обмеження поставок на закордонні ринки. Є і інші чинники, які певною мірою стримують розвиток українського експорту зокрема:

- негативні тенденції зростання в експорті частки сировинних товарів;
- значно ускладнений вихід на світові ринки українських підприємств внаслідок протекціоністських заходів з боку низки країн світу щодо захисту власних ринків;
- недостатній розвиток системи сертифікації та контролю якості експортної продукції в умовах зростання на світових ринках вимог не тільки до науково-технічних параметрів, а й до споживчих та екологічних характеристик продукції;
- відсутність досвіду та спеціальних знань щодо виходу на світові ринки у більшості вітчизняних підприємств, низький рівень маркетингової діяльності, нескоординованість дій;
- критично недостатнє інвестування в перспективні експортноорієнтовані проекти за рахунок внутрішніх і зовнішніх ресурсів;
- обмежені можливості використання іноземних інвестицій та кредитів для розвитку українського експорту внаслідок низького міжнародного рейтингу надійності України.

Крім вищезазначеного, на розвиток експортного потенціалу України впливають такі чинники:

- низька ефективність виробництва;
- висока енерго- та матеріаломісткість продукції;
- високий рівень спрацьованості основних виробничих фондів;
- у більшості галузей національного господарства ще відстала технологічна база [2].

Економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) виявляється в такому:

1) це важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни (національний аспект ЗЕД);

2) це спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації (регіональний і глобальний аспект ЗЕД) [1, с. 43].

Об'єктивною необхідністю подальшого розвитку економіки країни є заходи, які спрямовані 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.

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[5, с. 156].

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.

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 повноцінного входження України до світового господарства потрібна не безконтрольна лібералізація зовнішньої торгівлі, як це було в попередні роки, а регульований з боку держави процес відкриття вітчизняного ринку, доповнений Цілеспрямованою політикою захисту вітчизняних виробників і споживачів та наближення до світових норм і стандартів. Ключове завдання зовнішньоекономічної стратегії – забезпечення відповідно до світових стандартів та критеріїв оптимальних параметрів відкритості української економіки, дотримання яких сприятиме економічній безпеці держави, забезпечуватиме тісніше поєднання внутрішньої та зовнішньої економічної політики [6, с.86].

Інтеграція України у світові економічні структури потребує певного часу і відбуватиметься в міру формування внутрішніх і зовнішніх передумов. Основними з них є:

- розвиток власних галузей, що мають конкурентні переваги у світовій економіці;
- створення могутнього внутрішнього ринку — основи для завоювання міжнародних ринків і закріплення на них;
- забезпечення фінансової стабільності, розвитку підприємництва та сприятливого інвестиційного клімату;
- досягнення повної конвертованості національної грошової одиниці;
- постійна гармонізація національного зовнішньоекономічного законодавства з вимогами і нормами СОТ.

Найбільш прийнятною для України є експортно орієнтована модель економічного розвитку. При цьому виникають певні проблеми: труднощі з проникненням на ринки розвинутих країн; сировинна орієнтація експорту може вести до занепаду обробної промисловості та машинобудування; внутрішнє економічне зростання залежатиме від кон'юнктури міжнародних ринків. Тому втілення експортно орієнтованої стратегії має відбуватися паралельно з реалізацією політики імпортозаміщення.

Реалізація такої моделі повинна спиратися на комплексну і динамічну державну зовнішньоекономічну політику, основними елементами якої мають бути:

- інтеграція економіки в європейські та світові економічні об'єднання;
- створення могутнього експортного сектору;
- залучення іноземних інвестицій;
- здійснення закордонної підприємницької діяльності;
- гнучка податкова, цінова, кредитна, фінансова та валютна політика, що стимулюватиме диверсифікацію експортно-імпортних відносин;

- формування розгалуженої зовнішньоекономічної інфраструктури;
- кадрове забезпечення ЗЕД.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності – розробка заходів щодо розширення зовнішніх ринків збуту, підвищення ефективності зовнішньоекономічних зв'язків підприємства.

Для того щоб товари могли задовольняти будь яку потребу, їх потрібно доставити туди, де вони необхідні і де вони можуть бути використані в потрібний час і в потрібній кількості. У цьому і полягає задача відділу, що займається збутом продукції.

Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності потрібні наступні заходи (рисунок 1).

