УДК 331.3
DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-15>

Стецевич А.І.
аспірант
Університет банківської справи

Stetsevich Andriy
Postgraduate Student
University of Banking

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК НАПРЯМУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Стецевич А. І. Характеристика зовнішньоекономічної діяльності як напрямку діяльності підприємств. У статті актуалізовано необхідність зовнішньоекономічної діяльності підприємства для зростання його конкурентного потенціалу завдяки підвищенню рівня якості товарів, подолання немитних бар'єрів, упровадження високих технологій. Зазначено законодавчі підстави здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами в Україні, окреслено зміст та принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, наведено її класифікацію. Розглянуто, структуровано та проаналізовано механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Зазначено, що обов'язковою умовою прийняття рішення про ведення зовнішньоекономічної діяльності є її ефективність, яка визначається шляхом зіставлення досягнутого економічного результату з витратами, яких зазнало підприємство для одержання такого результату. Виділено три основні стратегії виходу на зовнішній ринок: експортування, спільне підприємництво та пряме інвестування. Зазначено, що кожна зі стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок має свої недоліки та безумовні переваги, які треба розглядати в контексті, насамперед, особливостей товару.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, експорт, імпорт, міжнародна торгівля, світове господарство.

Стецевич А. И. Характеристика внешнеэкономической деятельности как направления деятельности предприятий. В статье актуализирована необходимость внешнеэкономической деятельности предприятия для роста его конкурентного потенциала благодаря повышению уровня качества товаров, преодолению нетаможенных барьеров, внедрению высоких технологий. Указаны законодательные основания осуществления внешнеэкономической деятельности предприятиями в Украине, определены содержание

и принципы внешнеэкономической деятельности предприятия, приведена ее классификация. Рассмотрен, структурирован и проанализирован механизм управления внешнеэкономической деятельностью предприятий. Отмечено, что обязательным условием принятия решения о ведении внешнеэкономической деятельности является ее эффективность, которая определяется путем сопоставления достигнутого экономического результата с затратами, которые понесло предприятие для получения такого результата. Выделены три основные стратегии выхода на внешний рынок: экспорт, совместное предпринимательство и прямое инвестирование. Отмечено, что каждая из стратегий выхода предприятия на внешний рынок имеет свои недостатки и безусловные преимущества, которые надо рассматривать в контексте, прежде всего, особенностей товара.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность предприятия, экспорт, импорт, международная торговля, мировое хозяйство.

Stetsevich Andriy. Characteristics of the international economic activity as an activity area of the enterprises. The materials of the article actualize the need for foreign economic activity of the enterprise to increase its competitive potential, by improving the quality of goods, overcoming duty-free barriers, the introduction of high technology. It is noted that the main information about the export sphere of business entities is the data of primary reporting. The legislative bases of foreign economic activity by enterprises in Ukraine are indicated, the content and principles of foreign economic activity of the enterprise are outlined, its classification is given. The mechanism of management of foreign economic activity of enterprises as a complex of administrative, economic, organizational, legal and motivational ways of harmonization of interests of the enterprise with interests of subjects of external environment by means of which, taking into account features of activity of the enterprise markets, the value of which is sufficient to ensure the costs of the enterprise for its operation and development. It is noted that a prerequisite for the decision to conduct foreign economic activity is its efficiency, which is determined by comparing the achieved economic result with the costs incurred by the company to obtain such a result. Emphasis is placed on the fact that the economic justification of decisions on the management of foreign economic activity of the enterprise is carried out by calculating various economic efficiency indicators: absolute, relative, structure indicators and efficiency of the enterprise. There are three main strategies for entering the foreign market: exports, joint ventures and direct investment. It is noted that each of the strategies of the company's entry into the foreign market has its drawbacks and unconditional advantages, which must be considered in the context, first of all, the characteristics of the product. It is determined that the management of export operations of the enterprise is carried out taking into account the results of the analysis of the market situation and trends, as well as taking into account the probable reaction of the market to decisions made by the company's management.

Key words: foreign economic activity of the enterprise, export, import, international trade, world economy.

