

Тернопільський національний економічний університет

Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

3

«Економічної теорії»

на тему:

«Механізм зовнішньоекономічної політики України: теорія і практика»

Студентки 2 курсу групи ФО-21

напряму підготовки: оподаткування

Петльованої О. С.

Керівник: Вірковська А.А.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії: _____

(підпис, прізвище та ініціали)

(підпис, прізвище та ініціали)

(підпис, прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2016

Зміст

Вступ.....	3
1. Теоретико-методологічні основи зовнішньоекономічної політики.....	6
2. Аналіз практичних засад зовнішньоекономічної політики національної економіки.....	20
3. Проблеми та перспективи зовнішньоекономічної політики України.....	30
Висновки.....	37
Список використаних джерел.....	39

Вступ

Існування світового господарства на ринкових засадах і побудова ринкової економіки в Україні ставлять перед нашою державою завдання інтеграції до світової економіки, участі в міжнародному поділі праці. Це дасть неабиякі можливості отримати додаткові ресурси, стимули для підвищення ефективності національної економіки, конкурентоспроможності на світовому ринку. Захист національних інтересів за умов посилення НТР і глобалізації, загострення конкуренції на світовому ринку потребує від уряду держави проведення зовнішньої економічної політики, адекватної сучасним вимогам функціонування світового ринку та реальному рівню розвитку національної економіки.

Міжнародні економічні відносини є однією з найбільш динамічно розвинутих сфер економічного життя. Економічні зв'язки між державами мають багатовікову історію. Протягом сторіч вони існували переважно як зовнішньоторговельні, вирішуючи проблеми забезпечення населення товарами, що національна економіка робила неефективно чи не робила зовсім. Зовнішньоекономічна діяльність стає усе більш важливим фактором розвитку народного господарства та економічної стабілізації нашої країни. Зараз немає практично жодної галузі в промислово розвинутих країнах, що не була б пов'язаною зі сферою зовнішньоекономічної діяльності.

На всіх історичних етапах розвитку держави зовнішньоекономічна діяльність впливала на вирішення економічних проблем на різних рівнях: народного господарства в цілому, окремих регіонів, об'єднань, підприємств. Як частина загальної структури народного господарства, зовнішньоекономічна діяльність впливає на удосконалювання внутрішньогосподарських пропорцій, розміщення і розвиток виробничих сил. Ще жодній країні не вдалося створити здорову економіку, ізолювавшись від світової економічної системи.

Зовнішньоекономічна діяльність є одним із найважливіших напрямків розвитку підприємництва. Завдяки їй забезпечується покриття потреб країн

світового співтовариства у сировині, матеріалах, паливі, енергоносіях, машинах, обладнанні та устаткуванні, товарах широкого вжитку, послугах. Разом з тим зовнішньоекономічна діяльність є суттєвим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. В умовах переходу до ринку зовнішньоекономічна діяльність виступає невід'ємним напрямом підприємництва багатьох великих, середніх та малих фірм, які функціонують у промисловості, сільському господарстві, будівництві, зв'язку, на транспорті, у фінансовій сфері тощо.

Дослідження проблем зовнішньоекономічної політики суб'єктів національної економіки, шляхів та методів їх розв'язання знайшли відображення в наукових працях відомих учених-економістів А. М. Візевич, М. І. Дідківського, І. В. Багорова, В. І. Губенка, О. Д. Гудзинського, А. М. Кандиби, В. В. Козика, Ю. П. Макогона, О. М. Онищенко, А. П. Румянцева, В. І. Топіхи, О. І. Яковлева та ін. Однак питання організації ЗЕД підприємств АПК і визначення економічної ефективності експорту певних видів продукції розглянуті недостатньо.

Об'єктом дослідження в роботі виступає зовнішньоекономічна політика України.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних питань зовнішньоекономічної політики України.

В роботі поставлено за мету з'ясування особливостей зовнішньоекономічної політики України, як важливого фактора підвищення ефективності економічної політики загалом, а також пошук шляхів щодо вирішення проблем здійснення зовнішньоекономічної політики України.

У процесі дослідження використовувалися загальнонауковий діалектичний метод; історичний і системний підходи до вивчення процесу обліку, аналізу та контролю доходів підприємств; методи класифікації; порівняльних характеристик; наукової абстракції; нормативно-правового забезпечення; економіко-статистичні методи; метод групувань, графічний метод та метод табличного відображення аналітичних даних.

Інформаційну базу дослідження склали: правові і нормативні акти Кабінету Міністрів України, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, поточні дані господарської діяльності та показники річної фінансової звітності досліджуваного підприємства та інші.

1. Теоретико-методологічні основи зовнішньоекономічної політики

Повноцінне функціонування економіки жодної країни не може відбуватися без розвинутої системи зовнішньоекономічних зв'язків. Включення національної економіки в систему світових господарських процесів позитивно впливає на розвиток економіки країни, сприяє підвищенню технічного рівня виробництва, раціональному використанню природно-сировинних ресурсів, ліквідації дефіциту окремих товарів, а відтак і підвищенню рівня життя населення.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) — це заснована на взаємовигідних економічних відносинах діяльність у галузі міжнародної торгівлі, руху капіталів, міграції робочої сили, передачі технологій. У всіх країнах, а особливо в країнах із перехідною економікою, де сталася широка лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, її державне регулювання є об'єктивною необхідністю. Таке регулювання спрямоване на забезпечення захисту інтересів країни та суб'єктів її зовнішньоекономічної діяльності, створення для останніх рівних можливостей розвивати всі види підприємницької діяльності та напрями використання доходів і здійснення інвестицій, на розвиток конкуренції та ліквідацію монополізму [8, с. 19].

Практика здійснення зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах відтворюється через зовнішньоекономічні зв'язки суб'єктів господарювання, які, в свою чергу, здійснюються за такими напрямками:

- зовнішня торгівля;
- спільне підприємництво на території України;
- спільне підприємництво за кордоном;
- іноземне підприємництво на території України;
- міжнародні об'єднання та організації;
- консорціуми;
- підрядна співпраця;
- концесії;
- лізинг;

- співробітництво на компенсаційній основі;
- співробітництво на умовах розподілу продукції між партнерами;
- переробка давальницької сировини;
- залучення іноземної робочої сили;
- виробниче кооперування;
- науково-технічна співпраця;
- торгівля ліцензіями й технологією;
- прибережна та прикордонна торгівля;
- торгівля будівельними послугами; торгівля транспортними послугами;
- співробітництво в банківській сфері;
- іноземний туризм; співробітництво у вільних економічних зонах;
- інші форми міжнародного економічного співробітництва (біржі, торговельні будинки, асоціації).

Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпортних торговельних операцій. Це і зрозуміло, адже на такі операції припадає майже 80% усіх здійснюваних у зовнішньоекономічній діяльності операцій.

Усі базові поняття, які використовуються при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємств, викладено в ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність підприємств» [2].

На зовнішньоекономічну діяльність впливає багато зовнішніх факторів, тому її доцільно характеризувати в комплексі системи господарювання (рис. 1.1) [25, с. 41].

