

Астаф'єва В.А., студент
Науковий керівник – Козак Ю.Г., д.е.н., проф.
Одеський національний економічний університет

ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Експортна діяльність, як один з видів зовнішньоекономічної діяльності, є беззаперечним фактором успіху у розвитку промислових підприємств. Здійснення експортних операцій стає вагомою передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що дозволяє також створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємства на внутрішньому ринку.

На сучасному етапі, стан економіки України можна охарактеризувати спадом промислового виробництва, обігу роздрібною торгівлі та обсягів будівництва. Ця складна ситуація посилюється зниженням експорту продукції найважливіших галузей промисловості України. Зазначені тенденції підвищують актуальність дослідження теоретичних аспектів експортної діяльності підприємств, що може стати основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Теоретичні питання експортної діяльності підприємств розглядались у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як О.Г. Мельник, В.Є. Єрмаченко, С.В. Лобунська, О.В. Шкурупій, Ю.Г. Козак, О.Є. Кузьмін, А.О. Фатенок-Ткачук, А.В. Череп, Й.Гессель (J.Hessels) та інші. Проте, незважаючи на наявність ґрунтовних наукових розробок, на сьогодні досі відсутній системний підхід до дослідження теоретичних аспектів експортної діяльності підприємств. У рамках запропонованого системного підходу нами виокремлюються наступні найбільш важливі теоретичні аспекти дослідження проблеми: сутність поняття «експортна діяльність підприємств», мотиви започаткування експортної діяльності, передумови для впровадження експорту та наслідки від експортної діяльності підприємств.

Метою статті є аналіз теоретичних аспектів експортної діяльності підприємств у рамках запропонованого системного підходу.

Традиційно експортна діяльність розглядається вченими, аналітиками та підприємцями як одна з найважливіших сфер діяльності. Дослідженню сутності експортної діяльності підприємств присвячено чимало праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Поширеним в наукових працях є паралельне вживання термінів «експортна діяльність» та «експорт», що підтверджує невизначеність та складність цієї економічної категорії. Тому у процесі ідентифікації сутності експортної діяльності важливим моментом є дослідження змісту понять «експортна діяльність підприємств» та «експорт» в економічній літературі та законодавчих актах (Табл. 1).

Таблиця 1
Визначення сутності поняття «експортна діяльність підприємства» та «експорт»

Автори	Визначення	Ключова характеристика
А. Череп, О. Ортинська	Експортна діяльність підприємств – це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок.	Послідовність виконання етапів
О.Мельник, М.Нагірна	Експортна діяльність підприємства – це низка взаємопов'язаних операцій, що передбачають продаж товарів з обов'язковим переміщенням їх через митний кордон з метою надання у володіння цієї продукції партнеру з-за кордону.	Низка взаємопов'язаних операцій

Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз	Експортна діяльність підприємства – це послідовність стадій передекспортної діяльності, реструктуризації та власне експорту.	Послідовність стадій
Н.Тюріна та Н. Кравацка	Експорт – це реалізація на закордонних ринках товарів та послуг, що виробляються чи виконуються у своїй країні.	Реалізація
О.Шкурупій, В.Гончаренко І.Артеменко	Експорт - продаж товарів чи послуг, що були виготовлені на території країни-експортера суб'єктам країни-імпортера.	Продаж
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Експорт (експорт товарів) – продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.	Продаж товарів

Джерело: складено автором на основі [1, с.215; 6, с.64; 7; 8, с.239; 9, с.234; 10, с.127;].

Проаналізувавши дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, спробуємо дати узагальнююче визначення сутності експортної діяльності підприємства. На нашу думку, експортна діяльність підприємства – це системний тривалий процес, що складається з певних етапів, до яких належить підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту та власне здійснення експорту, що несе за собою певні економічні наслідки. Тобто різниця між експортом та експортною діяльністю полягає у тому, що під «експортом» вчені розуміють лише операцію з продажу продукції та доставки іноземному суб'єкту, а «експортна діяльність» включає в себе ряд операцій з виходу підприємства на зовнішній ринок.

Для того, щоб зрозуміти суть експортної діяльності підприємства, необхідно визначити, що ж змушує підприємства виходити на зарубіжні ринки, тобто мотиви започаткування експортної діяльності промисловими підприємствами. На думку Кузьміна О.Є, мотивами започаткування експорту є: створення позивного іміджу підприємства на вітчизняного ринку (стереотип «європейських стандартів»); розширення ринків збуту з метою збільшення очікуваної норми доходу; перерозподіл ринку, який зумовлює підприємство здійснювати пошук нових партнерів за межами локального ринку; реструктуризація підприємства [4, с.173-174]. Ліпич Л.Г. та Фатенок-Ткачук А.О. у своїх роботах зазначають, що існують мотиви, які ставлять під сумнів вигідність здійснення експортних операцій підприємством. [5, с.147].

Узагальнення досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених дозволяє виділити основні збуджуючі мотиви та мотиви, що викликають сумнів доцільності здійснення експортної діяльності, проілюстровані на рисунку 1.

Важливо зазначити, що при намірах здійснювати експортну діяльність, промислове підприємство повинно бути добре підготовлене до цього процесу та мати певні конкурентні переваги. Досліджуючи експортну діяльність підприємств, А. Голятко виділяє такі основні передумови для впровадження експорту [2, с.18-20]:

1. Наявність кваліфікованих кадрів. Підприємство повинно обирати персонал, що спеціалізується саме на взаємодії з зовнішніми ринками збуту. Крім того, підприємство повинно проаналізувати готовність виробничого персоналу до змін у виробничому процесі, починаючи від збільшення обсягів виробництва до можливості швидко вносити зміни у існуючий продукт, відповідно до вимог клієнта, або впровадження нового продукту у виробництво.

