

ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**Н.М. Галазюк**Луцький національний технічний університет, styp@ukr.net

Економічні зв'язки, які виникають між державами мають багатовікову історію, протягом сторіч вони існували переважно як зовнішньоторговельні, та вирішували проблеми щодо забезпечення населення товарами, які національна економіка робила неефективно або ж не робила зовсім.

Глобалізація світової економіки та поглиблення участі окремих країн в цьому процесі розширює та прискорює всесвітні взаємозв'язки та поглиблює взаємозалежність національних економік. Це в свою чергу призводить до виникнення нових форм взаємодії країн у зовнішньоекономічній сфері та сприяє більш інтенсивному розвитку зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємств.

В сучасних ринкових умовах господарювання роль ЗЕД підприємств як зовнішнього фактора економічного росту у розвитку самих господарських суб'єктів і у соціально–економічному розвитку всієї країни постійно зростає. Процеси перебудови управління ЗЕД на ринковій основі її лібералізація в Україні, поживлення економічних відносин, вихід на зовнішній ринок багатьох українських підприємств, які прагнуть отримати прибуток більший, ніж у середині країни, зумовлюють актуальність теми, оскільки вітчизняний ринок недостатньо місткий та не здатний поглинути всю запропоновану продукцію, що примушує підприємства виходити на зовнішні ринки, конкуренція на яких значно вища.

В умовах ринкової економіки успіх зовнішньоекономічної діяльності українського підприємства і стійке фінансове положення залежить від багатьох чинників. Найбільш вагомий із них – це висока конкурентоздатність товарів чи послуг, що випускаються або надаються. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість своєї продукції, відповідно до сучасних вимог.

Підвищення ефективності ЗЕД підприємства – це один із засобів економічного зростання підприємства в довгостроковій перспективі. Тому, для забезпечення конкурентоспроможності українського підприємства на зовнішньому ринку потрібна стратегія зовнішньоекономічної діяльності, яка буде враховувати, як внутрішні можливості підприємства, так ринкові умови, в яких йому доведеться працювати.

Підприємству, яке вирішило вийти на іноземний ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі як у країні, на ринок якої воно збирається вийти, так і у своїй власній.

Для вдосконалення системи підтримки національних підприємств на світових ринках та усунення загрози інтервенціоністських імпорتنих поставок можна запропонувати:

- по–перше, надавати державні гарантії щодо участі українських підприємств у міжнародних тендерах;
- по–друге, стимулювати вітчизняний експорт, шляхом запровадження спеціальної системи кредитування обігових коштів виробників.

На основі всебічного вивчення кон'юнктури світових ринків, підвищення конкурентоздатності української продукції, застосування сучасних технологій можна досягти позитивного ефекту від зовнішньоекономічної діяльності як на рівні підприємства, так і на макрорівні зокрема.

Організуючи та здійснюючи ЗЕД, кожне окреме підприємство має детально аналізувати всі чинники та виокремлювати ті з них, які будуть сприяти підвищенню ефективності організації ЗЕД.

Першим кроком для визначення чинників ефективності ЗЕД українських підприємств має стати визначення кола країн, які є привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки.

Вивчення економічного середовища передбачає аналіз економіки кожної з країн на предмет її привабливості як експортного ринку. Для цього необхідно провести оцінку економіки за двома характеристиками. Перша з них – структура господарства, яка визначає потребу країни до закупівель в товарах і послугах, рівень зайнятості і доходів населення тощо. Друга характеристика – характер розподілу доходів у країні [1, с.25].

Здійснюючи ЗЕД, керівництво підприємств обов'язково аналізує її ефективність. Аналіз економічної ефективності дає можливість обґрунтувати пропозиції щодо продажу і купівлі товарів, оцінити структуру, що склалася, напрямки зовнішньоторгового обороту підприємства. Таким чи-

ном, показники ефективності ЗЕД підприємства та їх аналіз дозволяють виявити позитивний результат зовнішньоекономічних операцій з імпорту і з експорту.

З метою підвищення ефективності функціонування зовнішньо–економічного комплексу необхідний розвиток системи і принципів державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків відповідно із курсом держави на підтримку реального сектору економіки. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, в першу чергу експортних операцій, знаходиться у великій залежності від удосконалення системи управління зовнішньоекономічними зв'язками. В цьому випадку значний інтерес представляє питання, пов'язане із можливістю прийняття оптимальних управлінських рішень стосовно задач, націлених на підвищення конкурентоздатності підприємства, а також узгодження його ефективної виробничої і збутової діяльності [3, с.14].

Вихід підприємства на зовнішній ринок завжди є вступом до конкурентної боротьби, а в умовах високої насиченості світових товарних ринків кожен товар змушений вести жорстку боротьбу за перевагу споживача.

Конкурентні позиції розвинутих країн на світовому ринку проявляються через ціну та якість продукції. Проблема підвищення конкурентоспроможності має кілька аспектів: технічний, організаційний, економічний, соціальний, психологічний, юридичний (правовий), комерційний. І хоча всі вони становлять єдину систему забезпечення конкурентоспроможності продукції, існує певна черговість у вирішенні питань кожного з аспектів з огляду на їх «вагомість» [2].

Таким чином, підприємство особливу увагу має звертати на актуальні для себе чинники, які здійснюють вплив на підвищення ефективності його зовнішньоекономічної діяльності. Українські підприємства мають вести постійний пошук шляхів скорочення витрат, підвищення прибутковості та збільшення позитивного економічного ефекту від ЗЕД та комплексно впроваджувати заходи, які сприятимуть підвищенню ефективності організації ЗЕД.

Список використаної літератури:

1. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. – 2009. – №2. — С. 24–30.
2. Гаркуша О.О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/>
3. Міжнародна конкуренція та можливості України в боротьбі за ринки збуту // Україна – business. – 2007. – С. 13–19.