

**РОЛЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ - ВИРОБНИКІВ
ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ**

У статті розглянуто практичні аспекти ролі міжнародної комерційної діяльності. Досліджено показники за допомогою яких можна визначити ефективність міжнародної комерційної діяльності. Запропоновано шляхи підвищення зовнішньоекономічної діяльності підприємств – виробників продуктів харчування.

Ключові слова: міжнародна комерційна діяльність, ефективність ЗЕД, підприємство, експорт, імпорт, показники ефективності

Харчова промисловість в Україні займає значну частку ринку. Вона складається з тисячі підприємств різних форм власності, різної чисельності працюючих і різним обсягом валового доходу. Ця сфера забезпечує життєво необхідними товарами всю країну, забезпечує зарплатою значну частину населення, адже її питома вага у структурі виробництва товарів споживання становить більше ніж 50%. Відповідно до зазначеного, питання стану і проблем розвитку харчової промисловості України є надзвичайно актуальним і потребує більш глибоких досліджень. Підприємствам, які працюють в сфері харчових технологій, необхідно збувати свою продукцію, як на вітчизняному ринку, так і за кордоном, тому комерційна діяльність підприємства на закордонних ринках є особливим видом його зовнішньоекономічної діяльності, яка в глобальному масштабі виступає одним з головних джерел доходів державного бюджету країни та відіграє провідну роль у її міжнародній діяльності.

Питання ролі та підвищення ефективності міжнародної комерційної діяльності підприємств виробників продуктів харчування завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів. Аспекти функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємства широко висвітлені насамперед у зарубіжній науковій літературі. В Україні зазначеними проблемами займаються такі фахівці, як Білий В., Губенко В., Завьялов П., Кредисов А., Лозенко А. П., Павленко Ф., Щербак В., Яковлєв А., Якубовський М. Комерційну діяльність в міжнародному масштабі досліджували Боярська З. І., Герчикова І. Н., Дахно І. І. та інші. Не зважаючи на те, що на дану тему є багато публікацій, але воно є недостатньо висвітлене і потребує подальшого аналізу.

Метою дослідження виступає узагальнення теоретичних аспектів комерційної діяльності підприємства та розробка методичних підходів та практичних рекомендацій для підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства харчової промисловості при здійсненні зовнішньоторговельних операцій.

Актуальність даної проблематики пояснюється тим, що ефективна міжнародна комерційна 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. Реформа зовнішньоекономічної діяльності, насамперед, промислових підприємств є одним із істотних напрямів перебудови господарського життя країни. Вона характеризується децентралізацією зовнішньоекономічної діяльності і поступовою відмовою держави від монополії на зовнішню торгівлю. Підприємства одержують право самостійного виходу на зовнішній ринок. На їх рівні починає зосереджуватися увесь спектр питань, пов'язаних із експортно-імпортною діяльністю, включаючи проектування експортних товарів, їх виробництво, збут і сервіс. Закріплюються економічні, матеріальні та правові умови для

посилення зацікавленості підприємств в експортній діяльності і підвищення її ефективності. Разом з тим, на сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність українських підприємств потребує вдосконалення.

Міжнародна комерційна діяльність - це товарно-грошовий обмін (експорт - імпорт), в процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту. Торговому підприємцю необхідно здійснити певні оперативно-організаційні і господарські операції, у тому числі вивчення попиту і ринку збуту товарів, можливість впливу постачальників і покупців товарів, налагодження з ними раціональних господарських зв'язків, транспортування товарів, рекламно-інформаційну роботу зі збуту товарів, організацію торгового обслуговування і т.п. Для того, щоб підприємство функціонувало успішно, необхідний постійний моніторинг його комерційної діяльності, який дозволить з'ясувати сильні та слабкі сторони, стійкість положення підприємства, ефективність його роботи [1. с. 25].

Співвідношення результатів комерційної діяльності до засобів виробництва і трудових ресурсів необхідних для її здійснення протягом певного періоду називають ефективністю комерційної діяльності.

До основних показників, що відображають економічний ефект від комерційної діяльності, відносять: обсяг реалізованої продукції, величину отриманого прибутку, економію ресурсів, витрат, різницю між продажем та купівельною ціною. Поряд з економічним зиском ефект комерції може означати і соціальну доцільність. Роль соціального ефекту в підприємницькому середовищі зводиться до скорочення тривалості робочого тижня, збільшення нових робочих місць, рівня зайнятості людей, якості торговельного обслуговування, впровадження сучасних методів продажу товарів тощо.