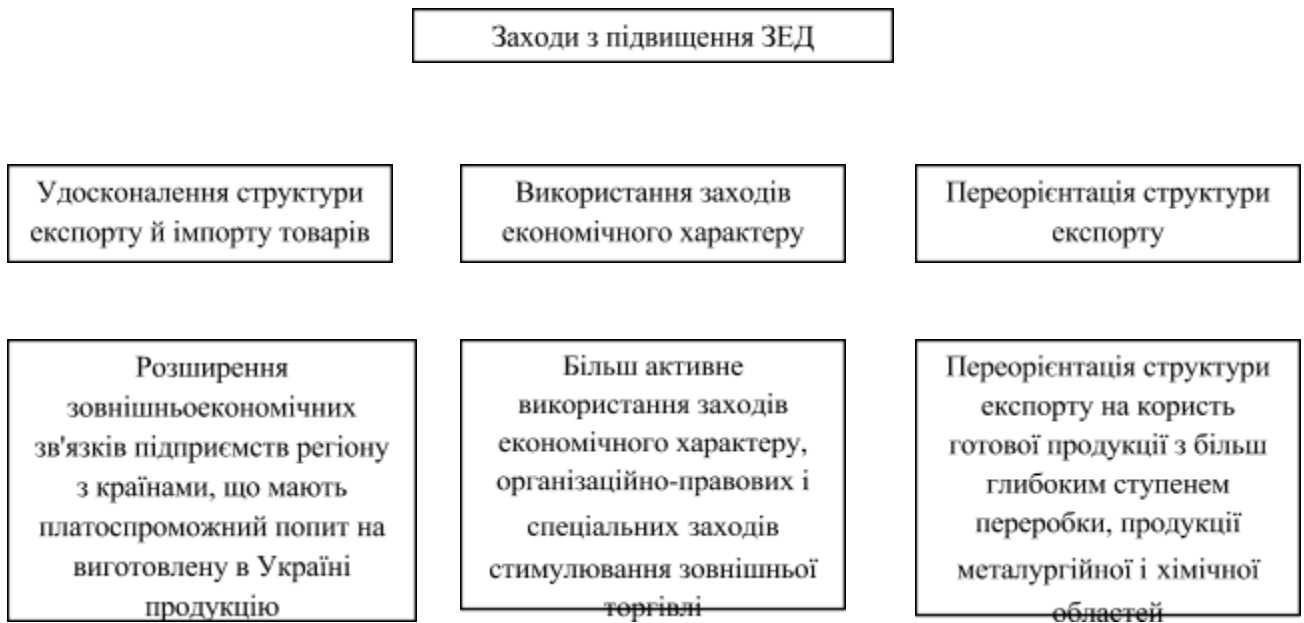


Рис. 1. Заходи з удосконалення ЗЕД на підприємстві

Розвиток експортної діяльності будь-якого підприємства залежить від конкурентоспроможності його продукції.

Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм по ступеню задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності. Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливість і динаміку його пристосування до умов ринкової конкуренції.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності вкрай важливі і актуальні для переважної більшості виробничих підприємств. Передумовою для завоювання сильних ринкових позицій є можливість зниження виробничих і збутових витрат з відповідною оптимізацією цінової політики.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Пріоритетними напрямками розвитку експортної діяльності повинні стати наступні заходи.

1. Підвищення активності регіональних підприємств і організацій на зовнішньому ринку; послідовна перебудова товарної структури експорту й імпорту; наближення її до структурних співвідношень, властивим країнам з ринковою економікою.

2. Переорієнтація політики підприємств на виробництво високоліквідної диверсифікованої продукції, забезпечення глибоких маркетингових досліджень, замість практики збуту товару будь-якими засобами і за будь-яку ціну.

3. Зміна структури експортної продукції, скорочення частки сировинних товарів на користь високотехнологічних, підвищення конкурентноздатності продукції традиційних експортних областей.

4. Відновлення традиційних і освоєння нових ринків збуту; забезпечення пріоритетності російським ринкам і іншим країнам СНД.

5. Розширенням сфери зовнішньоекономічних зв'язків з нетрадиційними партнерами[7, с. 100].

Головне завдання української держави сьогодні – визначити нові напрямки, форми, засоби та етапи реалізації зовнішньоекономічної стратегії. Реструктуризація народного господарства країни має бути здійснена з урахуванням внутрішніх можливостей і зовнішніх факторів для того, щоб, використавши існуючі та розкривши потенційні конкурентні переваги національної економіки, сприяти реалізації національних економічних інтересів, зростанню добробуту народу.

Література.

1. Борисова І.І. Правове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності/ І.І. Борисова: КНЕУ, 2010. – 72 с.

2. Електронний ресурс. Режим доступу:
http://pidruchniki.com/1763030338753/gps/regionalna_ekonomika

3. Електронний ресурс. Режим доступу:
<http://www.ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/51-e/3165-ekspornij-potentsial.html>

4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»: ВВР від 04.02.2009, № 27, ст. 349.

5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник/ Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, В.В. Ковалевський, та ін., за редакцією Ю.Г. Козака, та ін. - 4-те вид., перероб. та доповнене - Київ: Освіта України 2012.-300 с.

6. Романчиков В.І., Романченко І.О. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ В.І. Романчиков, І.О. Романченко – К.: ЦУЛ, 2008. – 256 с.

7. Семенов А.А. Міжнародний менеджмент Конспект Лекцій/ А.А. Семенов – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 197 с.