Постановка проблеми. Сьогодні постійно визначаються орієнтири у діяльності підприємств, що забезпечували б йому найвищий рівень конкурентоспроможності та рентабельності. Одним із таких векторів є зовнішньоекономічна діяльність підприємств, що зумовлює постійний процес підвищення якості продукції, напрацювання диференційованих заходів конкурентної боротьби, формування різноманітних перспектив співпраці з міжнародними конкурентами тощо. Вітчизняні підприємства як ніколи потребують консультування та побудови стратегії зовнішньоекономічної діяльності, зважаючи на глобалізацію ринків, жорстку конкуренцію та зростання митних та немитних бар'єрів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні положення міжнародних відносин у зовнішньоекономічній діяльності підприємств розглядалися дослідниками О. Мельник, В. Єрмаченко, С. Лобунською, О. Шкурупій, Ю. Козаком, О. Кузьмим, А. Фатенюк-Ткачук, А. Черепом, Й. Гессельом та ін. Велика кількість праць у цьому напрямі завжди потребуватиме сучасного бачення проблеми, оскільки умови діяльності підприємства всередині країни і за її межами є дуже динамічними.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є визначення теоретичних основ та практичних напрямів здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Завданнями дослідження є визначення

законодавчої бази здійснення експортно-імпоротної діяльності підприємств в Україні, виокремлення класифікації зовнішньоекономічних операцій, визначення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємств та формування пріоритетності завдань забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності та міжнародної співпраці.

Виклад основного матеріалу дослідження. У світовому господарстві останні десятиліття все активніше розвивається така специфічна форма міжнародних відносин, як світова (всесвітня) торгівля. На частку торгівлі припадає близько 80% усього обсягу міжнародних економічних відносин [1]. Світова (всесвітня, міжнародна, зовнішня) торгівля – це торгівля, яка передбачає переміщення товарів і послуг за межі державних кордонів; її ще можна трактувати як відносини країн із метою вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг.

Сьогодні більшість українських підприємств здійснює експортні операції. Основною інформацією про експортну сферу суб'єктів підприємницької діяльності є дані бухгалтерського обліку. Інформаційне забезпечення набуває як ніколи великої важливості та значущості у прийнятті управлінських рішень. Однак незбалансованість між бухгалтерським обліком і податковим обліком експортних операцій є причиною виникнення проблем в отриманні ефективних результатів фінансово-господарської діяльності [2].

Регулювання експортних операцій здійснює низка нормативно-правових документів, а саме:

- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- Митний кодекс України;
- Податковий кодекс України та ін.

Відповідно до цього, поняття експорту можна розглядати з різних позицій. Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», експорт – це продаж товарів українськими суб'єктами господарської діяльності (у т. ч. з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів [3]. При цьому термін «реекспорт» означає продаж іноземним суб'єктам господарської діяльності та вивезення за межі України товарів, раніше імпортованих на територію України [3].

За Митним кодексом України експорт (остаточне вивезення) – це митний режим, відповідно до якого українські товари випускають для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення [4]. Митний режим експорту можна застосовувати до товарів, що призначені для вивезення за межі митної території України, та до товарів, що вже вивезені за межі цієї території та перебувають під митним контролем, за винятком товарів, заборонених до поміщення у цей митний режим відповідно до законодавства.

Із погляду Податкового кодексу України експорт – це операції виключно з вивезенням товарів (супутніх послуг) у митному режимі експорту або реекспорту [5].

Суб'єктом ЗЕД найчастіше виступає підприємство. Підприємством є господарюючий суб'єкт, який на основі використання економічних ресурсів виробляє і реалізує товари, виконує роботи, надає послуги. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією і кооперацією, експортом та імпортом товарів і послуг, виходом на зовнішній ринок. На рівні підприємства зовнішньоекономічна діяльність спрямована на укладання та виконання контрактів з іноземними партнерами.

Відмінності зовнішньоекономічної діяльності підприємства від внутрішньогосподарської полягають у тому, що зовнішньоекономічна діяльність здійснюється на валютній основі, регулюється спеціальними заходами держави. На зовнішньоекономічну діяльність

підприємства впливають рівень розвитку і стабільність національної економіки, система світових цін, а також правова система власної країни і правові системи країн, у яких підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність [2] (табл. 1).

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність охоплює різні напрями її здійснення. Кожні вид і напрям зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів, що беруть участь у ній, включають широкий комплекс господарських, виробничих, правових, валютно-фінансових та інших відносин. Особливе місце серед них відводиться валютно-фінансовим відносинам.

Головними принципами управління ЗЕД підприємства є:

- запобігання затратам ресурсів, пов'язаних із виходом на світовий ринок конкурентоздатних продуктів;
- формування умов, коли враховуються інтереси підприємства та споживачів;
- створення і підтримка позитивного іміджу підприємства як надійного партнера. Управління ЗЕД на рівні підприємства здійснюється за допомогою застосування стратегічних, фінансових, організаційних, інфраструктурно-логістичних, інформаційно-маркетингових та виробничих інструментів.

