

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для кожного бізнесу однією з головних цілей, так чи інакше, є максимізація прибутку. Незважаючи на це, багато з управлінців, які займаються експортом або імпортом, або одночасно і тим та іншим, не помічають зниження ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємств, якими вони керують, що у свою чергу, несе або збитки, або недоотримання потенційно можливих доходів. Є багато факторів, які негативно впливають на зниження ефективності ЗЕД підприємств, серед них можна виділити наступні:

- нестабільний рівень економіки всередині країни, яка є імпортером;
- нестабільний рівень економіки всередині країни експортера;
- зміни законодавства України, які прямо або опосередковано впливають на експорт чи імпорт підприємства;
- високий рівень податкових ставок і зборів, які змушують підприємців займатися більшу кількість часу операційними питаннями, із-за чого, на сам бізнес залишається менше часу;
- неправильний підхід до управління персоналом всередині підприємства;
- відсутність стратегічних цілей у підприємства та невідповідність фактичних дій вже заявленим цілям;
- відсутність кваліфікованих кадрів, і як наслідок, низький рівень виконуваної роботи;
- відсутність впровадження новітніх технологій на підприємстві.

Протидія та усунення вищезазначених негативних факторів є актуальним для бізнесу, в цілому.

Метою даної роботи є дослідження питання щодо підвищення зовнішньоекономічної діяльності підприємств та пошуку найоптимальніших шляхів задля цього.

У сьогоднішній день від ЗЕД залежить багато аспектів нашого життя, які ми можемо не помічати, але від цього вони не зникають. До них належить: постачання харчових продуктів, речей першої необхідності, техніки, електроніки, ліків, побутової хімії тощо.

Необхідно визначити, що являє собою зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Це така сфера господарської діяльності, у якій відбуваються процеси міжнародної кооперації, імпорту, експорту товарів або послуг, велике значення надається виходу підприємств на зовнішні ринки та пристосування до конкуренції там.

У зовнішньоекономічній діяльності виділяють *об'єкти* та *суб'єкти*, які взаємодіють між собою.

Об'єктом можуть виступати послуги фінансові, транспортні, дистрибуційні, ділові тощо.

Основні суб'єкти ЗЕД:

- фізичні особи (з громадянством, без громадянства, дієздатні та правоздатні іноземні особи, відповідно до законодавства України);
- юридичні особи (підприємства, організації, їх об'єднання);
- спільні підприємства (що включають іноземні суб'єкти господарювання та суб'єкти господарювання України);
- інші суб'єкти господарювання, передбачені чинним законодавством України.

Щоб визначити напрямки покращення ЗЕД, необхідно розглянути види ЗЕД, зазначені у ст.4 ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Основні види ЗЕД: імпорт/експорт товарів, імпорт/експорт робочої сили, послуги іноземним суб'єктам господарювання, операції по розрахункам та кредитам, фінансові операції з цінними паперами (міжнародні), підприємництво, пов'язане з наданням ліцензій, торговельних марок тощо на території України.

Інші види ЗЕД:

- організація виставок, конференцій, аукціонів, семінарів, інших заходів для отримання прибутку;
- утворення різних форм/видів спільних підприємств, проведення спільних господарських операцій, спільне володіння майном (як на території України так і за її межами);
- операції на валютних біржах, аукціонах тощо, пов'язані з придбанням, продажем, обміном валюти;
- бартерні та інші операції, що мають на меті зустрічну торгівлю суб'єктів ЗЕД з іноземними суб'єктами господарювання;
- лізингові та орендні операції суб'єктів ЗЕД з іноземними суб'єктами господарювання;
- інші не заборонені види ЗЕД [1].

Під час здійснення суб'єктами дій для отримання прибутку, можуть виникати несприятливі ситуації, які будуть призводити до його втрати, тобто до збитків.

Залежно від виду зовнішньоекономічної діяльності, кожне підприємство має розробляти власну систему реагування на виникаючі ризики та способи їх мінімізації або повного попередження.

Задля зменшення можливих збитків, підприємства використовувати наступні методи:

- страхування - тобто, використання договорів страхування та полісів;
- хеджування - тобто, використання опціонів та ф'ючерсних контрактів;
- прогнозування кон'юнктури зовнішнього ринку - тобто, своєчасна розробка заходів, за рахунок позикових або власних коштів, спрямована на уникнення потенційно можливих збитків [2].

Процес дослідження ефективності підприємства можна розглядати за двома напрямками:

- оцінка переваг, які має підприємство у порівнянні з конкурентами;
- порівняння теперішнього стану підприємства з іншими періодами.

Задля розуміння шляхів підвищення ефективності, необхідно зрозуміти проблеми, які є на конкретному підприємстві. Задля цього необхідно провести аналіз економічної діяльності за декілька останніх періодів та визначити, на якому з етапів відбулося погіршення, або з якого моменту необхідні показники перестали мати тенденцію до зростання.

Після того, як будуть визначені аспекти, які сповільнюють розвиток бізнесу, можна думати про їх покращення або повне усунення.

Для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємству, перш за все, необхідно визначити ті країни, які є привабливими для співпраці, дослідити існуючі зовнішньоекономічні зв'язки та проаналізувати можливість нового співробітництва.

Підприємство має здійснити ретельний аналіз системи міжнародної торгівлі, дослідити економічне середовище країни, куди безпосередньо збирається проникати, а також обов'язково потрібно врахувати політичні, культурні та правові особливості її середовища. Для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним на зовнішньому ринку, йому потрібно сформулювати стратегію, тобто основний напрямок, який буде акцентований на внутрішні можливості підприємства та на ринкові умови, в яких воно функціонує [3].

Серед шляхів підвищення зовнішньоекономічної діяльності підприємства, задля збільшення його конкурентоспроможності, можна виділити наступні:

- 1) підбір більш кваліфікованого персоналу;
- 2) підвищення кваліфікації уже існуючого персоналу;
- 3) диверсифікація діяльності підприємства;
- 4) масштабування бізнесу;
- 5) пошук більш вигідних пропозицій серед різних постачальників;
- 6) розробка ефективної системи менеджменту всередині компанії;
- 7) розробка ефективної логістичної системи;
- 8) підвищення якості продукції;
- 9) зниження собівартості продукції і, як наслідок, зменшення кінцевої ціни;
- 10) впровадження інновацій на підприємстві;
- 11) впровадження цифровізації підприємства;
- 12) розширення асортименту продукції або послуг;
- 13) впровадження дій, направлених на підвищення лояльності серед споживачів продукту або послуги.

При впровадженні вищезазначених рекомендацій, підприємство має змогу розширити бізнес, замінити постачання дорожчої сировини на більш дешевшу, збільшити швидкість обробки даних на підприємстві, а також, за рахунок підвищення рівня кваліфікації існуючого персоналу. Кінцевою метою є збільшення отримуваних прибутків.

Отже, для підвищення зовнішньоекономічної діяльності підприємства, необхідно спочатку ретельно дослідити та проаналізувати інформацію по власному підприємству, по контрагентам, по ситуації на ринку, далі - визначити проблеми, якщо такі є, а потім, дотримуючись рекомендацій, впровадити їх, при цьому мінімізувавши всі можливі ризики, а у позитивному випадку - повністю усунувши загрози для підприємства.

Література:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII (редакція від 13.02.2020 р.). Відомості Верховної Ради УРСР від 16.07.1991 р. № 29. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення 25.03.2020)

2. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Тернопіль, 2017. 137 с.

3. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства/ К.: Центр учбової літератури, 2010. 304 с.