

УДК 332.02

Voronko O. S.,

oksavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** Предметом дослідження є процеси формування й реалізації політики розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств реального сектора національної економіки. Показано, що в умовах війни істотно ускладнилися як питання транспортування, логістики й збуту продукції на внутрішньому ринку, так і експорту товарів та послуг за кордон. Таким чином базова проблематика виведення української продукції на зовнішні ринки доповнилася труднощами транспортування, у т. ч. через різноманітні блокади з боку населення, бізнесу, громадських активістів із сусідніх країн. З іншого боку, аргументовано, що нарощення обсягів зовнішньоекономічної діяльності слугує достатньо вагомою альтернативою збереження обсягів господарської діяльності та забезпечення життєздатності вітчизняних, у тому числі стратегічних, підприємств, у ситуації повномасштабної війни. На таких засадах метою дослідження визначено обґрунтування організаційно-економічного інструментарію корпоративної політики стимулювання нарощення обсягів зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств. Обґрунтовано, що організаційний блок такого механізму складається з управлінських та інституційних інструментів, покликаних покращити систему менеджменту збільшення обсягів та здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Тоді як засоби економічного блоку механізму стосуються покращення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання, залучення та раціонального використання інвестиційних ресурсів, нарощення виробничих потужностей, зокрема з виробництва та експорту продукції з високим вмістом доданої вартості, економічного стимулювання та підтримки маркетингу вітчизняної продукції на зовнішніх ринках збуту.*

Ключові слова: економіка підприємства, міжнародна економіка, суб'єкти господарювання, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля, інвестиції, міжнародні ринки, глобальні ринки, нарощення обсягів, експортний потенціал, організаційно-економічний інструментарій.

Voronko O. S.,

oksavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019

Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC TOOLS FOR INCREASING THE VOLUMES OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES

***Abstract.** The subject of the research is the processes of formation and implementation of the policy of development of foreign economic activity of domestic enterprises of the real sector of the national economy. It is shown that in the conditions of the war, the issues of transportation, logistics and sales of products on the domestic market, as well as the export of goods and services abroad, became significantly more complicated. In this way, the basic problem of the export of domestic products to foreign markets was supplemented by transportation difficulties, including due to various blockades by the population, businesses, and public activists from neighboring countries. On the other hand, it is argued that increasing the volume of foreign economic activity serves as a sufficiently significant alternative to maintaining the volume of economic activity and ensuring the viability of domestic, including strategic, enterprises in a situation of full-scale war. Based on these principles, the purpose of the study is to substantiate the organizational and economic tools of the corporate policy of stimulating the expansion of the volume of foreign economic activity of domestic enterprises. It is substantiated that the organizational block of such a mechanism consists of managerial and institutional tools designed to improve the management system of increasing volumes and carrying out foreign economic activities of enterprises. While the means of the economic block of the mechanism relate to improving the investment attractiveness of economic entities, the attraction and rational use of investment resources, increasing production capacity, in particular for the production and export of products with a high content of added value, economic stimulation and support for the marketing of domestic products on foreign sales markets.*

Key words: enterprise economy, international economy, economic entities, foreign economic activity, foreign trade, investments, international markets, global markets, volume growth, export potential, organizational and economic tools.

JEL Classification: D40; F01; F40

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2024-80-14>

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність в умовах війни та кризи слугує гарним джерелом збуту продукції, відповідно, формування доходів та економіко-ресурсного потенціалу забезпечення життєздатності бізнесу. Війна призвела до зменшення чисельності населення та суб'єктів господарювання, у т. ч. великих промислових підприємств, звуження внутрішнього ринку та обмеження платоспроможного попиту. Все це обумовило істотну фінансово-економічну кризу на ринках, поставило питання виживання вітчизняної економіки, а населення - забезпечення зайнятості. За такої ситуації нарощення обсягів зовнішньоекономічної діяльності відіграє важливу роль у сенсі збереження бізнесу та формування ресурсної бази для задоволення широкого спектра соціальних потреб і працівників підприємств і населення загалом.

