

## СУТНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджуючи реалії сьогодення, коли процеси глобалізації все більше розвиваються та впливають на міжнародні економічні відносини, важливим питанням є дослідження зовнішньоекономічної діяльності [1, с. 110].

Це питання є важливим як для України в цілому, так і для окремих підприємств, так як зовнішньоекономічна діяльність активно допомагає успішно приймати управлінські рішення на шляху до зовнішніх ринків, особливо в умовах, коли зараз Україна знаходиться на шляху до Європейського Союзу [2, с. 31].

Розглядаючи ЗЕД як економічне поняття важливим елементом є те, що кожен її суб'єкт керується принципом економічної свободи, тобто може на власний розсуд бути членом зовнішньоекономічних відносин, оперувати цими відносинами за власним бажанням, опираючись на норми, визначені законодавством України [3].

Зовнішньоекономічна діяльність проводиться, опираючись на встановлені правила та норми, які містяться у законі про зовнішньоекономічну діяльність та інших нормативно-правових актах [4].

Розглядаючи ЗЕД як економічну категорію, необхідно більш детально охарактеризувати основні напрямки, на які спрямована зовнішньоекономічна діяльність у всіх країнах світу.

Основні напрямки, на які спрямована ЗЕД у всіх країнах світу:

- підтримка темпу економічного розвитку;
- порівняність виробничих витрат на ринку України та світовому рівню;
- використання преференцій міжнародного поділу праці, що сприяє зростанню ефективності національної економіки.

Другим важливим аспектом при розгляді зовнішньоекономічної діяльності є наступні поняття, які є характеристикою зовнішньоекономічної діяльності. ЗЕД включає в себе:

- сукупність форм, засобів та методів зовнішньоекономічних відносин між країнами;
- через механізм зовнішньоекономічних зв'язків попит на товари та послуги світового ринку переноситься на внутрішній ринок тієї чи іншої держави;
- систему економічних взаємин, що виникає внаслідок руху ресурсів всіх видів між державами та економічними суб'єктами різних держав;
- розвиток виробничих сил, що, в свою чергу, сприяє розвитку промисловості, сільського

господарства, торгівлі, сфери послуг та фінансових установ.

Підприємство – головна складова зовнішньоекономічної діяльності. Підприємство може надавати послуги, виробляти товари з метою одержання як власного прибутку, так і задоволення потреб споживачів [5, с. 207].

Сучасний міжнародний поділ праці надає дуже широкі можливості для отримання економічних преференцій.

Наприклад, виробляючи товар у власній країні, маючи численні потужності та можливості виробляти даний товар у великій кількості, іноді може постати проблема неможливості його збуту через незацікавленість споживачів.

Так товар, який виробляється в одній державі, можна не продати власному населенню, але з феноменальним успіхом увірватись на ринок сусідніх держав, або держав із нижчим рівнем розвитку.

Саме цим й займаються фахівці із зовнішньоекономічних зв'язків, шукаючи можливості виходу на міжнародні ринки із найбільшою вигодою та мінімальними ризиками для підприємства.

Причини, які змушують підприємств впроваджувати ЗЕД на підприємстві:

- особливості розвитку внутрішнього ринку, до якого вигідніше вкладати капітал за кордоном;
- нестабільність політичного та економічного становища в країні: погіршення інвестиційного клімату, низькі темпи економічного зростання;
- недосконалість законодавчої бази, що регулює комерційну діяльність.

Останнім часом, в науковій літературі все частіше можна стикнутись з поняттям зовнішньоторгівельної фірми (далі – ЗТФ). Наведемо визначення та основні цілі створення ЗТФ.

ЗТФ у контексті економічної одиниці є самостійною частиною підприємства або установи, але не є юридичною особою. Очолює ЗТФ заступник директора підприємства, або заступник генерального директора з ЗЕД, якщо така посада передбачена структурою управління підприємством.

Цілі створення ЗТФ:

- реалізація запланованих у визначені терміни обсягів експорту та імпорту на підприємстві, підвищення якості продукції, ефективності технологічного процесу;
- підвищення ефективності реалізації експортної продукції, робота по покращенню номенклатури,

організація технічного обслуговування продукції за межами країни виробника;

- розумна політика підприємства, яка дає можливість більш раціонально використовувати власні ресурси;

- пошук найкращих шляхів для реалізації продукції на ринку;

- наукова співпраця із закордонними партнерами по введенню новітніх технологій у власний виробничий процес.