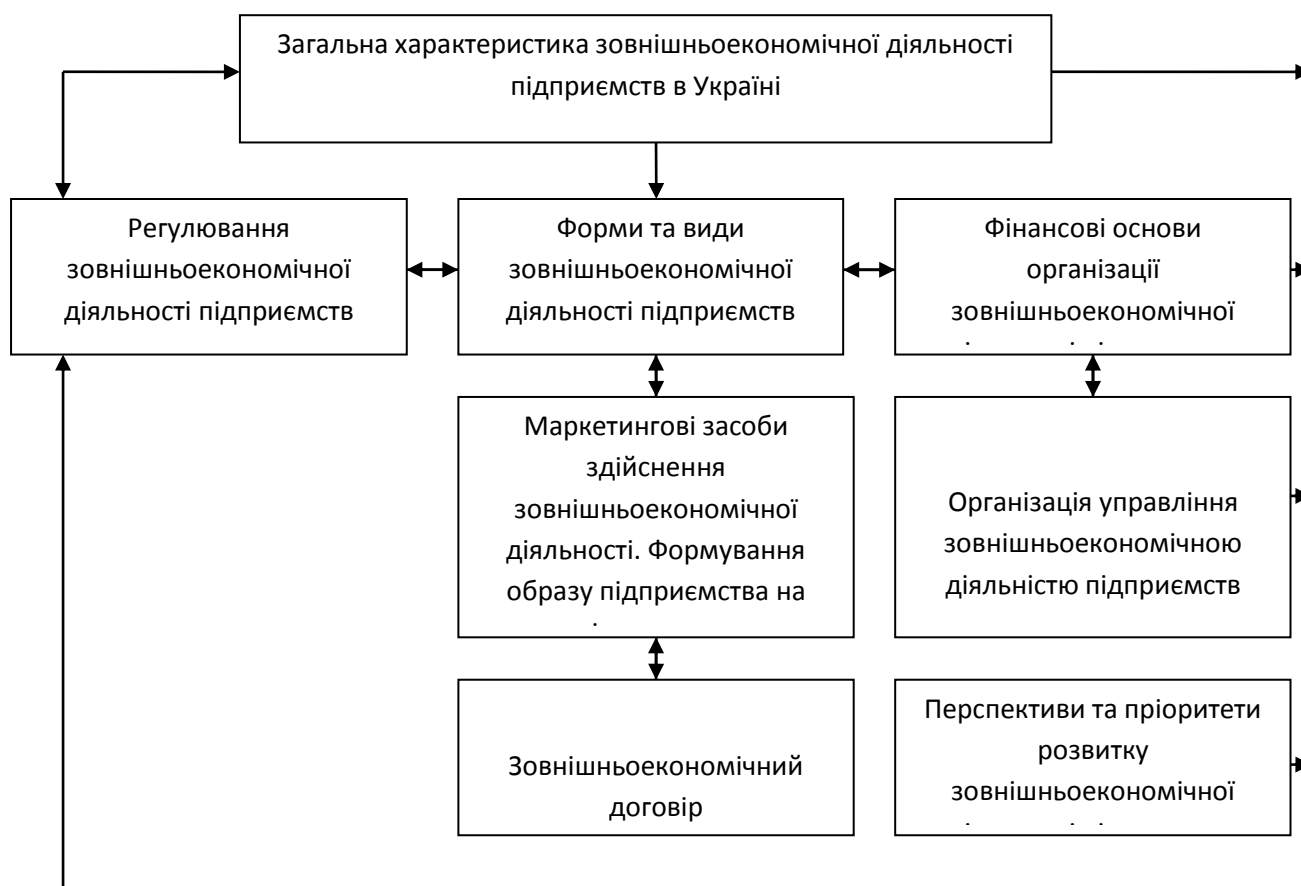


Рис.1.1. Зовнішні фактори впливу господарської діяльності на зовнішньоекономічну діяльність підприємств

Загальна характеристика зовнішньоекономічної діяльності включає розгляд і обґрунтування співіснування різних форм та видів зовнішньоекономічних операцій, визначення змісту й особливостей укладення зовнішньоекономічних договорів (контрактів), а також виконання зобов'язань, що виникають з фінансово-кредитних відносин на зовнішньому ринку. Неможливо надати детальну характеристику будь-якій зовнішньоекономічній операції без визначення її ефективності для вітчизняного підприємства, яке її здійснює. Засобами ж, які допомагають визначитися із оцінкою (чи то позитивною, чи то негативною), є маркетингові важелі та прийоми, впровадження яких для аналізу поточної ситуації на зовнішньому ринку дає можливість застосовувати ефективні управлінські рішення й опрацьовувати комплекс заходів, які можуть стати вирішальними при формуванні позитивного іміджу як на внутрішньому

(національному), так і на зовнішньому ринку. Отже, саме при дотриманні такої послідовності при характеристиці зовнішньоекономічної діяльності, знаючи аргументи, що свідчать на користь здійснюваних на підприємстві зовнішньоекономічних операцій, та недоліки і вади, з якими підприємству слід боротися, стає можливим звернення саме до тих органів і засобів регулювання, які сприятимуть швидкому та ефективному розв'язанню будь-якої проблеми в зовнішньоекономічній сфері [25, с. 47].

Зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних підприємств ототожнюється передусім зі здійсненням експортно-імпортних операцій, які можуть мати різні прояви і тенденції. У цьому зв'язку слід чітко розрізнити поняття виду та форми зовнішньоекономічних зв'язків, які здійснює підприємство.

Вид зовнішньоекономічних зв'язків – це сукупність зв'язків, об'єднаних однією ознакою, наприклад, напрямком товарного потоку і структурною ознакою. Класифікаційна ознака, пов'язана з напрямком товарного потоку, визначає рух товару (послуги, роботи) з однієї країни в іншу. За цією ознакою зовнішньоекономічні зв'язки поділяються на:

- експортні;
- імпортні.

Структурна ознака класифікації зовнішньоекономічних зв'язків (рис. 1.2) визначає їх груповий склад, який відтворює сферу економічних інтересів і основну мету зовнішньоекономічної діяльності як господарюючих одиниць, так і держави в цілому. За цією ознакою зовнішньоекономічні зв'язки поділяються на:

- зовнішньоторговельні;
- фінансові;
- виробничі;
- інвестиційні.

Форма зв'язку – це засіб існування певного виду зв'язку, зовнішній прояв (оформлення) сутності будь-якого конкретного зв'язку. До форм

зовнішньоекономічних зв'язків відносять торгівлю, бартер, туризм, інжиніринг, франчайзинг, лізинг, інформаційний обмін, консалтинг тощо.

Спираючись на запропоновану класифікацію зовнішньоекономічних зв'язків (рис. 1.2), детально розглянемо особливості здійснення вітчизняними підприємствами кожної з форм зовнішньоекономічних операцій, визначивши їх специфіку в Україні [41, с. 59].

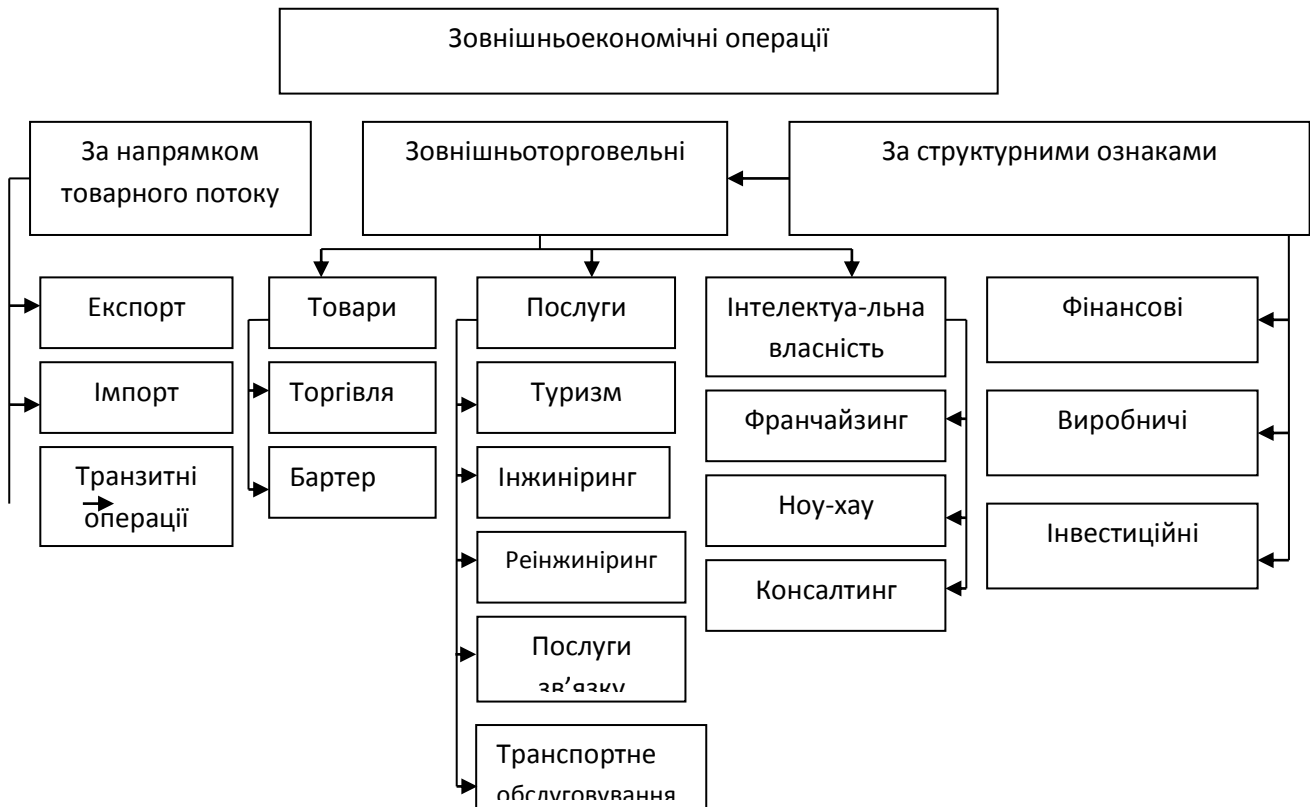


Рис.1.2. Структурні ознаки класифікації зовнішньоекономічних зв'язків

Значне місце в зовнішньоекономічній діяльності посідають зовнішньоторговельні операції, які характеризуються великим розмаїттям, оскільки вони здійснюються за трьома абсолютно різними напрямками: товарним, наданням послуг та обміном продуктами інтелектуальної власності. Це дає підстави зазначити, що саме цей вид здійснення зовнішньоекономічної діяльності є найбільш перспективним для подальшого розвитку.

