

УДК 339.54.012

**ЕТАПИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА****Квактун О.О., к.е.н.
Рижкова В.Є***Придніпровська державна академія будівництва та архітектури*

Стаття присвячена дослідженню етапів організаційно-економічного механізму управління експортною діяльністю підприємства. Задля досягнення мети статті було висвітлено сутність та роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку. Виокремлено сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі. Розглянуто основні функціональні елементи (зокрема експортні операції) та чинники міжнародної торгівлі. Розглянуто сутність експорту й досліджено основні фактори, що впливають на його розвиток. Розроблено поетапну схему здійснення експортної операції в процесі виходу підприємства на зовнішній ринок. На основі поетапної схеми був розроблений алгоритм здійснення експортної операції в процесі виходу підприємства на зовнішній ринок, який включає: початок операції, встановлення мети здійснення зовнішньоекономічної діяльності, вибір зовнішнього ринку, розрахунок планової ефективності, пошук зарубіжного партнера та оцінювання його надійності, встановлення контакту, підписання довгострокового контракту, кінець операції.

Ключові слова: експорт, експортна діяльність підприємства, фактори розвитку експорту, міжнародна торгівля, механізм управління експортом підприємства, зовнішній ринок

UDC 339.54.012

**STAGES OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF THE
EXPORT ACTIVITIES OF ENTERPRISES****Kvaktun.O. PhD in Econ.Sc.
Ryzhkova V.***Pridniprovska state academy of civil engineering and architecture*

The article is devoted to the study of the stages of the organizational and economic mechanism of managing the export activity of the enterprise. In order to achieve the purpose of the article, the essence and role of international trade in economic development were highlighted. The modern tendencies of development of international trade were examined. The main functional elements (including export operations) and factors of international trade were considered. The essence of export and the main factors influencing its development were investigated. A phased scheme for the implementation of an export operation in the process of the company's exit to the foreign market has been developed. On the basis of a step-by-step scheme, an

© Квактун О.О., к.е.н., Рижкова В.Є., 2017

algorithm for the implementation of an export operation in the process of the company's exit into the foreign market was developed, which includes: the beginning of the transaction, the purpose of the foreign trade activity, the choice of the external market, the calculation of the planned efficiency, the search for a foreign partner and assess its reliability, establishing the contact, signing long-term contract, end of transaction.

Keywords: export, export activity of the enterprise, the factors of export development, international trade, the management mechanism of export enterprises, foreign market

Актуальність проблеми. В сучасних умовах стрімкого зростання конкуренції, експортна діяльність є необхідною складовою комплексного функціонування економіки країни та важливим різновидом зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Підприємства, що здійснюють експортну діяльність, менш вразливі до впливу мікроекономічних чинників середовища функціонування. Експорт продукції підприємств допомагає у вирішенні низки важливих завдань: збільшенні прибутковості; нарощенні обсягів продажу; пошуку нових ділових партнерів; покращенні якісних характеристик продукції; уникненні сезонності попиту на товари тощо. Необхідною передумовою формування, ефективного використання та підвищення рівня експорту промислових підприємств є розробка механізмів та інструментів їх активізації. Даними обставинами підтверджується актуальність розробки механізму підвищення експорту підприємств, який має ґрунтуватись на ефективній інституційній основі, об'єднувати сучасні функції, методи, інструменти і важелі впливу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Серед зарубіжних науковців та практиків, які внесли певний доробок у дослідження проблем підвищення експорту підприємств, слід виділити таких фахівців, як М. Андерсон, Л. Батченко, Н. Бендл, М. Бейс, О. Борисенко, Л. Даниленко, С. Денисенко, Н. Джон, Т. Джонсон, Д. Догерті, О. Еджирма [3], М.Кендалл, В.В. Козик, М. Ленг, О. Маркєєва, О.Г. Мельник, М.Я. Нагірний, А. Омельченко, Л. Поляков, М. Портер, Ф. Пфайфер, Д. Райбштайн, Дж. Рейнальдо, К. Реннінгс, С. Роббінс, Б. Сейом, М. Сінклер, М. Таваколь Уза, П. Ферріс та інші. У цих роботах автори вирішують питання теоретичного характеру, а саме: обґрунтовують доцільність організації експортної операції, її види та

форми, але підходи до формування послідовної схеми здійснення експортної операції потребують подальшого наукового дослідження.