Однак, як відомо, конкуренція на зовнішніх ринках вища і це потребує впровадження більш складних механізмів та інструментів регулювання, здатних забезпечити приріст виробничих потужностей, формування каналів товароруку, логістики і дистрибуції продукції, збільшення обсягів експорту та підвищення рівня попиту на вітчизняні товари і послуги у межах зовнішніх глобалізованих ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні методичні підходи та практики управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, визначення її стратегії і тактики, маркетингових та інших аспектів розкриваються у публікаціях таких науковців, як Н. Басюркіна, К. Кузнецова, В. Лагодієнко [1, с. 163-169], Т. Васильців, Р. Лупак, В. Волошин [2, с. 32-51], Ю. Дайновський, Б. Семак, О. Вовчанська [5, с. 69-74], Б. Мізюк, В. Зайченко та ін. [11, с. 70-88].

Положення організаційно-економічного механізму, організаційні та економічні засади, інструменти та засоби збільшення обсягів й ефективності різних видів зовнішньоекономічних та зовнішньоторговельних операцій пропрацьовані в публікаціях таких авторів, як Н. Возний, М. Левко, Р. Черниш [3, с. 151-159], О. Гриненко, Т. Пічугіна [4, с. 23-28], Р. Шинкаренко [10, с. 19-24] та ін.

Чинники, проблеми і перешкоди нарощення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств у теперішніх реаліях стали предметом пошукувань таких дослідників, як А. Зінченко [6, с. 169-171], Ж. Зосімова [7, с. 36-43], Н. Кондратенко, І. Тернова, Т. Колесник [8, с. 21-27], О. Кривешко, М. Замроз, Г. Кундицька [9] та інші.

Водночас масштаби зовнішньоекономічної діяльності підприємств – резидентів все ще не значні. Маючи значно більший потенціал, вітчизняні

підприємства все ще не спроможні в повній мірі його реалізувати. Це обумовлює потребу в напрацюванні нових більш дієвих та ефективних організаційних і економічних інструментів політики збільшення обсягів, покращення структури та підвищення рівня ефективності зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств, тим більше в умовах повномасштабної війни, що послугувало б потужним чинником підтримки і відновлення національної економіки України.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування організаційно-економічного інструментарію корпоративної політики стимулювання нарощення обсягів зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств.

Вклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення успішної зовнішньоекономічної діяльності важливо не лише постійно збільшувати обсяги експорту, але й стратегічно планувати і тактично розвивати інші аспекти зовнішньоекономічних операцій. Це включає формування комплексу заходів щодо покращення інтелектуально-кадрового, ресурсного, інфраструктурного, логістичного, науково-технологічного та іншого потенціалу. Тільки таким чином можна забезпечити стабільний розвиток українських підприємств, у т. ч. в межах глобалізованих ринків, на світовому ринку та покращити міжнародне співробітництво.

Повноцінну реалізацію зовнішньоекономічного потенціалу підприємства слід вважати складним процесом, який вимагає більш системного і комплексного підходу порівняно з простим збільшенням виробництва та експорту товарів і послуг. Він враховує багато чинників та вимагає уваги до стратегічних і тактичних аспектів його формування й реалізації.

Оскільки експортний потенціал українського реального сектора економіки ще не повністю використаний ні на традиційних, ні на потенційних ринках, де мало представлені або зовсім відсутні українські товари, особливо важливою є активація експорту у країни Азії, Африки, Австралії та Океанії, включаючи різні галузі виробництва, зокрема глибоку переробку різних видів продукції.

Зважаючи на це, можна констатувати: механізми, з одного боку, корпоративної політики, а, з іншої сторони, публічного управління, які спостерігаються в інституційно-правовому полі України для розвитку місцевих експортерів продукції, ще не є повністю ефективними і потребують покращень. Важливим є визначити ті, які мають найбільше значення у такому контексті:

- розвиток місцевої інституційної інфраструктури для підтримки експорту товарів / послуг;

- скасування адміністративних перешкод при експорті товарів, зокрема не застосування інструментів нетарифного регламентування;

- спрощення умов перетину товарами кордонів із впровадженням митних правил та погашенням частини податку на додану вартість;

- втілення виконання завдань щодо стимулювання нарощення обсягів експорту товарів / послуг засобами покращення логістичної і дорожньо-транспортної інфраструктури, досліджень ринків, стандартизації та покращення якості продукції, а також інформаційно-маркетингові заходи та інші супровідні послуги експорту;

- надання експортерам необхідного фінансового забезпечення через погашення певної частки позик і кредитів;

- страхування ризиків та інші фінансові заходи для експортерів за “кошиками продукції” Всесвітньої торговельної організації.