Важливими завданнями комерційної служби вітчизняних підприємств - виробників продуктів харчування являється вивчення і прогнозування об'єму регіональних товарних ринків, розвиток і вдосконалення рекламно -

інформаційної діяльності, координація постачальницької роботи серед постачальників та покупців. Для цього потрібно широко використовувати досвід закордонного маркетингу, який дозволяє успішно організувати комерційну діяльність підприємств в умовах ринку.

На сучасному етапі комерційна робота торгових підприємств повинна сприяти розширенню сфери зовнішньо-економічної діяльності з використанням різних форм економіко-фінансових зв'язків (бартер, кліринг, розрахунки у ВКВ). Для виконання цих задач комерційним працівникам необхідно добре знати свій економічний район і його природні багатства, реально оцінювати стан промисловості, сільського господарства, виробничі можливості і асортимент виробів, які виробляють на промислових підприємствах. Для вивчення постачальників і їх можливостей працівники комерційних служб повинні приймати участь в роботі товарних бірж, гуртових ярмарок, виставок-продаж, виставок-переглядів взірців кращих та нових виробів, стежити за рекламними оголошеннями по радіо і телебаченню, в газетах і журналах, бюлетенях попиту і пропозицій, біржовими оголошеннями, за проспектами і каталогами. Бажано при цьому відвідувати виробничі підприємства-постачальники для ознайомлення з виробничими можливостями, об'ємом та якістю продукції, яка випускається, приймати участь в нарадах з працівниками промисловості. Успішно здійснювати комерційну діяльність у важких і багатосторонніх умовах ринкових відносин зможуть тільки добре підготовлені висококваліфіковані кадри працівників торгівлі, які пройшли глибоку підготовку або підвищення кваліфікації в області сучасного маркетингу, менеджменту, організації і технології комерційної роботи. Очолювати торгові підприємства повинні кваліфіковані спеціалісти: товарознавці- комерсанти, економісти-менеджери, фінансисти, які добре знають комерційну роботу. На торгових підприємствах слід створювати міжнародні комерційні відділи, які б очолювали перші заступники, або як їх називають - комерційні директори [2. с. 154].

Сьогодні вже недостатньо виробнику виготовити товар і запропонувати його ринку. Необхідно подати саме той товар, який відповідає за своєю

якістю і асортиментом споживчому попиту. Крім того, деколи товар не реалізується не тому, що він неякісний, а через його невідповідність попиту споживачів на конкретному ринку, негнучкій ціновій політиці, низькій якості обслуговування.

У даний час комерційна діяльність підприємств охоплює питання вивчення споживчого попиту, джерел закупівлі товарів, організації господарських зв'язків з постачальниками і споживачами тощо. Окрім цього, комерційна робота включає формування оптимального асортименту, організацію оптової та роздрібною реалізації товарів, управління товарними запасами, рекламну діяльність, організацію обслуговування та інші операції.

Аналіз економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності проводять для того, щоб обґрунтувати пропозиції про продаж і купівлю товарів, оцінити структуру, що склалася, напрямки зовнішньоторгового обороту підприємства. Таким чином, показники ефективності ЗЕД підприємства та їх аналіз дозволяють виявити вигідність зовнішньоекономічних операцій з імпорту і з експорту. З точки зору виробника експортної продукції (товарів), яка безпосередньо виходить на зовнішній ринок, показники ефективності ЗЕД розраховують на основі таких даних:

- затрати на виробництво експортної продукції (Z_e);
- вартість експортної продукції у відпускних (внутрішніх) цінах (C_e);
- вартість експортної продукції у зовнішньоторгових цінах або валютна виручка від продажу продукції на зовнішньому ринку (B_e);
- вартість імпортової продукції у зовнішньоторгових цінах або валютні кошти, затрачені на закупку імпортованих товарів (V_i);
- вартість реалізації імпортованих товарів за внутрішніми цінами (C_i);
- затрати на придбання вітчизняних товарів, аналогічних імпортованим (Z_i).

Використовуючи вищевказані показники, розраховують:

- а) повну ефективність експорту та імпорту, показники якої характеризують у цілому сукупний процес виробництва і реалізації (для експорту), реалізації і використання (для імпорту);

б) економічну ефективність виробництва експорту і використання імпорту;

в) бюджетну (валютну) ефективність експорту та імпорту [3. с. 112].

Показники економічної та бюджетної ефективності відображають лише окремі частини зовнішньоекономічних операцій. Економічна ефективність характеризує процес виробництва експорту та використання імпорту. Бюджетна ефективність характеризує процес обігу продукції (товарів), тобто реалізацію експорту на зовнішньому ринку і використання імпорту на внутрішньому ринку.