Мета роботи є проаналізувати етапи організаційно-економічного механізму експортної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародна торгівля є рушієм виробництва як окремих країн та регіонів, так і світового господарства в цілому, оскільки вона забезпечує раціональніше використання матеріальних та людських ресурсів на всіх рівнях господарювання. Міжнародна торгівля є важливим засобом збалансованості між виробничими можливостями та перевагами споживачів, дає змогу отримувати продукти, в яких відчувається дефіцит, і реалізувати надлишок, який не поглинається внутрішнім ринком. Тим самим міжнародна торгівля дає змогу досягти вищого рівня задоволення потреб для населення кожної з торгуючих країн (хоча, може, і не однаковою мірою).

Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки зумовлене тим, що її підґрунтям є важливі чинники та доцільність міжнародного обміну товарами й послугами.

До чинників, що зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі, належать [3]:

- виникнення світового ринку;
- нерівномірність розвитку окремих галузей у різних країнах;
- тенденція до безмежного розширення розмірів виробництва;
- прагнення отримати вищі прибутки завдяки використанню дешевої робочої сили та сировини з країн, що розвиваються.

Суттєве значення міжнародної торгівлі підтверджується тим, що сьогодні жодна країна світу не може обійтись без зовнішньої торгівлі. Усі країни так чи інакше залежать від міжнародної торгівлі.

Зовнішня торгівля на сучасному етапі перетворилась у важливу сферу економіки будь-якої країни, зростає її вплив на світовий економічний розвиток. Незважаючи на загальну тенденцію до зростання, зовнішня торгівля зазнає значних коливань, що зумовлено економічними, енергетичними кризами, нестачею сировини та іншими проблемами. Зовнішня торгівля є основним напрямом господарської діяльності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Для будь-якої країни активна участь у міжнародній торгівлі є джерелом важливих економічних переваг. Такі переваги передусім дають можливість ефективніше використовувати наявні ресурси, активізувати потенціал спеціалізації виробництва, ширше залучати до всіх сфер соціально-економічного життя досягнення науки і техніки, підвищувати рівень структурної оптимізації економіки, повніше задовольняти зростаючі потреби населення.

Основними функціональними елементами міжнародної товарної торгівлі є експортно-імпорتنі операції – купівля-продаж товарів, що мають матеріально-речовинну форму, за умови, що такі товари у разі зміни власника з метою реалізації його споживчих потреб перетинають кордони національних митних територій.

Так як в даній статті ми досліджуємо експортні операції, слід визначити зміст поняття експорт. Митний кодекс України трактує експорт (остаточне вивезення) як митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення [3].

Митний кодекс розглядає експорт не як операцію продажу, а як випуск товарів для вільного обігу, тобто отримання грошової винагороди за випуск цих товарів не визначене, і у цьому ми вбачаємо недосконалість трактування даного поняття, саме тому пропонуємо його доповнити та подати в наступній інтерпретації: експорт – це процес вивезення суб'єктами господарської діяльності за межі митної території країни товарів, який передбачає продаж іноземним суб'єктам господарювання на основі грошової оплати чи оплати у натуральному вигляді (товари, надання послуг чи виконання робіт)».

Експорт товарів – це продаж та вивезення товарів за кордон з метою їх реалізації на зовнішніх ринках через передання у власність контрагенту в іншій країні. У більш широкому розумінні експортом можна назвати продаж товарів за кордон за будь-якої форми оплати, включаючи товарну.