Зовнішньоекономічна діяльність багатоміноменклатурна: вона об'єднує, здавалося б, на перший погляд, несумісні операції, які можна здійснювати і

на локальному рівні, не виходячи за межі національних відносин усіх суб'єктів господарювання. Так, консалтингові, туристичні послуги, інжинірингові, реінжинірингові, транспортні операції цілком можливо здійснювати в межах конкретного підприємства (фірми). Але поширення їх і на зовнішньоекономічну сферу дозволяє підвищити загальну ефективність функціонування вітчизняних підприємств в умовах трансформації економіки України в ринкову.

Особливої уваги потребує розгляд кожної із зазначених форм і видів зовнішньоекономічних операцій з метою визначення їх характерних властивостей для результативного здійснення в практичній діяльності.

В умовах ринкової економіки держава має виконувати певні функції, які компенсують так звані "відмови ринку", тобто регулювати ті сфери господарського життя, у яких ринок є безсилим. Для виконання таких функцій держава здійснює економічну політику із забезпечення країни суспільними благами, з підтримки досконалої конкуренції та боротьби з монополізмом, регулювання зовнішньоекономічного сектору та ін.[41, с. 60].

Зовнішньоекономічна політика є частиною економічної політики, яка у свою чергу є складовою політики держави взагалі її цілі мають бути сумісними з цілями економічної політик та політики взагалі. Так само зовнішньоекономічні заходи мають бути сумісними із загальним політико-економічним та суспільно-політичним ладом у суспільстві. Певні зовнішньоекономічні цілі можуть розглядатися тільки як засіб або проміжна мета для досягнення стратегічної загальноекономічної або загальнополітичної цілі.

Зовнішньоекономічна політика (ЗЕП) за стратегічною метою є логічним продовженням внутрішньої економічної політики, але з власними зовнішніми факторами та інструментами для реалізації, а отже, вона тісно взаємозв'язана з внутрішньою політикою. Це — національна політика країни стосовно інших суб'єктів світового господарства, якими можуть бути і держави, і міжнародні економічні організації, інститути й міжнародні

акціонерні товариства. Положіття країни в міжнародних економічних відносинах характеризуються рівнем економічного і політичного розвитку, обсягом національного капіталу, життєвим рівнем населення, природними багатствами, ступенем розвитку науки та іншими чинниками. Інакше кажучи, зовнішньоекономічна політика — це функція економічної та політичної системи держави.

Розвиток і поглиблення міжнародного поділу праці за умов територіально-адміністративної економічної відокремленості національних економік визначають потребу в тому, щоб міжнародні економічні ринкові відносини функціонували на підставі дії об'єктивних економічних законів. Кожний національний суб'єкт цих відносин дбає тільки про свої економічні інтереси, окреслює пріоритети з урахуванням реального стану національної економіки, сили національного капіталу. За обмежених ресурсів і підвищення ефективності виробництва, особливо в розвинутих країнах, зростає і загострюється конкуренція на світовому ринку між національними товаровиробниками. Вона посилює диференціацію країн на розвинуті й слаборозвинуті, на багаті та бідні. Економічно могутні країни, регіональні інтеграції в змозі проводити зовнішню політику з позиції сили та істотно впливати на міжнародні економічні відносини для обстоювання своїх національних інтересів. Країни з низьким рівнем розвитку змушені пристосовуватись до такого порядку і формувати свою зовнішню політику або на підставі реальних економічних можливостей, або об'єднуватись у регіональні економічні інтеграції.

В економічній літературі можна знайти багато різних визначень зовнішньої економічної політики. Наприклад, її характеризують як один з основних макроекономічних зв'язків, що спирається на тарифи і ліцензії в нинішній торгівлі, установлення обмінного курсу національної валюти для стимулювання, прискорення або вповільнення економічного розвитку країни. Іще існує визначення зовнішньої економічної політики як системи заходів, націлених на досягнення економікою конкретної країни певних переваг на

світовому ринку й одночасно на захист внутрішнього ринку від конкуренції іноземних товарів.

Найбільш чітко сутність зовнішньоекономічної політики можна зрозуміти з такого визначення: "... це — комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування національної економіки в системі світового господарства" .

У навчальній та науковій літературі іноді ототожнюють поняття "зовнішньоекономічна політика" (ЗЕП) і "міжнародні економічні відносини" (МЕВ). Але це не ідентичні категорії, бо політика— це бажання, наміри суб'єкта економічної діяльності реалізувати свої економічні інтереси, а зовнішні (міжнародні) економічні відносини — це засіб, форма фактичної реалізації намірів, політики. Тому можна цілком погодитися з тим, що зовнішньоекономічна політика — це політичний курс дій суб'єктів зовнішньоекономічних відносин і діяльності, або політична стратегія суб'єкта в реалізації його зовнішньоекономічних інтересів. ЗЕП держави в процесі функціонування та розвитку МЕВ є суб'єктивним чинником, що породжує різні суб'єктивні відносини з цією системою. А загалом під зовнішньоекономічною політикою треба розуміти форму політичної організації публічної матеріальної можливості та спроможності соціального суб'єкта формувати й реалізовувати його зовнішньоекономічні інтереси та цілі у сфері міжнародних відносин .

У цьому визначенні ЗЕП поєднується формування і політики, і намірів та їхня реалізація в міжнародних відносинах, а ось міра реалізації намірів, цілей політики може бути різною (повною, частковою).

Зовнішньоекономічній політиці притаманні власні специфічні ознаки, на відміну від внутрішньої економічної політики, а саме:

1) установлення і реалізація цілей ЗЕП (якщо за стратегічною метою і внутрішня, і зовнішня економічна політика держави можуть, практично, збігатися, то за засобами реалізації— відрізняються);

2) визначення національних інтересів держави та їх узгодження з

інтересами інших держав, яке може бути як стихійно-ринковим, конкурентним, так і ринково регульованим;

3) національне організаційно-інституційне і теоретично-концептуальне забезпечення ЗЕП (правова, організаційна структура та інфраструктура національних ринкових відносин, відповідна теоретична концепція міжнародних економічних відносин, ключові вектори МЄВ).

Саме собою зовнішнє середовище не визначає суті зовнішньоекономічної політики (ЗЕП), оскільки її формують переважно інтереси політичного панівного класу. Зміст ЗЕП відповідної держави обумовлюється її соціально-економічною організацією, а зовнішнє середовище надає ЗЕП лише форми, що відповідає об'єктивним умовам міжнародних економічних відносин на певному історичному етапі розвитку. Тому конкретна держава, інтегруючись у світове економічне співтовариство, змушена наближати свої інтереси і цілі до об'єктивної ситуації в системі міжнародних економічних відносин.

На формування і реалізацію ЗЕП впливають як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. Об'єктивним підґрунтям формування ЗЕП є зовнішні економічні потреби, які своєю чергою стають фундаментом зовнішньоекономічного інтересу, а останній реалізується через політичний інтерес, перш за все економічний, і стає метою зовнішньоекономічної діяльності.

Реалізація зовнішньоекономічного інтересу— це завжди можливість вибору способів, форм, механізмів для досягнення мети. Цей вибір залежить від розстановки економічних сил, класів, соціальних груп, партій, від певної системи політичних відносин, панівного класу або політичної партії, ідеології, теоретичної економічної концепції та інших факторів. Тому зовнішньоекономічна політика країни завжди має високий рівень суб'єктивізму, бо залежить від інтересів певного класу, соціальної групи або політичної партії, блоку партій в уряді.

Структурними елементами ЗЕП є суб'єкти, об'єкти і ресурси

(матеріально-технічні, організаційні, адміністративні, людські та духовні). Кожний суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності дбає про свої інтереси і цілі. Головним суб'єктом ЗЕП і МЄВ є держава, тому засадничим принципом зовнішньоекономічної діяльності є принцип всеосяжності, що означає загальнообов'язковість рішень держави для всіх суб'єктів міжнародних економічних відносин. Виразниками і втілювачами зовнішньоекономічних інтересів є фізичні та юридичні особи як суб'єкти ЗЕП, які обстоюють свої інтереси.

Держава як виразник і втілювач національного економічного інтересу також має свої цілі або "дерево цілей" ЗЕП, яке складається з генеральних і стратегічних цілей.

Першорядною метою зовнішньоекономічної політики є забезпечення добробуту людей і розвиток особистості за умови економічної незалежності держави і стабільного економічного зростання.

Виділяють різні типи стратегічних цілей: кількісні (наприклад, зростання зовнішньоторговельного обороту); якісні (підвищення конкурентоспроможності товарів на світовому ринку); короткострокові (стимулювання експорту), середньострокові (створення спільних високотехнологічних підприємств з іноземними партнерами); довгострокові (регіональна інтеграція та довгострокове співробітництво з певними країнами). Наприклад, вступ України до ЄС є не стратегічною метою, а засобом реалізації такої мети.

Реалізація всіх стратегічних цілей має бути підпорядкована генеральній меті, а кінцевим завданням державної ЗЄП є зміцнення й оновлення соціально-економічних відносин у державі.