2. Спроможність підприємства збільшувати обсяги виробництва, підвищувати якість та збільшувати асортимент продукції.

3. Наявність значних фінансових ресурсів. Так як експортна діяльність потребує великих фінансових витрат на всіх етапах: від кадрової політики підприємства до рекламних

бюджетів, керівникам підприємства важливо оцінити можливості фінансування витрат, що пов'язані з експортом.

Й.Гессель та А. ван Стель (J.Hessels, A. van Stel) висувають гіпотезу про те, що підприємства, які хочуть розпочати експортну діяльність, повинні мати необхідні конкурентні переваги, такі як конкретні ресурси та інноваційні можливості, оскільки їм необхідно адаптувати свої продукти та послуги до вимог іноземних ринків. Вони вважають, що підприємства повинні володіти цими ресурсами та можливостями до початку виходу на зовнішні ринки. Згідно з цією гіпотезою, наявність ресурсів є важливим елементом у набутті підприємством конкурентних переваг, що передують здатності підприємства виходити на закордонні ринки [11 с.259].



Рис.1. Мотиви започаткування експортної діяльності промисловими підприємствами

Джерело: складено автором на основі [4, с.173-174; 5, с.147; 11, с.256].

Не викликає сумніву той факт, що експортна діяльність позитивно впливає на стан функціонування підприємств-експортерів, так само, як і твердження про те, що показники діяльності підприємств-експортерів є в цілому кращими за аналогічні показники підприємств не експортерів. У результаті здійснення експортної діяльності промислові підприємства можуть отримувати такі вигоди [3 с.41-42]:

- використання надлишкових виробничих потужностей, які підприємства мають іноді у своєму розпорядженні, але які не користуються внутрішнім попитом;

- отримання більш високого прибутку. Завдяки відмінності конкурентного середовища на зовнішньому ринку від вітчизняного, виробник може вигідніше продавати там свою продукцію;

- значний обсяг зарубіжного продажу, що робить національних виробників менш залежними від внутрішніх економічних умов;

- зменшення витрат виробництва, що пов'язано з покриттям умовно-постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції, підвищенням ефективності за рахунок досвіду, отриманого при виробництві великих партій продукції. На практиці існує тенденція до зменшення витрат на 20 – 30 % у випадку підвищення обсягів випуску продукції у 2 рази;

- розподіл ризику. Виробник може знизити коливання попиту, організовуючи збут на закордонних ринках, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різних етапах життєвого циклу;

- досвід, отриманий підприємствами від експортної діяльності може стимулювати їх досліджувати нові іноземні ринки та спонукати до використання інших форм діяльності, таких, як створення спільних підприємств, ліцензування та прямих іноземних інвестицій. В зарубіжній літературі таке явище отримало назву «*learning-by-exporting*», тобто отримання досвіду від експортної діяльності [11 с.257].

Отже, в результаті аналізу наукових робіт вітчизняних та зарубіжних дослідників нами було розглянуто сутність поняття «експортна діяльність підприємств» та визначено, що це системний тривалий процес, що складається з певних етапів, до яких належить підготовка компанії до експорту, адаптація товару до вимог потенційного ринку збуту та власне здійснення експорту, що несе за собою певні економічні наслідки. Крім того, в рамках системного підходу до дослідження теоретичних аспектів експортної діяльності підприємств нами було виділено основні мотиви, передумови та наслідки від здійснення експортної діяльності. Важливе значення на сьогодні мають методичні підходи до оцінки експортної діяльності підприємств, що може бути предметом подальших дискусій та досліджень.

Список джерел:

1. Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства / Аль-Оста Салім Абдуль-Азіз // *Маркетинг і менеджмент інновацій* – 2015. – №1 – С. 213-220.

2. Експортувати просто. Експорт Step by Step 10 кроків від виробництва до експорту: Практичний посібник/Автори: В.Кравченко, А. Голятко, Д. Копий, А.Полянський, І. Шинкаренко, А. Короп, А. Гайдук, В. Маєвський, А. Голиздра. – «Саміт-книга», 2016. – С. 18-20.

3. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навч.посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, Н. В. Притула та інші. – 5-те вид., перероб. та доп. - Київ: Центр учбової літератури, 2015. –272 с.

4. Кузьмін О.Є. Організація експортної діяльності підприємства / О.Є. Кузьмін, А. В. Демчук // *Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції/ Національний університет «Львівська політехніка»*. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 173-174.

5. Ліпич Л. Г. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки / Л. Г. Ліпич, А. О. Фатенок-Ткачук // *Культура народів Причорномор'я*. – 2007. – № 102. – С. 146-151.

6. Мельник О. Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства / О. Г. Мельник, М. Я. Нагірна // *Інноваційна економіка*. – 2013. – №5. – С. 63-66.

7. Про зовнішньоекономічну діяльність – Закон України № 4496- VI (4496-17) від 13.03.2012 // *Відомості Верховної Ради України*. – 2013. – № 2.

8. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : Навчальний посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. - К. : "Центр учбової літератури", 2013. – 408 с.

9. Череп А.В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства / А. В. Череп, О. Л. Ортинська // *Національне господарство України: теорія та практика управління*. – 2008. – С. 232-236.

10. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. / За ред. О. В. Шкурупій. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.

11. Hessels J. *Entrepreneurship, Export Orientation, and Economic Growth* / J.Hessels, A. van Stel // *Small Business Economics*. – 2011. – №37(2). – 255-268 p.