Експортна діяльність є складовою виробничо-фінансової діяльності організації і характеризується повною самостійністю у виборі іноземного контрагента, товарної номенклатури, визначення вартості контракту, обсяги, ціни і термінів постачання. Тому ключове значення

набуває дослідження факторів, які впливають на ефективність проведення експортних операцій.

Проведене дослідження дозволило виявити ключові фактори, що впливають на експорт (рис. 1).

Управління експортною діяльністю потребує вдосконалення всього господарського механізму з метою стимулювання експорту, підтримки конкурентоспроможності підприємства. Невід'ємною складовою загальнодержавного механізму є організаційно-економічний механізм (ОЕМ) експортної діяльності підприємства (ЕДП). Завдання механізму полягає у забезпеченні досягнення мети підприємства.

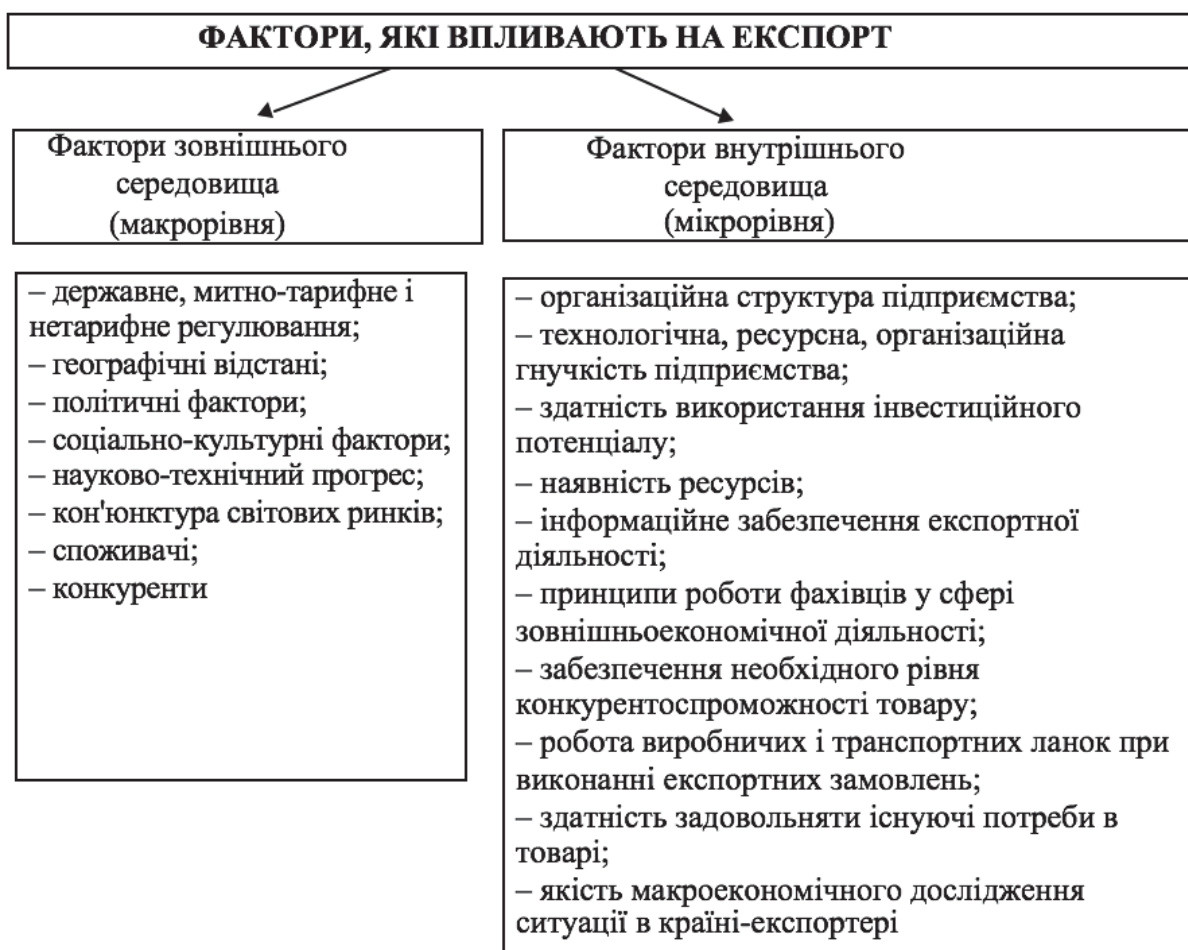


Рис.1 Фактори, які впливають на експорт

**Складено автором за: [2]*

Механізм управління експортом підприємства включає:

- цілі управління;
- принципи, на яких базується управління;
- функції управління;
- конкретну структуру управління підприємства;

- методи управління;
- процес управління;
- систему стимулювання;
- систему законодавчих актів;
- інструменти регулювання та управління експортом підприємства.

Аналізуючи економічну літературу [5 – 8], можна зробити висновок, що різні автори розглядають порядок здійснення експорту та групують процедури її виконання по-різному залежно від мети.

Огляд наукового джерела [6] показав, що експорт слід проводити за такою схемою, яка об'єднує 3 етапи:

1 етап. Підготовка до укладання угоди (контракту). Цей етап включає:

- комплексне дослідження ринку; рекламну кампанію;
- встановлення контактів із потенційним контрагентом за кордоном.

2 етап. Укладання угоди (контракту):

- проведення попередніх переговорів (шляхом листування, особистих контактів);
- вибір способу підписання контракту; акцепт покупцями твердої оферти;
- підтвердження продавцем замовлення, зробленого покупцем;
- вибір форми контракту купівлі-продажу (письмової, усної, змішаної);
- вибір виду контракту і форми оплати;
- остаточне доопрацювання тексту контракту; підписання контракту.

3 етап. Виконання угоди (контракту):

- забезпечення виробництва товару на експорт; підготовка товару до відвантаження; проведення платіжно-розрахункових операцій;
- укладання договору з експедиторською фірмою;
- організація міжнародного перевезення вантажів; митне очищення вантажів.