Окремі цілі за їхнім значенням у досягненні кінцевої мети можуть бути: а) гармонійними; б) автономними, що не залежать одна від одної; в) суперечливими, що частково перекривають одна одну; г) взаємовиключними, що заперечують одна одну; д) домінувальними, що відбивають пріоритети ЗЄП.

Слід зауважити, що зовнішня економічна політика мінлива й нестабільна, оскільки на неї впливають різноманітні внутрішні та зовнішні фактори: соціально-політична ситуація в певній країні, становище національної економіки, міжнародна ситуація в системі міжнародних відносин тощо.

Зовнішньоекономічну політику можна аналізувати з двох боків: захисного і наступального. Кожна держава залежно від рівня розвитку національної економіки і системи ринкових міжнародних відносин проводить таку ЗЕП, яка відповідає її національним, перш за все економічним інтересам. В економічній теорії розглянуто кілька основних напрямків формування й реалізації зовнішньоекономічної політики.

Історично першим напрямком зовнішньої економічної політики на етапі розвитку зовнішньої торгівлі у феодальному суспільстві був меркантилізм (від "тегкаше" — купець). Прихильники цієї політики виходили з того, що підґрунтям феодального суспільства був купецький капітал, переважно грошовий. Тому багатство держави ототожнювали з нагромадженням грошей (золота, срібла) і вважали, що зовнішня торгівля як напрям ЗЕП має бути зорієнтована на нагромадження дорогоцінних металів (реальних грошей) способом здійснення політики обмеження імпорту і розширення експорту за допомогою втручання держави та її контролю за станом імпорту та експорту.

Головним засобом обмеження імпорту товарів на внутрішній ринок було мито. До колоній товари можна було ввозити тільки з метрополії, постачання з інших країн обмежувалось або навіть заборонялось.

З розвитком продуктивних сил суспільства і переходом до капіталістичного способу виробництва виникає другий напрямок ЗЕП— протекціонізм, завдання якого полягало не в нагромадженні грошей державою, а в захисті національної економіки, національних товаровиробників за допомогою мита і кількісного обмеження імпорту, а іноді й експорту.

З розвитком капіталістичного способу виробництва, підвищенням ефективності виробництва, особливо у промислово розвинутих країнах, політика протекціонізму все більше суперечила економічним інтересам капіталістичних виробників, яким потрібні були нові ринки збуту. Ця політика заважала експансії капіталу. На шляху реалізації зростаючої кількості більш дешевих товарів машинного виробництва постали перепони, створені політикою протекціонізму. Світовий ринок було поділено на сектори та регіональні ринки на основі метрополій та залежних від них країн.

Об'єктивні потреби розвитку капіталістичного виробництва, зростання обсягів виробництва привели до появи нового напрямку— концепції "вільної торгівлі", яку розробили представники класичної англійської політичної економії А. Сміт та Д. Рікардо. Основоположна ідея цього вчення полягала в тому, що найбільшу вигоду здобувають країни, які беруть активну участь у міжнародному поділі праці на підставі витрат виробництва або затрат праці (абсолютних— за А. Смітом і відносних— за Д. Рікардо). Ці погляди в дальшому поглибили Е. Хекшер та Б. Олін, які сформулювали так звану теорію чинників виробництва, а також інші вчені.

Сутність поглядів прибічників "вільної торгівлі" суперечила переконанням як меркантилістів, так і представників протекціонізму, тому що ліберали рекомендували державі максимально обмежити втручання в економіку, у т. ч. у зовнішньоекономічну діяльність, зокрема в зовнішню торгівлю. Втручання допускалося лише в окремих випадках: для гарантування безпеки і зміцнення обороноздатності країни або централізації державної підтримки експорту, що здійснюється іншою державою.

Сьогодні в торговельно-політичній практиці широко застосовуються зразу обидва напрямки зовнішньоекономічної політики — як протекціонізм, так і політика вільної торгівлі. Поодинці їх практично ніколи не використовують.

Індустріально розвинуті країни світу стосовно слаборозвинутих країн діють під гаслом вільної торгівлі, лібералізації ринкових відносин, знищення

перепон на шляху руху товарів (кількісні та митні обмеження). Але якщо внутрішня економіка або відповідні галузі розвинутих країн недостатньо конкурентоспроможні на світовому ринку і потребують державного захисту в національних інтересах, тоді уряди цих країн проводять політику протекціонізму стосовно країн, які виробляють більш конкурентоспроможну продукцію. Аналіз свідчить, що до останнього часу основним напрямком ЗЕП був протекціонізм, а вільна торгівля була наявною лише епізодично на тлі застосування політики протекціонізму.

Поява монополій і монополізація (олігополізація) окремих галузей призвела до виникнення четвертого напрямку ЗЕП — над-протекціонізму, або наступального (агресивного) протекціонізму. Його відмінність від протекціонізму вільної конкуренції полягає в тому, що він захищає інтереси найрозвинутіших, монополізованих галузей економіки, тоді як протекціонізм на домонополістичній стадії розвитку був спрямований на захист від іноземної конкуренції найслабкіших, неконкурентоспроможних галузей економіки. Мета такої політики полягає в тому, щоб за рахунок високих монопольних цін на внутрішньому ринку отримувати монопольно високий прибуток, що дасть змогу агресивно наступати на позиції конкурентів на світовому ринку.

Під час сучасної НТР, поглиблення міжнародного поділу праці і загострення конкуренції на світовому ринку посилились процеси інтернаціоналізації та інтеграції, які справляють зростаючий вплив на формування й реалізацію зовнішньоекономічної політики. Виникнення різних регіональних і міждержавних інтеграційних союзів (наприклад ЄС) зумовили появу нового напрямку ЗЕП— колективного протекціонізму. Його відмітною рисою є певна лібералізація взаємної торгівлі (але узгодженої між країнами інтеграції) і проведення узгодженої єдиної протекціоністської політики щодо інших країн. Прикладом такої політики є відносини між ЄС та США, іншими країнами.

За сучасних умов у формуванні ЗЕП активну роль виконують держава,

монополістичні групи та створені ними різні асоціації, комітети та інші національні й галузеві об'єднання національного капіталу, між якими існують певні розбіжності, що пояснює певну компромістність економічної політики.

Ринкові відносини стають усе більш регульованими, а отже, значного регулятивного впливу зазнають і зовнішньоекономічні відносини, тобто формування та реалізація ЗЕП кожної країни. Впливають на зовнішньоекономічні відносини країн і міждержавні міжнародні офіційні й неофіційні інститути (наради семи найвпливовіших країн, які проводяться з 1975 р. регулярно; Міжнародне енергетичне агентство, створене 1974 року; ГАТТ-СОТ; МВФ, Світовий банк, ОЕСР тощо).

Також неабиякий вплив на міжнародні економічні відносини справляють ТНК, пов'язані між собою угодами про розподіл ринків, ціни, умови продажу, захист патентів тощо. Такі угоди створюють перепони для імпорту не менш відчутні, ніж ті, що робляться за допомогою звичайних торговельно-політичних бар'єрів. Це — приватномонополістичний протекціонізм як специфічна риса сучасної зовнішньоекономічної політики, що дістала назву обмежувальної практики монополій.

Зовнішньоекономічна політика країн світу сьогодні формується за активної дії глобалізації. Під глобалізацією в економічній науці, як заведено, розуміють вільний рух між країнами товарів і факторів виробництва (праці, капіталу, знань). Існують різні погляди і визначення глобалізації, але головними її критеріями є діалектична взаємодія природи, людини і суспільства за умов сучасної НТР . Учені вважають, що глобалізація почалася з кінця ХІХ ст.

Особливим напрямком ЗЕП, яка проводилась у СРСР та інших соціалістичних країнах, була політика монополії зовнішньої торгівлі як виключне право на здійснення зовнішньоекономічних зв'язків країни.

Головними складниками і засобами зовнішньоекономічної політики є торговельна політика, кредитно-грошова політика, валютно-кредитна політика, двосторонні та багатосторонні договори та угоди, митно-тарифні

засоби, нетарифні засоби тощо.

2. Аналіз практичних засад зовнішньоекономічної політики національної економіки

Здійснення експортно-імпортних операцій на Україні регулюється Законами України; Указами Президента України; Декретами Кабінету Міністрів України; Положеннями Міністерства економіки України, Міністерства Зовнішньоекономічних Зв'язків, інших міністерств і відомств, що регулюють окремі питання тарифного і нетарифного характеру; угодами, укладеними Україною з іншими державами і іншими законодавчими актами України.

Основа регулювання діяльності підприємств України на зовнішніх ринках – це [Закон "Про зовнішньоекономічну діяльність"](#), який дає визначення основним термінам, застосовуваним у практиці зовнішньоекономічної діяльності; закріплює основні принципи і правила здійснення зовнішньоекономічної діяльності; визначає коло суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, їх права та обов'язки; дає перелік можливих видів зовнішньоекономічної діяльності; законодавчо закріплює регулювання зовнішньоекономічної діяльності; регулює економічні відносини України з іншими державами та міжнародними міжурядовими організаціями; захищає права та інтереси держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; зумовлює відповідальність України як держави і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при порушенні ними Законів України чи обов'язків, пов'язаних з виконанням контракту, а також визначає застосовувані до них санкції.