За досвідом низки зарубіжних країн, для ефективної координації державної та корпоративної політики у сфері експорту створюються спеціалізовані інституції. Такі організації беруть активну участь у формуванні та впровадженні стратегій зі зміцнення конкурентоспроможності продукції національних товаровиробників на зовнішніх ринках та підтримки експортерів.

В Україні існує потреба у створенні експортно-кредитних агентств, які будуть спеціалізуватися на підтримці експорту продукції. Такі структури не лише надаватимуть фінансову та страхову підтримку експортерам, а й допоможуть їм виходити на зовнішні ринки, захищати їхні інтереси та стимулювати розвиток виробничо-господарських комплексів. Такі агентства також забезпечують консультації та правову допомогу підприємствам, організовують партнерства та проведення різноманітних заходів для підтримки експортерів.

Один зі способів підвищення зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняних експортерів стосується здійснення зовнішньоекономічної кооперації. Важливо розуміти, що використання потенціалу цього інструмента неможливе, якщо увага приділяється лише збільшенню обсягів експорту. Щоб ефективно інтегрувати вітчизняні підприємства у світову систему зовнішньоекономічних відносин, потрібно створити відкрите середовище з різноманітними зовнішніми зв'язками. Це можливо завдяки багатосторонній зовнішньоекономічній інтеграції, яка враховує міжгалузеві зв'язки у виробничому й експортному секторах, а також особливості різних видів продукції.

Основні напрямки розвитку зовнішніх економічних зв'язків українських підприємств реального сектора повинні включати: оновлення технічного та технологічного обладнання, розробку

інноваційної техніки та технологій, включаючи енергоефективні та екологічно чисті рішення, вдосконалення виробництва і маркетингу високоякісної продукції для поліпшення експортного потенціалу, створення екологічно безпечних виробництв, задоволення соціальних потреб населення, розвиток виробництва техніки та обладнання для секторів виробництва та експорту в економіці, вдосконалення системи науково-технічної інформації.

У відносинах українських компаній реального сектора економіки з іноземними партнерами в межах зовнішньоекономічної діяльності все більш важливими стають різні аспекти співпраці, зокрема такі її види, як торговельно-економічна, науково-технічна, технологічна, виробнича, валютно-фінансова, інвестиційна та інші.

Для посилення програм зовнішньоекономічної співпраці підприємств реального сектора економіки України із закордонними партнерами потрібно розробити регіональні концепції для підвищення їх міжнародної економічної взаємодії. До пріоритетних напрямів такої співпраці віднесемо: розширення асортименту експортної продукції та географічного розподілу зовнішньої торгівлі, реалізацію проектів у сфері прямих іноземних інвестицій, розвиток компетенцій у зовнішньоекономічній сфері, впровадження заходів для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції на міжнародних ринках.

Зовнішньоекономічну кооперацію слід розглядати як процес спільної підготовки, узгодження та реалізації проектів із виробництва, торгівлі, логістики та інфраструктури, що призначені для розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання в Україні та за кордоном. У даному процесі взаємодіють вітчизняні підприємства з партнерами, водночас ці підприємства можуть бути як із аналогічних галузей (горизонтальна інтеграція), так і ті, що зосереджуються на переробці продукції, транспортні компанії, торгові організації та інші учасники ринкової інфраструктури.

Суб'єкти господарювання, які є іноземними компаніями, що спеціалізуються на імпорті та постачанні своїх товарів на внутрішні ринки, мають інтереси в участі у виробництві продукції високого рівня обробки. Це дозволяє їм збільшити додану вартість продукції, контролювати якість і диверсифікувати діяльність задля зменшення ризиків.

Результати обґрунтування найбільш перспективних форм та інструментів їх задіяння при реалізації зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняних підприємств наведені у табл. 1.