Враховуючи зазначене та спираючись на проведене раніше дослідження, автором даної роботи була розроблена поетапна схема здійснення зовнішньоекономічних операцій, яка наведена в таблиці.

Таблиця 1 - Поетапна схема здійснення експортної операції в процесі виходу на зовнішній ринок

№ п/п	Етапи	Сутність етапу та функції секторів	Відповідальний сектор відділу ЗЕД
1	Визначення мети виходу на зовнішній ринок	Встановлення загальної мети підприємства на зовнішньому ринку	Апарат управління підприємством, відділ ЗЕД
2	Маркетингові дослідження зовнішніх ринків	Встановлення основних переваг конкретного ринку, вивчення преференцій та пільг нерезидента, аналіз основних конкурентів та ціни конкурентної продукції тощо	Маркетинговий сектор, комерційний сектор
3	Маркетингові дослідження внутрішнього ринку	Аналіз національного законодавства, що стосується здійснення зовнішньоекономічної діяльності, засоби підтримки експортера /імпортера, оцінювання внутрішніх можливостей підприємства, внутрішнього ринку	
4	Пошук та попереднє оцінювання потенційного партнера	Складання списку потенційних партнерів на конкретному ринку та аналіз їх надійності	
5	Розрахунок планової ефективності операції	Попередній розрахунок експортної/імпортної ціни товару, умов платежу; встановлення особливостей виходу на конкретний зовнішній ринок та розрахунок можливих знижок	Комерційний сектор
6	Встановлення контакту	Складання оферти/запиту, обговорення попередніх умов операції	Маркетинговий сектор
7	Підготовка проекту контракту, переговори	Ведення переговорів, складання проекту контракту, обговорення його та підписання	Комерційний сектор, юридичний сектор
8	Виконання контракту	Контроль за термінами виконання всіх етапів виробництва, оформлення та сплати за товар	Комерційний сектор
9	Митне оформлення товару	Аналіз дозвільної системи та оформлення необхідних документів, розрахунок митної вартості та платежів.	Митний сектор
10	Розгляд можливих рекламацій	Аналіз причин неналежного виконання умов контракту	Комерційний сектор, юридичний сектор
11	Аналіз та оцінювання зовнішньоекономічної операції	Розрахунок фактичної ефективності та порівняння з плановою. Встановлення причин відхилення	Комерційний сектор
12	Інтерпретація отриманих результатів	Обґрунтування необхідності подальшого здійснення операції на конкретному зовнішньому ринку	Відділ зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Джерело: складено авторами на основі [2]