Необхідною умовою перетинання митного кордону України при експорті продукції є виконання митних формальностей, порядок здійснення яких регулюється [Законом України "Про Єдиний митний тариф"](#), а також [Митним кодексом України](#).

Згідно з законом "Про Єдиний митний тариф", Єдиний митний тариф України - це систематизований звід ставок мита, яким обкладаються товари та інші предмети, що ввозяться на митну територію України або вивозяться

за межі цієї території. Єдиний митний тариф України визначається згідно з цим Законом та міжнародними договорами України. Мито, що стягується митницею, являє собою податок на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України.

При укладенні договорів при здійсненні експортно-імпортних операцій контрагенти зобов'язані використовувати затверджене МЗС [“Положення про форму зовнішньоекономічного контракту”](#), яке закріплює основні умови укладання договорів купівлі-продажу. А деякі аспекти цих договорів закріплені у спеціальних правових актах.

Здійснення платежів у іноземній валюті регулюється Декретами Кабінету Міністрів України [“Про систему валютного регулювання і валютного контролю”](#) а також Законом України [«Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»](#). Перерахованими вище документами встановлений режим здійснення валютних операцій на території України, визначені принципи валютного регулювання, повноваження державних органів, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин.

Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України [“Про систему валютного регулювання і валютного контролю”](#) експорт є валютною операцією, бо експорт пов'язаний з використанням валютних цінностей в міжнародному обігу як засобу платежу.

При виборі базисних умов постачання підприємства користаються Указом Президента ["Про використання Міжнародних правил інтерпретації комерційних термінів"](#). Ці правила викладено у ІНКОТЕРМС-2010, згідно з якими існують 11 базисних умов постачання, які відрізняються за обов'язками, які несуть контрагенти.

Оподаткування прибутку від експортних операцій здійснюється на підставі Податкового кодексу України, згідно з яким при вивезенні товару з митної території України ставка податку на додану вартість дорівнює нулю, а об'єктом оподаткування податком на прибуток є валовий прибуток підприємства; визначення прибутку від реалізації продукції проводиться

шляхом вирахування з одержаної виручки (без податку на додану вартість, акцизного податку) затрат на виробництво та реалізацію, що включаються до собівартості продукції (робіт, послуг).

Розрахунок економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Під результатами розуміють грошову, вартісну оцінку отриманого прибутку для підприємства: грошові надходження за відправлену продукцію, виконані роботи та послуги, вартість отриманого товару, робіт, послуг та ін. Під витратами розуміють грошову вартісну оцінку виробничих ресурсів, які залучилися до господарського обігу: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різні державні фонди та інші витрати, без яких торгова угода не може бути здійснена.

Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі пропозиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробленні планів експорту та імпорту підприємства, при оцінюванні структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу.

Усю систему показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства, організації, фірми можна розподілити на 2 групи:

1 група. Абсолютні показники:

- обсяг експорту;
- обсяг імпорту;
- обсяг накладних витрат на експорт/імпорт;
- середній залишок коштів;
- кількість отриманих рекламацій;
- сума рекламацій;
- кількість задоволених рекламацій;

— перевага покупцями торговельної марки фірми;

— обсяг експорту нових товарів;

2 група. Відносні показники:

а) індекси динаміки:

б) коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту та імпорту:

в) середня тривалість обороту експортної (імпортної) операції;

г) коефіцієнт віддачі коштів від експортних/імпортних операцій.

Протягом 2014-2015 років підприємство займалося експортом сільськогосподарської продукції, зокрема відбувався продаж зернових культур до країн СНД (Казахстан, Білорусь). Обсяги експорту були незначними по причині пробних поставок та високої вартості тарифів митного обслуговування. Також підприємство проводило імпортні операції, тобто відбувалася закупівля мінеральних добрив із Польщі.

Проведемо аналіз абсолютних та відносних показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства (табл. 2.1, рис.2.1).

Таблиця 2.1

Аналіз абсолютних та відносних показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПП «Папужинці» за 2014-2015 рр.

Показник	Од. виміру	2014 р.	2015 р.	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне %
1	2	3	4	5	6
Ефективність ЗЕД	%	20,14	11,88	-8,26	-41,01
Прибуток від експортно-імпортних операцій	Тис.грн	11,9	7,85	-4,04	-33,9
Експортно-імпортні витрати	Тис.грн	59,1	66,14	7,04	10,65
Прибуток від експорту	Тис.грн	15,0	12,0	3,0	-15,0
Прибуток від імпорту	Тис.грн	6,9	5,85	1,05	-17,85
Витрати на експорт	Тис.грн	45,0	50,0	5,0	11,1
Витрати на імпорт	Тис.грн	14,1	16,14	2,5	12,7
Виручка від експорту	Тис.грн	50,0	52,0	2,0	3,8
Виручка від імпорту	Тис.грн	21,0	22,0	1,0	4,5
Виробнича собівартість	Тис.грн	40,0	45,0	5,0	11,1
1	2	3	4	5	6
Поза виробничі витрати	Тис.грн	5,0	5,0	-	-

Середня ціна імпорту	Тис.грн	0,15	0,1	-0,05	-5,0
Кількість імпорту	т	2000	2200	200	14,3
Контрактна вартість сировини	Тис.грн	12,0	14,0	2,0	14,3
Накладні витрати	Тис.грн	2,0	2,05	0,5	2,4
Мито і митні збори	Тис.грн	0,7	0,65	-0,5	-7,7
Транспортні витрати	Тис.грн	1,1	0,95	-0,15	-15,8
Вантажно-розвантажувальні витрати	Тис.грн	0,5	0,5	-	-
Складські витрати	Тис.грн	0,1	0,25	0,15	60
Експедиторські витрати	Тис.грн	0,16	0,24	0,08	33,3
Страхові витрати	Тис.грн	0,04	0,06	0,02	33,3
Інші витрати	Тис.грн	0,1	0,05	-0,05	50

Згідно проведених розрахунків ефективність ЗЕД фірми в аналізованому періоді склала 12%, негативним є те, що на кінець 2015 р. вона зменшилася на 41%, це свідчить про зменшення обсягів зовнішньоекономічних операцій майже в двічі.

Ефективність ЗЕД зменшилася за рахунок того, що прибуток від експортно-імпортних операцій був меншим в порівнянні з 2014 р. на 4,04 тис.грн. або на 33,9%, а витрати експортно-імпортні зросли на 4,5 тис.грн.

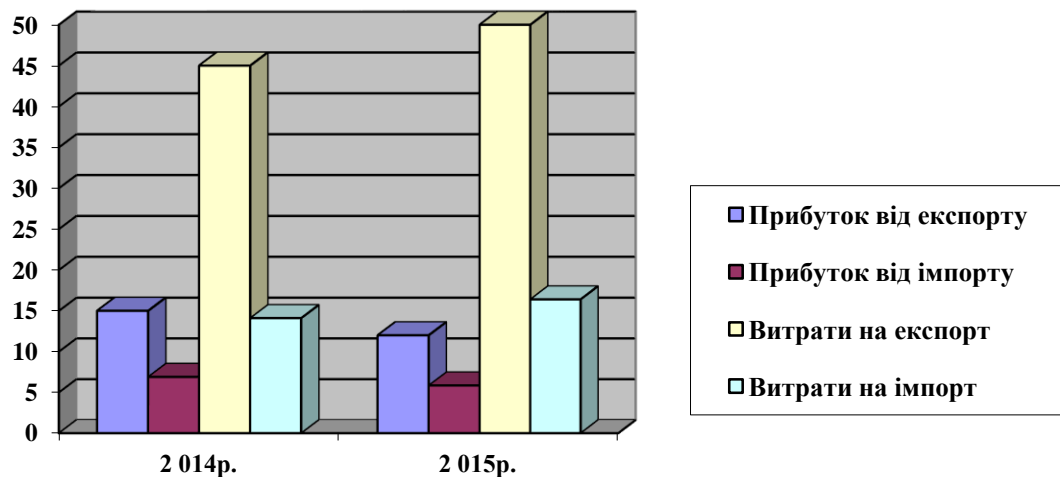


Рис.2.1. Порівняння експортно-імпортних прибутку та витрат ПП «Папужинці» за 2014-2015 рр.

Як видно із рис.2.1, збільшення експортно-імпортних витрат відбулося за рахунок зростання витрат на експорт на 5 тис.грн. та витрат на імпорт на 2 тис.грн.

Проаналізувавши ЗЕД можна сказати що не зважаючи на певний спад обсягу експортно-імпортних операцій, підприємство має стійке становище на ЗЕ фоні і має перспективи розвитку, але необхідно звернути увагу на взаємозв'язок між ЗЕД і діяльність підприємства в цілому. Особливу увагу необхідно звернути увагу на величину готової продукції та запасів на складі, та необхідність застосування більш ефективнішої збутової політики ПП «Папужинці».