Механізм управління ЗЕД – комплекс управлінських, економічних, організаційних, правових і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, за допомогою чого з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується отримання прибутку від операцій на зарубіжних ринках, величина якого достатня для забезпечення витрат підприємства на його функціонування та розвиток (рис. 1).

Ефективний механізм управління ЗЕД пронизує весь процес менеджменту, а тому повинен містити такий комплекс заходів:

- 1) визначення макро- та мікроекономічних умов здійснення ЗЕД;
- 2) розроблення стратегії діяльності підприємства на зовнішньому ринку;
- 3) діагностика зовнішньоекономічного потенціалу підприємства;
- 4) реалізація вибраних зовнішньоекономічних напрямів;
- 5) оцінка ефективності ЗЕД;
- 6) регулювання якості реалізації зовнішньоекономічних напрямів;

Рис. 1. Схема реалізації механізму управління ЗЕД [6]

Таблиця 1

Класифікація зовнішньоторговельних операцій

Ознака класифікації	Види зовнішньоторговельних операцій
За напрямками	Експортні, імпортні, реекспортні, реімпортні
За об'єктом	Купівля-продаж товарів, купівля-продаж послуг, купівля-продаж науково-технічної продукції
За методом торгівлі	Прямі, непрямі (через посередників)
За формою розрахунків	Грошова форма, зустрічна компенсаційна торгівля

7) прийняття управлінських рішень з усунення негативних відхилень із метою підвищення прибутковості зовнішньоекономічної діяльності.

Обов'язковою умовою прийняття рішення про ведення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є її ефективність, яка визначається шляхом зіставлення досягнутого економічного результату з витратами, яких зазнало підприємство для одержання такого результату. На стадії планування виходу на зовнішні ринки визначення рівня ефективності зумовлює ступінь зацікавленості виходу підприємства на конкретні ринки щодо закупівлі або продажу певних товарів (послуг). На стадії безпосереднього ведення зовнішньоекономічної діяльності показники її ефективності дають змогу визначати негативні тенденції, які слугують індикатором для прийняття певних управлінських рішень щодо необхідності усунення негативних чинників, а в разі неможливості їх усунення – відмови від такої діяльності.

Основною метою підприємства на ринку є отримання максимального прибутку за мінімальних витрат. Досягти такого результату можна тільки прийняттям ефективних управлінських рішень.

Економічне обґрунтування прийнятих рішень щодо управління ЗЕД підприємства здійснюється шляхом розрахунку різноманітних економічних показників ефективності. Дані показники поділяються на чотири основні групи:

1. Абсолютні показники (обсяг експорту, обсяг імпорту, обсяг накладних витрат на експорт/імпорт, середній залишок коштів, кількість отриманих реклаमाцій, сума рекламацій, кількість задоволених рекламацій, обсяг використання торговельної марки фірми, обсяг експорту нових товарів).

2. Відносні показники (індекси динаміки: індекс вартості, індекс фізичного обсягу, індекс ціни, індекс кількості; коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту: за вартістю, за фактичним обсягом, за ціною; середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції).

3. Показники структури (товарна структура експорту або імпорту, географічна структура експорту або імпорту, структура накладних витрат на експорт або імпорт).

4. Показники ефективності експортно-імпортної діяльності (валютна ефективність експорту/імпорту, ефективність експорту/імпорту, середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції, коефіцієнт віддачі коштів від експортних/імпортних операцій, ефективність експорту/імпорту) [7].

Вихід підприємства на зовнішні ринки зазвичай є тривалим еволюційним процесом, що вимагає обґрунтованих форм присутності і стратегій виходу на нього. Міжнародна бізнесова практика виділяє три основні стратегії виходу на зовнішній ринок: експорт, спільне підприємництво, пряме інвестування.

Після вибору найбільш адекватного конкурентним перевагам та потенціалу фірми зарубіжного ринку логічно постає питання щодо форм присутності на цьому ринку, а отже, і стратегій виходу на нього. Міжнародна бізнес-практика виділяє три основні стратегії виходу на зовнішній ринок:

- експортування;
- спільне підприємництво;
- пряме інвестування [8].

У разі стратегії експортування виробництво залишається на національній території, що має свої недоліки та переваги. Спільне підприємництво та пряме інвестування потребують уже організації виробництва за кордоном.

Експорт – вивіз за кордон товарів, які продані іноземним покупцям для їх безпосереднього споживання, продажу або для перероблення.

Непрямий експорт – продаж товарів на зовнішньому ринку за допомогою незалежних маркетингових посередників.

Прямий експорт – продаж товарів на зовнішньому ринку самостійно.