На основі запропонованої поетапної схеми був розроблений алгоритм здійснення експортної операції в процесі першого виходу на зовнішній ринок, який наведено на рисунку 2.

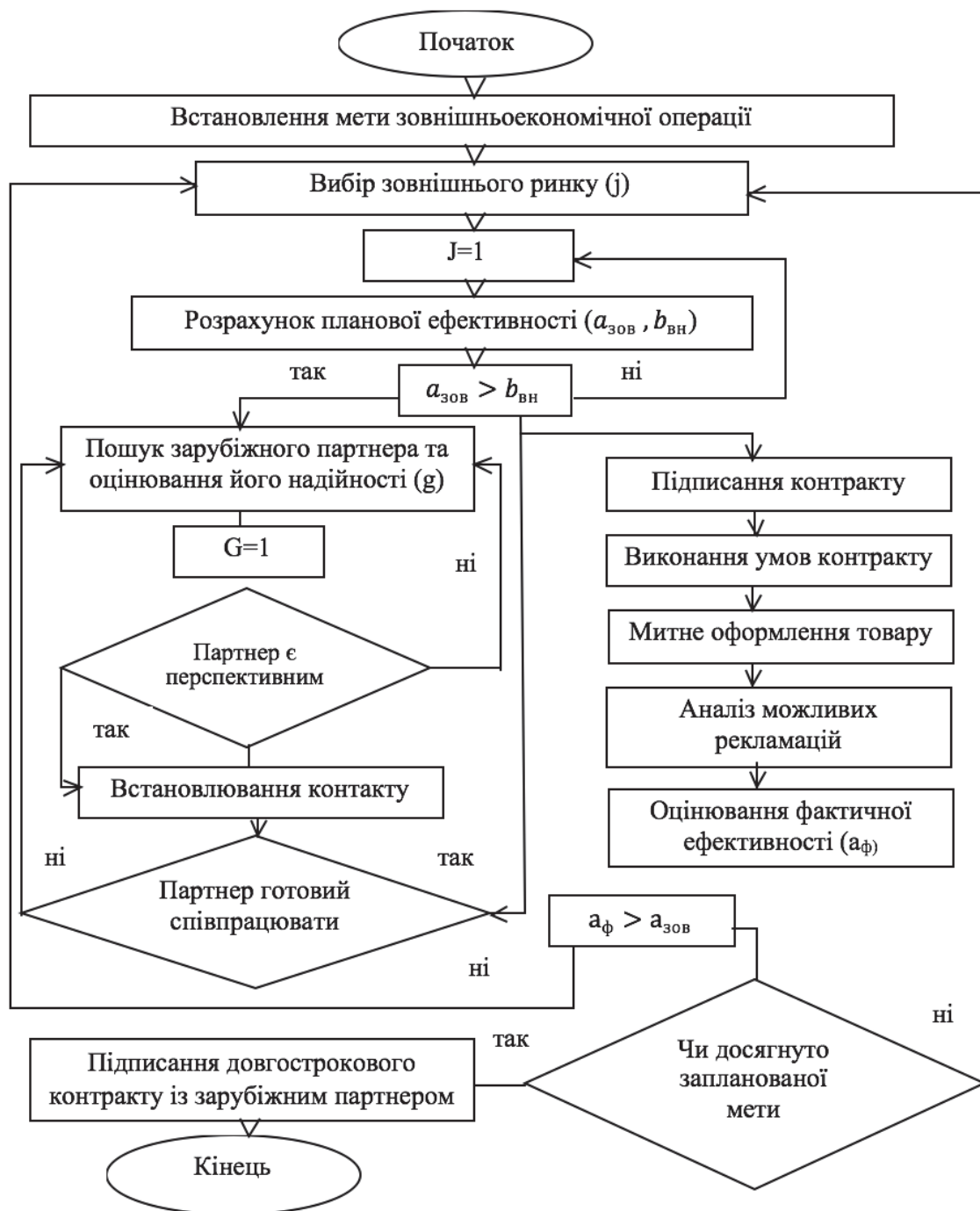


Рис. 2 Алгоритм здійснення експортної операції в процесі виходу на зовнішній ринок
Джерело: складено авторами на основі [2]

Перевагою запропонованої схеми є те, що вона конкретизує кожний етап, його функції та сектор, який повинен їх виконувати. При цьому вона є універсальною та може застосовуватися до всіх видів

зовнішньоекономічної діяльності, які зазначені у ст. 4 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність"[2]. Крім того, необхідно враховувати, що деякі функції здійснюються паралельно та потребують зіставлення.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дозволило уточнити сутність поняття зовнішньоекономічної операції, що має практичне значення для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України. На основі наведеного підходу до розуміння цієї економічної категорії автором було розроблено та запропоновано поетапну схему здійснення економічних операцій та алгоритм її виконання, які дали змогу конкретизувати етапи економічних операцій, її функції та визначити відповідальних за їх здійснення, що дозволить оптимізувати й підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Проведене дослідження дає змогу визначити вектор подальшого дослідження, а саме сформуванню систему факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних виробників для кожного етапу проведення економічних операцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства / О.Г.Мельник, М.Я. Нагірна // Інноваційна економіка. – 2013. – №5. – С. 63-66.