Важливим етапом аналізу шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має стати визначення кола країн, які є потенційно привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки. При цьому необхідно ретельно проаналізувати стан середовища міжнародного маркетингу, який включає в себе вивчення системи міжнародної торгівлі, економічного середовища кожної з країн та їхнього політико-правового та культурного середовища. 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. До таких обмежень належать: митні тарифи (фіскальні та протекціоністські), валютний контроль з боку держави, ряд нетарифних бар'єрів (системи національних стандартів безпеки, якості тощо).

Результатом вивчення середовища міжнародного маркетингу є інформація, аналіз якої дає змогу прийняти рішення про принципову доцільність (або недоцільність) виходу підприємства на зарубіжний ринок. В сучасних умовах оптимальним рішенням вважається вихід українського підприємства на ринки країн так званого ближнього зарубіжжя. З усіх держав пострадянського простору казахський ринок здається найпривабливішим, адже його потенційна місткість значно більша за місткість українського, платоспроможний попит у Казахстані вищий.

За останні роки в ПП «Папужинці», як по імпорту, так і по експорту, спостерігається стала тенденція зменшення обсягів торгівлі з країнами СНД

(Казахстан, Білорусь).

Основною перешкодою для налагодження сталого експорту на ринки країн-членів СНД, є те, що продукція підприємства на сьогоднішній день не користуються попитом на ринку Білорусії. Причиною є те, що уряд Білорусії проводить політику захисту вітчизняного виробника. Напевно необхідно зазначити, що в ПП «Папужинці» на початку 2013 року були вкладені великі казахські інвестиції. Приплив казахського капіталу повинен позитивно вплинути на зовнішньоторговельну орієнтацію підприємства.

Також підприємству доцільним було б проводити операції по реалізації зерна на експорт не з білоруськими партнерами, а із німецькими, адже досвід співпраці із Німеччиною у сфері реалізації сільськогосподарських культур мають кілька підприємств Тальнівського району, така співпраця відбувалася плідно і взаємовигідно. Тому далі розглянемо привабливість ринку Казахстану та Німеччини для ПП «Папужинці» (табл. 2.2, 2.3).

Таблиця 2.2

Аналіз привабливості ринку Казахстану для проведення зовнішньоекономічної діяльності ПП «Папужинці»

№ п/п	Привабливість ринку шанси / ризик	Експертна оцінка ринку (М)					Вага значення (Gi)	Mi □ Gi
		Дуже погано 0.....20	Погано 21....40	Задовільно 41.....60	Добре 61..80	Дуже добре 81..100		
1.	Обсяг ринку					90	0,175	15,75
2.	Ріст ринку				72		0,175	12,6
3.	Структура споживачів			60			0,05	3
4.	Діапазон цін					90	0,15	13,5
5.	Купівельна спроможність			60			0,05	3
6.	Доступність ринку					100	0,15	15
7.	Інтенсивність конкуренції				70		0,1	7
8.	Політично-економічні ризики			60			0,15	9
9.	Сума	□	□	□	□	□	1	78,85

Таблиця 2.3

**Аналіз привабливості ринку Німеччини для проведення
зовнішньоекономічної діяльності ПП «Папужинці»**

№ п/п	Привабливість ринку шанси / ризик	Експертна оцінка ринку (М)						Mi □ Gi
		Дуже погано 0.....20	Погано 21....40	Задовільно 41.....60	Добре 61..80	Дуже добре 81..100	Вага значення (Gi)	
1.	Обсяг ринку					90	0,175	15,75
2.	Ріст ринку				76		0,175	13,3
3.	Структура споживачів				70		0,05	3,5
4.	Діапазон цін					95	0,15	14,25
5.	Купівельна спроможність					85	0,05	4,25
6.	Доступність ринку				70		0,15	10,5
7.	Інтенсивність конкуренції				80		0,1	8
8.	Політично-економічні ризики					95	0,15	14,25
9.	Сума	□	□	□	□	□	1	83,8

Отже, за сумою експертної оцінки, більш привабливим для розширення зовнішньоекономічної діяльності, тобто для здійснення експорту зернових культур на сьогоднішній день для ПП «Папужинці» є Німеччина. При цьому відзначимо, що важливим в даному аналізі також є проведення оцінки конкурентних позицій ПП «Папужинці» на ринках даних країн (табл. 2.4, 2.5).

Таблиця 2.4

Оцінка конкурентних позицій ринку Казахстану

№ п/п	Привабливість ринку шанси / ризик	Експертна оцінка ринку (М)						Mj □ Gj
		Дуже погано 0.....20	Погано 21....40	Задовільно 41.....60	Добре 61..80	Дуже добре 81..100	Вимоги до характеристик (Gj)	
1.	Конкурентоспроможність продукції					95	0,2	19
2.	Ціни і умови укладення контрактів				80		0,15	12
3.	Умови присутності на ринку				70		0,1	7
4.	Умови збуту					85	0,15	12,75
5.	Умови комунікації					85	0,15	12,75
6.	Ринкова частка					90	0,15	13,5
7.	Оцінка можливих фінансових результатів				75		0,1	7,5
	СУМА						1	84,5

Таблиця 2.5

Оцінка конкурентних позицій ринку Німеччини

№ п/п	Привабливість ринку шанси / ризик	Експертна оцінка ринку (М)						М _ж G _ж
		Дуже погано 0.....20	Погано 21....40	Задовільно 41.....60	Добре 61..80	Дуже добре 81..100	Вимоги до характеристик (G _ж)	
1.	Конкурентоспроможність продукції				75		0,2	15
2.	Ціни і умови укладення контрактів				80		0,15	12
3.	Умови присутності на ринку					95	0,1	9,5
4.	Умови збуту					85	0,15	12,75
5.	Умови комунікації					85	0,15	12,75
6.	Ринкова частка					85	0,15	12,75
7.	Оцінка можливих фінансових результатів				80		0,1	8
	СУМА						1	82,75

Згідно до проведеного аналізу конкурентних переваг можемо зазначити, що більш вигідними є позиції для ПП «Папужинці» на казахському ринку. Порівнявши дві експертні оцінки щодо привабливості ринку та можливостей і конкурентних переваг даного ринку двох країн, не можливо обрати єдиного партнера, тому підприємству надається можливість для співпраці з двома країнами-партнерами і Казахстаном і Німеччиною.

Пропонуються такі можливості виходу на ринок цих країн:

- прямий експорт;
- організація виробництва у цих країнах;
- формування мережі дистриб'юторів для просування та поширення товарів на ринку;
- організація спільного підприємства з уже діючим підприємством для створення дистриб'юторського каналу;
- виробництво за ліцензією;
- організація мережі просування товару й оцінки продажу (при

експорті);

- придбання діючого підприємства - дистриб'ютора й оптового торговця з наявною системою просування і продажу (придбання по вертикалі) або купівля контрольного пакета акцій виробника (придбання по горизонталі).

Отже, у висновку до проведеного дослідження фінансово-економічної діяльності підприємства та визначенні особливостей здійснення ним зовнішньоекономічної діяльності, можемо відзначити, що на сьогоднішній день підприємство проводить ефективну господарську діяльність, результатом якої є отримання прибутку. Саме цей фактор зумовлює можливість до розширення підприємством зовнішньоекономічної діяльності та вихід на ринок близького і далекого зарубіжжя.

3. Проблеми та перспективи зовнішньоекономічної політики України

На сучасному етапі розвитку експортно-імпортного потенціалу національної економіки багато українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. Проте ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств ще доволі низька. Це свідчить про відсутність чіткої зовнішньоторгової політики, слабкі канали збуту, недостатній досвід роботи на зовнішньому ринку, прагнення до швидкої віддачі шляхом продажу продукції, яка не потребує особливих зусиль з її просування. Це у свою чергу вказує на необхідність подальшого теоретичного та методичного обґрунтування умов та напрямків активізації зовнішньоекономічної діяльності, зокрема удосконалення експортних операцій на досліджуваному підприємстві ПП «Папужинці», яке являється фермерським господарством.

На даний момент процес засвоєння вітчизняними товаровиробниками зарубіжних ринків супроводжується значними труднощами і проблемами, які обумовлені недосконалістю форм фінансових розрахунків, нерозвиненістю транспортної і ринкової інфраструктури договірно-правової бази, практики регулювання митних процедур і оподаткування.

Українська зовнішня торгівля традиційно зорієнтована на ринки країн СНД та Європейського Союзу. Незважаючи на розвиток процесів глобалізації ринків, країни СНД практично не розширюють географії торговельних партнерів, основними з них залишаються Україна і Росія. На ці дві країни припадає 70% загального обсягу зовнішньоторговельних операцій між країнами СНД. Низька конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств, несприятлива кон'юнктура зарубіжних ринків потребують ефективного механізму структурної перебудови економіки та стимулювання експорту України.