Показники повної ефективності експорту та імпорту визначають на основі співвідношення їх вартості у зовнішньоторгових цінах і витратах на виробництво [4. с. 168].

Показники економічної ефективності виробництва експорту (використання імпорту) визначають шляхом зіставлення вартості експорту (імпорту) товарів за внутрішніми цінами і затрат на виробництво.

Бюджетну ефективність розраховують у вигляді зіставлення вартості експортних або імпортних товарів (продукції) у зовнішньоторгових і внутрішніх цінах.

Повну ефективність експорту - $Пеп$ і ефект - $Еп$ визначають за формулами:

$$Пеп = \frac{Be}{Ze} \quad (1)$$

$$Еп = Be - Ze \quad (2)$$

Повну ефективність імпорту $Піп$ і ефект - $Еіп$ визначають за формулами:

$$Піп = \frac{Zi}{Bi} \quad (3)$$

$$Еіп = Zi - Bi \quad (4)$$

Якщо $Пеп$ і $Піп$ більше одиниці, то експорт та імпорт такої продукції економічно вигідні.

Економічна ефективність виробництва експортної продукції P_{ee} та її ефект E_{ee} визначають для того, щоб оцінити економічну зацікавленість виробників продукції, поставляти її на світовий ринок самостійно або через зовнішньоекономічні організації:

$$P_{ee} = \frac{Ц_e}{Z_e} \quad (5)$$

$$E_{ee} = Ц_i - Z_i \quad (6)$$

Економічну ефективність споживання імпорту - P_{ie} та її ефект - E_{ie} визначають таким чином:

$$P_{ie} = \frac{Z_i}{Ц_i} \quad (7)$$

$$E_{ie} = Ц_i - Z_i \quad (8)$$

Бюджетну ефективність експорту - P_{eb} та її ефект - E_{eb} , а також бюджетну ефективність імпорту - P_{ib} та її ефект - E_{ib} визначають за такими формулами:

$$P_{eb} = \frac{B_e}{Ц_e} \quad (9)$$

$$E_{eb} = B_e - Ц_e \quad (10)$$

$$P_{ib} = \frac{Ц_i}{B_i} \quad (11)$$

$$E_{ib} = Ц_i - B_i \quad (12)$$

Для зовнішньоекономічних зв'язків окремих підприємств та економіки України важливе значення має ефект внаслідок відмінностей у структурі цін. Не менш важливим для вітчизняної економіки є використання науково-технічного ефекту, зважаючи на існуючий науково-технічний потенціал, обмеження фінансових ресурсів для його реалізації. Загалом можна стверджувати, що ефект від зовнішньоекономічних зв'язків виражається в конкретних економічних результатах [5. с. 38].

Вказаний ефект може бути обмежений (збільшений чи зменшений) внаслідок дій держави, спрямованих на досягнення загальнодержавних економічних та інших цілей. З іншого боку, на ефект впливають (стимулюючи чи дестимулюючи його) дії інших держав, міжнародних і регіональних державних та підприємницьких угруповань.

Отже, на основі вищезазначеного дослідження можна прийти до висновку, що покращення показників міжнародної комерційної діяльності підприємств харчової промисловості, як і будь яких інших вітчизняних суб'єктів господарювання можливе у випадку активної експортної діяльності за умови зниження ціни національної валюти, що у свою чергу приведе до зниження ціни національних товарів, які виражені в іноземній валюті і сприятиме здешевленню експорту та зростанню його фізичних обсягів. Якщо ж комерційна діяльність підприємства пов'язана переважно з імпортними операціями, то найбільш сприятливою ситуацією підвищення результатів стане підвищення курсу національної валюти, що зробить імпортні товари більш дешевими надаючи українським імпортерам конкурентну перевагу за ціною. Крім того, необхідною умовою вдосконалення комерційної діяльності має стати визначення її ефективності на зовнішніх ринках. Доцільно проводити обґрунтування ефективності як за окремими позиціями зовнішньоторговельних операцій, так і інтегральну, що дозволить обирати найбільш привабливих контрагентів та ринки збуту і підвищить ефективність від міжнародної комерційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. 2009. — № 2. — С. 24-30.
2. Дахно І. І. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. / Дахно І.І. - К.: МАУП, 2003. – 296 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: кредитно-модульний курс: Навч. посіб.-3-тє вид.перероб. та доп./за ред.Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, К.І. Ржепішевського. – К.: Центр навчальної літератури, 2010.- 288 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
5. Соркин С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка : моногр. / Соркин С. Л. – Гродно : ГрГУ, 2011. – 130 с.