Спільне підприємництво – об'єднання зусиль партнерів щонайменше з двох країн для організації спільної комерційної справи.

Пряме інвестування – розміщення капіталу у власні закордонні складальні або виробничі підприємства, збуту філії.

Кожна з розглянутих вище стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок має свої недоліки та безумовні переваги, які треба розглядати в контексті, насамперед, особливостей товару. Водночас доцільно зіставити стратегії за такими критеріями:

- контроль ринку (близькість до споживача, можливість швидко реагувати на зміни потреб, контролювати тенденції попиту та пропонування);
- гнучкість (можливість швидко й адекватно адаптувати діяльність до елементів бізнес-середовища, що змінюються);
- ресурсні вимоги (необхідність мати певну кількість фінансових, матеріальних та трудових ресурсів для організації та розвитку діяльності);
- ризик (загроза виникнення непередбачених утрат очікуваного прибутку, доходу або майна, коштів у зв'язку з випадковими змінами умов економічної діяльності або іншими обставинами);
- причетність до міжнародного маркетингу (необхідність та ступінь використання концепції міжнародного маркетингу в організації діяльності підприємства). Критерієм вибору способу виходу на світовий ринок служить мінімізація витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Окрім того, підприємству необхідно мати інформацію щодо валютно-фінансових, правових аспектів виходу на світовий ринок, кон'юнктури світового ринку, системи цін і визначати ефективність здійснення експортно-імпортних операцій [7].

Висновки. Як будь-яка діяльність, ЗЕД підприємства має свої власні мотиви здійснення та виходу на зовнішній ринок з урахуванням інтересів національної економіки, регіону розміщення підприємства, специфіки діяльності компанії, мінливих споживчих уподобань, а також тенденцій світових ринків. Водночас не слід залишати поза увагою й чинники, які ставлять під сумнів доцільність виходу підприємства на зовнішні ринки.

Управління експортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням імовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом підприємства. У результаті аналізу управління експортними операціями підприємства необхідно розробити рекомендації щодо вдосконалення експортної діяльності на базі дослідження основних напрямів розвитку з огляду на існуючий ресурсний потенціал підприємства.

Список використаних джерел:

1. Проект національної стратегії розвитку експорту України. *База даних українських експортерів*. URL: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html> (дата звернення: 28.12.2020).
2. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини : навчальний посібник. Київ : Знання, 2006. 407 с.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-XII (за змінами і доповненнями). URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 30.12.2020).
4. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (зі змінами і доповненнями). URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 30.12.2020).
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 30.12.2020).
6. Волкова І.А., Гірчук І.В. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2010. № 3(53). С. 53–55.
7. Кузьмін Є.О., Мельник О.Г. Процесно-структуроване управління експортно-імпортою діяльністю підприємств. 2014. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/27671/1/082-129-129.pdf> (дата звернення: 29.12.2020).
8. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник ; Університет ДФС України. Ірпінь, 2019. 410 с.

References:

1. Proekt natsionalnoi stratehii rozvytku eksportu Ukrainy. URL: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/strategy/ukr/4589.html> (accessed 28 December 2020).
2. Kozyk, V.V. (2006) Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny [International Economic Relations]: Navchalnyi posibnyk. K.: Znannia, 407 s.) (in Ukrainian)
3. Zakon Ukrainy «Pro zovnishnoekonomichnu diialnist» (vid 16.04.91 r., № 959-KhII (iz zminamy i dopovnenniamy). URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. (accessed 30 December 2020).
4. Mytnyi kodeks Ukrainy (vid 13.03.2012 r., № 4495-VI (iz zminamy i dopovnenniamy)). URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. (accessed 30 December 2020).
5. Podatkovyi kodeks Ukrainy (vid 02.12.2010 r., № 2755-VI). URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. (accessed 30 December 2020).
6. Volkova, I.A. (2010) Metodyka analizu eksportno-importnykh operatsii v diialnosti pidpriemstv [Methods of analysis of export-import operations in the activities of enterprises] *Visnyk ZhDTU. Ekonomichni nauky*. no. 3 (53). pp. 53-55.
7. Kuzmin, Ye. O., Melnyk, O. H. (2014) Protsesno-strukturovane upravlinnia eksportno-importnoi diialnistiu pidpriemstv [Process-structured management of export-import activities of enterprises] URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/27671/1/082-129-129.pdf>. (accessed 29 December 2020).
8. Hrebelnyk O. P. (2019) Osnovy zovnishnoekonomichnoi diialnosti [Fundamentals of foreign economic activity]. Irpin: Universytet DFS Ukrainy. (in Ukrainian)