Оцінюючи структуру експорту зерна ПП «Папужинці» в інші країни, можна сказати, що вона характеризується великою часткою сировини та продуктів низького рівня переробки. Зберігається також надмірна залежність

економіки регіону від зовнішніх постачань енергоносіїв, стратегічної сировини і матеріалів. Все це свідчить про те, що структуру експортного товарообігу підприємства потрібно удосконалювати шляхом розширення товарної пропозиції конкурентоспроможної на світовому ринку продукції.

Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, в першу чергу його експортних операцій, знаходиться у великій залежності від удосконалювання 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 ПП «Папужинці».

Вихід на зовнішній ринок завжди є вступом до конкурентної боротьби. В умовах високої насиченості і навіть перенасиченості світових товарних ринків кожен товар (і товаровиробник, що за ним стоїть) змушений вести жорстку боротьбу за перевагу споживача, яка віддається найбільш конкурентоспроможному товарові, який на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє більше потреб і на більш високому рівні, ніж товари конкурентів.

Зростаючий інтерес до якості, викликаний посиленням конкурентної боротьби на світовому ринку, ставить цілком конкретне завдання перед виробником продукції. Покращити якість – отже покращити конкурентоспроможність своїх товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Із новим підходом до якості продукції зростає роль стандартизації, у розвитку якої значну роль грає держава. Питання стандартизації розглядаються у якості базової основи, без якої неможливо підвищення якості продукції у масштабах всієї держави в цілому.

Конкурентні позиції розвинутих країн у міжнародній торгівлі проявляються також через механізм цін. Їх рівень на зовнішніх ринках

продовжує залишатись діючим важелем управління чи ослаблення позицій експортера. І хоча існує думка про те, експортні ціни - це неголовний показник конкурентоспроможності, що перевагу треба віддавати впливу таких факторів, як рівень технічного вдосконалювання виробів, його якість, надійність зручність у експлуатації, умови і строки постачань і платежів, тим не менш роль нецінових факторів у конкурентній боротьбі далеко не є однаковою. В залежності від ринків і товарів вони можуть чинити різний вплив на ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Усе це змушує підприємств-експортерів уважно вивчати конкурентоспроможність продукції. Разом з тим, висока конкурентоздатність продукції не повинна бути самоціллю для підприємства, вона лише засіб одержання високого прибутку. Фірму повинне цікавити не безвідносно до витрат досягнення найвищої можливої конкурентоспроможності, а забезпечення такого її рівня, що дозволяє вийти на максимальний обсяг прибутку. Фактично це означає, що, наприклад, західні компанії працюють не над підвищенням рівня конкурентоздатності взагалі, а над підтримкою її оптимального рівня, іншими словами, прагнуть керувати нею.

Таким чином, управління конкурентоздатністю не суперечить орієнтації підприємства на одержання прибутку. Навпаки, вона є вираженням його прагнення до прибутковості. Разом з тим необхідно сказати, що управління конкурентоздатністю підприємства формує трохи інший підхід до його функціонування в цілому. Керівники підприємства починають розглядати питання прибутковості з позицій якості, споживчих властивостей продукції, конкурентоздатності, тобто реалій конкурентної боротьби.

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".

Оскільки вирішення питань економічного аспекту є першочерговим, то

можна запропонувати в його рамках розробити такі з них. По-перше, це питання загальних умов забезпечення конкурентоспроможності продукції; по-друге, питання спеціальних умов підвищення (забезпечення) якості продукції як основного фактора її конкурентоспроможності.

Отже, що стосується загальних умов забезпечення конкурентоспроможності продукції, то головними з них є такі:

- 1) цінова політика щодо конкурентоспроможності продукції;
- 2) інвестиційна політика держави щодо випуску конкурентоспроможної продукції;
- 3) оподаткування підприємств, що випускають конкурентоспроможну продукцію;
- 4) кредитна політика держави і банківських структур щодо підприємств, які випускають конкурентоспроможну продукцію, і щодо самої конкурентоспроможної продукції (розробка, освоєння, виробництво);
- 5) регулювання імпорту продукції;
- 6) регламентація фінансового обліку;
- 7) антимонопольна політика.

Для того, щоб управляти конкурентоспроможністю, розглядаючи її з різних позицій, в тому числі і з позицій індикатору управління підприємством-експортером, її необхідно вимірювати. Це означає, що повинні бути вироблені ті чи інші підходи до вимірювання конкурентоспроможності, а також відповідні процедури роботи з даним показником як індикатором і об'єктом управління. З цього боку ми стикаємось із двоїтим характером конкурентоспроможності - як показником, що відбиває стан того чи іншого економічного об'єкту у відношенні потреб зовнішніх ринків, а також як об'єктом управління, пов'язаним із реалізацією основної цільової функції підприємства.

В цілому, аналіз господарської діяльності підприємства, конкурентоспроможності продукції, що випускається, і самого підприємства необхідні для того, щоб оцінити потенційні можливості в конкурентній

боротьбі на тому чи іншому ринку і розробити міри і заходи, за рахунок яких можна підвищити конкурентоспроможність і забезпечити власний успіх. Управління конкурентоспроможністю – це найважливіша задача менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Дослідженням встановлено, що ефективність діяльності фермерських господарств може бути досягнена з допомогою організації на підприємстві служби, яка б проводила аналіз зовнішньоекономічного ринку та позицій на ньому самого підприємства. Оскільки ПП «Папужинці» переважно спеціалізується на виробництві продукції рослинництва, зокрема, вирощуванні зернових, то серед організаційних заходів пропонується створити на підприємстві службу з контролю за організацією проведення зовнішньоекономічних операцій та експортних операцій зокрема. Або ж залучати у свою діяльність послуги посередників. Що дасть змогу підприємству отримати вигоди не тільки від виробництва, а й від подальших стадій руху виробленої ними продукції.

Організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить не тільки від розглянутих вище чинників, але і від методів виходу на зовнішні ринки. У цьому зв'язку можна виділити два варіанти:

- 1) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків;
- 2) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників.

Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах виправдано, якщо:

- частка експорту велика в загальному обігу;
- зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно;
- випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальна за своїми властивостями;
- невисокий рівень конкуренції на відповідному сегменті світового ринку;
- продукція не потребує серйозної адаптації до закордонних умов

використання;

- на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

В інших випадках виправдане використання посередників як вітчизняних, так і закордонних або міжнародних. Посередники можуть підвищити ефективність зовнішньоторговельних операцій за рахунок:

- кращого знання ринку, наявності постійної клієнтури;
- зниження витрат транспортування і збереження продукції, у тому числі за рахунок операцій зі значними партіями, що належать різним виробникам;
- скорочення термінів постачань і оформлення документів;
- забезпечення сервісу перед продажем і обслуговування після продажу;
- постачання товаровиробників оперативною і докладною інформацією про зміни конкурентоздатності продукції і ринкової ситуації в цілому, відомостями про реальних і потенційних конкурентів.

Якщо підприємство-виробник виходить на закордонний ринок із сильною конкуренцією і складною продукцією, добре відомою споживачу, має сенс звертатися до закордонних фірм-посередників, що добре знають місцевий ринок і мають на ньому своє місце. Це також має сенс, якщо потрібно "довести" експортовану продукцію до рівня, що задовольняє місцевих споживачів. Як правило, закордонні фірми-посередники обходяться дорожче, ніж вітчизняні.

Зовнішньоторговельна фірма є, як правило, самостійним підрозділом підприємства, але не є юридичною особою. Очолюється вона зазвичай заступником директора підприємства або заступником генерального директора із зовнішньоекономічної діяльності. Фірма має субрахунок на рахунку підприємства, що дає їй можливість брати кредити для здійснення експортно-імпортних операцій, але витратити ці кошти на свій розсуд без узгодження з керівництвом підприємства вона не вправі. Завдання

зовнішньоторговельної фірми різноманітні - від пошуку закордонних партнерів, організації рекламної роботи до виконання митних формальностей. У зв'язку з цим особливо зростає роль маркетингових, юридичних і фінансових служб.

На відміну від зовнішньоторговельної фірми, відділ зовнішньоекономічних зв'язків є складовою системи управління підприємством-експортером. До його складу входять: протокольний відділ, відділ науково-технічного співробітництва, відділ маркетингу і ряд інших.

У зв'язку із вищенаведеними аргументами, можна стверджувати, що економічна ситуація в Україні залишається складною і деяке економічне пожвавлення 2015-2016 років не варто розцінювати як надзвичайний успіх, тому зовнішньоекономічна політика держави має враховувати сучасні реалії щодо конкретизації напрямів розширення співробітництва України у сфері зовнішньоекономічних відносин з західними партнерами. Таке співробітництво має віддавати перевагу пріоритетним напрямам високо/технологічного виробництва та досліджень, до яких належать: аерокосмічне виробництво та аерокосмічні технології, виробництво лазерної техніки та оптико волоконних носіїв інформації, розвиток інших засобів зв'язку разом з модернізацією наявних комунікацій зв'язку, розроблення біотехнологій, опрацювання і запровадження принципово нових технологій зварювання та порошкової металургії тощо.

