Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність [Текст]:

Матеріали VІ (XVIII)Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 11-12 березня 2010 р.: тези доповідей / [редкол.: В.Г. Герасимчук (відпов. ред) та ін.].–К.: НТУУ «КПІ», 2010.- 290с.

Розвиток експортної діяльності підприємства як фактор його конкурентоспроможності

Ковальська Т.М.

Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут"

Важливою складовою частиною стабілізації господарської діяльності підприємств, фірм, усіх учасників ринкових відносин є зовнішньоекономічна діяльність - одна із сфер господарської діяльності, пов’язана з міжнародною виробничою та науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом товарів, послуг, виходом підприємств, організацій на зовнішній ринок. Зокрема, значну частку зовнішньоекономічних операцій складає експорт. Розвиток експорту - це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності на рівні підприємницьких структур і в масштабах усієї країни [1].

Актуальність даної проблематики полягає в тому, що ефективна експортна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, забезпеченню економічної безпеки України. Реформа експортної та власне зовнішньоекономічної діяльності, насамперед, промислових підприємств є одним із істотних напрямів перебудови господарського життя країни. Підприємства повинні одержати право самостійного виходу. на зовнішній ринок [2].

Разом з тим, на сучасному етапі експортна діяльність українських підприємств потребує вдосконалення. Цьому, насамперед, повинна сприяти виважена державна політика у зовнішньоекономічній сфері. Бона має бути націленою на:

Перепрофілювання підприємств, які в основному працюють на сировині і комплектуючих, що ввозяться із-за кордону, поставки яких є ненадійними й економічно невиправданими;

Випуск нової конкурентоспроможної продукції шляхом надання певних знижок при її експорті;

Підвищення якості продукції, що спрямовується на експорт [3].

Вітчизняний товаровиробник спроможний вийти на світовий ринок лише за умови виробництва якісної продукції, яка б відповідала існуючим запитам і потребам споживачів. Розв’язання цієї проблеми можливе лише за умови вкладення капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок у пріоритетні галузі. У переважній більшості продукція вітчизняних товаровиробників характеризується низьким рівнем якості, що не відповідає світовим стандартам, а також високим рівнем витрат на її виробництво, що в кінцевому підсумку обумовлює низький рівень конкурентоспроможності на зарубіжних ринках [1].

Удосконалення експорту неможливо розглядати ізольовано, без врахування взаємозалежності між станом економіки й ефективністю зовнішньоекономічних відносин, а також особливостей сучасної економічної кризи та зарубіжного досвіду розвитку експортоспроможних виробництв. Структура експорту України визначається потребами зарубіжного ринку і спеціалізацією її економіки як частини народногосподарського комплексу колишнього СРСР. Остання обставина і сьогодні обумовлює інерційність галузевої та товарної структури економіки України [4].

Оцінка ефективності експорту повинна здійснюватися на підставі таких показників, як обсяги експорту продукції, прибуток від зовнішньоекономічної діяльності. Варто зазначити, що окрім обсягів експорту, на величину прибутку впливають внутрішні і зовнішні фактори (зміна цін на сировину і кінцеву продукцію, зміна собівартості продукції, її структура, асортимент, якість продукції, поточний курс акцій, ставки податків та митних тарифів) [5].

Визначення економічної ефективності ставить за мету на підставі порівняння можливих варіантів співробітництва із закордонними партнерами сприяти удосконаленню структури експорту і забезпеченню на цій підставі високоприбуткової роботи підприємства. Ефективність є функцією правильної кон’юнктурно-цінової політики підприємства у зовнішньоекономічній діяльності.

Список літератури

1. Вівчар О. I. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 24-30
2. Завьялов П. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения // Маркетинг. – 2008. - № 10. – С. 45-49.
3. Щербак В. Г., Лозенко А. П. Проблеми проникнення вітчизняних підприємств на зовнішні ринки // Фінанси України. – 1999. - № 4. – С. 58-61.
4. Скоропад І.С., Герасименко С.І. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв’язків. // Вісник національного університету „Львівська політехніка”. - 2003. - №469. - С. 498-502.
5. Соболєва-Терещенко О.А. Комплексна оцінка експорту товарів // Економіка. Фінанси. Право. - 2001. - №2. - С. 12-13.