Якщо підприємство планує проводити активну зовнішньоекономічну діяльність, то головною особою, відповідальною за реалізацію ЗЕД на даному підприємстві є начальник відділу ЗЕД.

Начальнику ЗЕД відповідно підпорядковані:

- сектор, відповідальний за проведення комерційної роботи;

- сектор, що відповідає за реалізацію економічної програми;

- сектор, що займається маркетингом;

- сектор з інженерно-технічних питань;

- протокольна група підприємства.

Напрямки покращення реалізації ЗЕД на підприємстві:

1. Чітке керування експортною діяльністю. Мається на увазі постійний та неперебірний контроль та моніторинг усіх процесів на підприємстві, що безпосередньо пов'язані з експортом продукції. До таких заходів можна віднести: написання бізнес-плану, контроль його дотримання, впровадження стратегії та корпоративної культури встановлення єдиної системи контролю за експортною діяльністю.

2. Бухгалтерський облік та аудит. Підрахунок та зведення усіх наявних та використаних ресурсів надасть більше можливостей для пошуку, та більш раціонального використання власних та запозичених резервів підприємства, що може значно вплинути на виробничий потенціал;

3. Ресурсоуправління. Важливий аспект у процесі впровадження ЗЕД. Допомагає вчасно закумулювати, віднайти, прорахувати використання усіх наявних ресурсів з метою подальшого їх раціонального використання без простою.

4. Споживчий попит та його оцінка. Один із вирішальних кроків по успішності впровадження ЗЕД. Передбачає аналіз обсягів майбутнього кола споживачів за різноманітними міжнародними стандартами, відповідно до типу продукції, що виробляється підприємством. Від правильності розрахунків залежить інтенсивність роботи стратегії підприємства.

5. Експортна діяльність підприємства та її оцінка. Необхідна для прорахунку максимально вигідної кількості товару, яку необхідно експортувати.

Отже, підсумовуючи дослідження, можна зробити висновок, що на даному етапі розвитку людства ЗЕД є дуже важливою частиною в управлінні будь-яким підприємством оскільки виконує основні задачі, які постають, коли підприємство вирішує сконцентрувати власну діяльність не тільки в межах країни, а й виходити на міжнародну арену.

Для того, аби зробити ЗЕД на підприємстві, слід дотримувати більш ефективно наступних рекомендацій:

1. Звертати якомога більше уваги на зовнішні ринки.

2. Активно брати участь у зовнішній діяльності, нарощувати власний експортний потенціал.

3. Контролювати та відслідковувати дії конкурентів в цілях мінімізації ризиків при входженні на зовнішні ринки.

4. Підтримувати щільні економічні зв'язки із закордонними підприємствами – партнерами.

5. Впроваджувати заходи, які допоможуть знизити собівартість власної продукції на експорт.

6. Акумуляувати, та направляти якомога більшу кількість ресурсів на вивчення міжнародного споживчого попиту та підвищення продуктивності праці.

7. Контролювати господарську діяльність, що значно впливає на ефективність обраної стратегії на вихід на зовнішні ринки.

8. Створення окремого підрозділу ЗЕД на чолі із відповідальною виконавчою особою надасть більше можливостей для контролю та більш раціонального управління ЗЕД.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Мельник А.О. Світові економічні кризи в економіці України та їх наслідки. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 108-113.

2. Мельник А. О. Адаптація вітчизняних підприємств в умовах світової економічної кризи / А. О. Мельник // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 10. – С. 30–32.

3. Закон України про зовнішньоекономічну діяльність (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 29, ст. 377) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

4. Господарський кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

5. Мельник А.О. Економічна адаптація підприємств у механізмі підвищення їх конкурентоздатності // Вісник Технологічного університету Поділля, 2004. – № 6. – С. 206-211.

6. Ольшанська О. В. Агросоціальна система України: монографія. /О. В. Ольшанська. — К.: КНЕУ, 2013. — 329 с