Отже, на порозі початку третього тисячоліття Україна намагається долучитися до загальносвітового процесу глобалізації. Для цього вкрай потрібні такі передумови: створення конкурентної економіки за рахунок удосконалення виробництва та споживання енергоносіїв; розвиток транспортної інфраструктури; забезпечення високого рівня інформативних технологій; підвищення рівня життя народу; формування людського капіталу і на цьому підґрунті — якісно нової робочої сили; створення системи ефективного використання ресурсів.

Висновки

Отже, підсумовуючи вищесказане зробимо висновки.

В умовах ринкової економіки держава має виконувати певні функції, які компенсують так звані "відмови ринку", тобто регулювати ті сфери господарського життя, у яких ринок є безсилим. Для виконання таких функцій держава здійснює економічну політику із забезпечення країни суспільними благами, з підтримки досконалої конкуренції та боротьби з монополізмом, регулювання зовнішньоекономічного сектору та ін. [41, с. 60].

Зовнішньоекономічна політика є частиною економічної політики, яка у свою чергу є складовою політики держави взагалі її цілі мають бути сумісними з цілями економічної політик та політики взагалі. Так само зовнішньоекономічні заходи мають бути сумісними із загальним політико-економічним та суспільно-політичним ладом у суспільстві. Певні зовнішньоекономічні цілі можуть розглядатися тільки як засіб або проміжна мета для досягнення стратегічної загальноекономічної або загальнополітичної цілі.

Під зовнішньоекономічною політикою розуміють політичне оформлення міжнародних економічних зв'язків країни. При цьому міжнародні економічні відносини охоплюють всі економічні операції, які здійснюються між господарськими суб'єктами країни та їх іноземними партнерами (зокрема імпорт та експорт товарів, капіталу, послуг, а також транскордонний рух робочої сили та грошей).

Основою зовнішньоекономічної політики є теорія міжнародної економіки, яка займається визначенням основ зовнішньоекономічних операцій та досліджує їх вплив на господарські події в країні і за кордоном. Одержані при цьому знання є основою для формулювання цілей та прийняття рішень для ефективною зовнішньоекономічної політики.

Для підвищення конкурентоспроможності національної економіки необхідно вирішувати наступні завдання:

- забезпечення товаровиробників сучасною технікою;

- створення новітніх технологій вирощування та підвищення ефективності виробництва продукції у національній економіці;
- фінансування виробництва та забезпечення фінансової підтримки виробників, науково-дослідних установ, високотехнологічних виробництв;
- підготовка висококваліфікованих кадрів для національної економіки;
- удосконалення цінової політики;
- урахування специфіки виробництва продукції у регіонах.

З урахуванням існуючих проблем видається доцільною реалізація заходів за такими основними напрямками, як: гармонізація вітчизняних стандартів на сільськогосподарську продукцію згідно стандартів ЄС, налагодження сучасної інфраструктури ринку, посилення кооперації підприємств різних форм власності, налагодження співпраці між виробниками продукції та дослідними установами тощо.

Лише таким чином підприємства України зможуть зайняти конкурентоспроможне місце на світовому ринку та міцно закріпити свої позиції.

Отже, на порозі початку третього тисячоліття Україна намагається долучитися до загальносвітового процесу глобалізації. Для цього вкрай потрібні такі передумови: створення конкурентної економіки за рахунок удосконалення виробництва та споживання енергоносіїв; розвиток транспортної інфраструктури; забезпечення високого рівня інформаційних технологій; підвищення рівня життя народу; формування людського капіталу і на цьому підґрунті — якісно нової робочої сили; створення системи ефективного використання ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-XII (з наступними змінами та доповненнями). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник. - К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 580 с.
4. Бондар Н. М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – К.: А.С.К., —2014. — 399 с.
5. Босак А. О. Технологія зовнішньоекономічних операцій і міжнародні інформаційні системи: Навч.посібник / А. О. Босак, О. Ю. Григор'єв, Р. Д. Бала – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 180 с.
6. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. — Львів: Афіна, 2014. — 140 с.
7. Гетьман О. О. Економіка підприємства. — К.: ТОВ «Центр учбової літератури», 2013. – 548 с.
8. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. — К.: Знання, 2015. — 462 с.
9. Добродух П. С. Альтернативні моделі розвитку України в зовнішньоекономічному середовищі // Факти. – 2016. – №12.
10. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2012. — 172 с.
11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів. / І. В. Багрова і ін. — К.: ЦНЛ, 2014. — 580 с.
12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2015. — 792 с.
13. Іщенко О. І. Вдосконалення регіонального розвитку агропромислового виробництва / О. І. Іщенко. – К.: Нора-прінт, 2010. – 252 с.

14. Кадуріна Л. О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навчальний посібник. – К.: Видавничий Дім “Слово”, 2014. – 288 с.
15. Кваша С. М. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / С. М. Кваша // Агроінком. – 2015. – № 7. – С. 53-58.
16. Кваша С. М. Трансформаційні перетворення в зовнішньоекономічній діяльності АПК / С.М. Кваша // Вісник аграрної науки. – 2014. – № 8. – С.71-73.
17. Кириленко В. В. Економіка / В.В. Кириленко. – Тернопіль: Економічна думка, 2012. – 193 с.
18. Козик В. В., Панкова Л. А., Карп'як Я С., Григор'єв О. Ю., Босак А. О. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2014. - 608 с.
19. Кононенко О., Махонько О. Аналіз фінансової звітності. — 4-те вид., перероб. і доп. — Х.: Фактор, 2013. — 208с.
20. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз. Навч. посібник. — Х.: Фактор, 2015. — 784 с.
21. Костюченко В. М. [Консолідована фінансова звітність: міжнародний досвід та практика України. Науково-практичний посібник.](#) — К.: ЦУЛ, 2012. — 528 с.
22. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз. Підручник. – Київ: ЦУЛ, 2013. – 392 с.
23. Кредісова А. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч.посібник: 2-ге вид., випр. і доп. – К.: ВІРА-Р, 2012. – 552 с.
24. Кузьмін О. Є. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник для студентів спеціальностей 7.050206, 8.050206 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» / О. Є. Кузьмін, А.О.Босак, Р.З.Дарміць. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2012. – 324 с.
25. Кузьмін О. Є. Економіка зарубіжних країн: навчальний посібник

для студентів Інституту економіки і менеджменту базового напрямку підготовки 6.0501 «Економіка і підприємництво» / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, А. О. Босак, М. В. Кізло. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2010. – 408 с.

26. Мірошніченко І. В. Напрями активізації і перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / І.В. Мірошніченко // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №3 (45). – С. 76 -80.

27. Огляд економіки України (2014-2015 р) [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://ukrexport.gov.ua/ukr/oglad_ua.

28. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>].

29. Паска І.М. Організація і економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК: автореф. дис. ... канд. екон. наук / І.М. Паска; Миколаївська держ. аграрна академія. – Миколаїв, 2013. – 19 с.

30. Подольська В. О., Яріш О. В., Фінансовий аналіз: Навч. носібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 488 с.

31. Потапов В.М. Проблемні перспективи розвитку ЗЕД України // Економічні новини. – 2016. – №4. – С. 18-24.

32. Пріоритетні напрями зовнішньої політики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://dt.ua/articles/59267>.

33. Румянцев А. П., Румянцева Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посіб. – К.: Центр навч. л-ри, 2011. – 377 с.

34. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства. Навчальний посібник. – К.: Знання, 2014. – 654 с.

35. Савлук М.І. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2012. – 392 с.

36. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 436 с.

37. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання:

Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 554 с.

38. Фінансовий менеджмент: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. рд. проф. А. М. Поддєргін. — К.: КНЕУ, 2011. — 536 с.
39. Финансовый менеджмент / Под ред. Е. С.Стойановой. – 5-е изд., перераб. и доп. — Харьков.: изд-во ”Перспектива”, 2015. — 565 с.
40. Фінансовий аналіз. Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. — К.: КНЕУ, 2015. — 595 с.
41. Циганкова Т. М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2010. – 448 с.
42. Чернишевський Л. М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості і торгівлі. Підручник. — К., 2013 — 312 с.
43. Череп А. В. Економічний аналіз. Навч.пос. — К.: Кондор, 2012. — 160 с.
44. Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, —2013. —286 с.
45. Шваб Л. І. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів, 3-є вид. — К.: Каравела, 2013. — 584 с.
46. Шевчук В. О. Міжнародна економіка: теорія і практика: підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Знання, 2015. — 663 с.
47. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент: Підручник. — К.: Знання, 2014. — 439 с.
48. Шмиголь Н. М. Методи управління прямими та непрямими доходами підприємства в умовах конкуренції / Н.М. Шмиголь // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – Вип. 226.
49. Шпак В., Кондорі Р. А. Міжнародна торгівля: Практикум. – К.: МАУП, 2014. – 384 с.