2. Козик В.В. Трансформаційні аспекти експортно-імпортової діяльності України / В.В. Козик // Спеціальний випуск наукового вісника Ужгородського Національного університету. Серія Економіка. Збірник статей Міжнародної НПК «Вплив маркетингу на підвищення ефективності транскордонного співробітництва з країнами-членами ЄС». – Вип. 23. – 2007. – С. 287-292.
3. Кузьмін О.Є. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.Є. Кузьмін, Н.Г. Георгіаді // Економічні та гуманітарні проблеми розвитку у III тисячолітті: зб. наук. пр./Рівнен. екон.-гуманіт.ін-т.– Рівне : Тетіс. – 2000. – С. 76-78.
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – №2.
5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
6. Череп А.В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства / А.В. Череп, О.Л. Ортинська // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2008. – С. 232-236.

7. Акімова І. Експортна орієнтація та її вплив на реструктуризацію в Україні : наук. матеріали / І. Акімова. – К. : Інститут економічних досліджень та політичних консультацій в Україні. – Вип. №2. – 2000. – 33 с.
8. Отенко И.П. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия
9. Сіденко В.Р. Основні напрями удосконалення торговельного режиму України // Актуальні правові та економічні проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків: Зб. матеріалів VI Міжнародної науково–практичної конф. УАЗТ, 30–31 травня 2003 р. – К.: Вид–во УАЗТ, 2003. – С.23–26.
10. Розвиток зовнішньої торгівлі України та її економічна безпека / В.Г. Андрійчук, О. С. Власюк, А. І. Мокій, В. П. Тітаренко ; За ред. В. Г. Андрійчука : [Монографія] – К.: НІСД, 1996. – 150 с. – (Сер. "Екон. стратегії"; Вип. 4).
11. Румянцев А.П., Башинська А.І., Корнілова І.М. Коваленко Ю.В. / Міжнародна торгівля: Навч. посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 376с.