Форми та інструменти нарощення обсягів та ефективізації зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів бізнесу України

Форми зовнішньоекономічної діяльності	Інструменти державної підтримки
Експорт продукції / послуг	Модернізація системи інституцій інфраструктури просування експорту, подолання інституційних та інших перешкод експорту, супровід у межах “зеленого” та “жовтого” кошиків Всесвітньої торговельної організації
Зовнішньоекономічна співпраця	Заохочення та покращення мотивації вітчизняних підприємств – учасників ЗЕД під час організації та втілення в життя сумісних із іноземними партнерами проєктів у сфері бізнесу, інноваційної, інвестиційної та іншої діяльності
Міжнародний маркетинг	Створення та впровадження системних і збалансованих маркетингових проєктів і програм вітчизняних зовнішньо-економічно активних суб'єктів господарювання
Інноваційна, науково-технічна і технологічна співпраця, підготовка інтелектуальних кадрів	Розвиток співробітництва та партнерства із зовнішніми та внутрішніми інноваційними структурами, організаціями сектора НДДКР, закладами вищої та спеціалізованої освіти, інвестиційними та венчурними фондами тощо
Інвестиційна і фінансово-кредитна співпраця із зовнішніми партнерами	Побудова спільної інвестиційної інфраструктури, перехресна інвестиційна дольова участь у бізнесах, активізація співпраці між зовнішньоекономічними партнерами в фінансово-інвестиційній сфері
Лізингові та орендні операції з нерезидентами	Організаційно-управлінський супровід та фінансово-економічна підтримка заходів у сфері міжнародного лізингу та орендних операцій
Проведення спільних виставкових, торговельних та інформаційно-комунікаційних заходів	Спільна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та елементів інфраструктури з організації і проведення внутрішніх та міжнародних маркетингових, виставково-ярмаркових, презентаційних, інформаційно-комунікаційних та інших промоційних заходів

Задіяння визначених інструментів корпоративної політики дозволить внести системні зміни у використанні найбільш необхідних форм зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів реального сектора економіки України. Це сприятиме покращенню застосування їх зовнішньоекономічного потенціалу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Повна реалізація зовнішньоекономічного потенціалу, зростання та підвищення ефективності експорту та зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є неможливими, якщо вони зосереджуються лише на експорті продукції.

Справжня інтеграція підприємств у глобальну систему зовнішньоекономічних відносин вимагає їх перетворення на умовно відкриті середовища з різносторонніми зовнішніми зв'язками та відносинами. Це стає можливим завдяки впровадженню різних форм та видів зовнішньоекономічної діяльності, зокрема спрямованої на співпрацю як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Важливими формами зовнішньоекономічної діяльності для розвитку підприємств є експорт продукції, міжнародний маркетинг, співпраця з іноземними партнерами у сфері науки та технологій, підготовка кадрів, інвестиції та фінансові операції, лізинг та оренда, а також маркетингові заходи.

Для підтримки зовнішньоекономічної діяльності підприємств реального сектора економіки України необхідно використовувати ефективні інструменти державної та корпоративної підтримки, зважаючи на їх особливості у різних галузях виробництва та послуг.

Подальший розвиток наукових досліджень в аналізованій сфері стосується вдосконалення методики вивчення ефективності політики нарощення обсягів та підвищення організаційної й економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Басюркіна Н. Й., Кузнєцова К. О., Лагодієнко В. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю бізнес-суб'єктів. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Т. 7. № 3. С. 163-169.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Волошин В. І. Стратегічні імперативи державної політики протидії гібридним загрозам і забезпечення економічної безпеки України. *Економіка України*. 2021. Вип. 2. С. 32-51.
3. Возний Н. Р., Левко М. М., Черниш Р. Е. Проблеми та перспективи регулювання світової торгівлі товарами в Україні. *Науковий вісник НЛТУ*. 2012. Вип. 22.7. С. 151-159.

4. Гриненко О. М., Пічугіна Т. С. Маркетингова стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. 2013. № 24 (997). С. 23-28.

5. Дайновський Ю. А., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Стратегічне значення комунікацій як складової маркетингового потенціалу підприємства. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 22. С. 69-74.

6. Зінченко А. В. Сучасні проблеми та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2021. № 5. С. 168-172.

7. Зосімова Ж. С. Проблеми та умови покращення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. Вип. 2(10). С. 36-43.

8. Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. *Бізнес-інформ*. 2021. № 2. С. 21-27.

9. Кривешко О. В., Замроз М. В., Кундицька Г. С. Сучасна концепція маркетингу на вітчизняних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf.

10. Шинкаренко Р. В. Сутність та особливості форм виходу підприємств на зовнішні ринки. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 1 (12). С. 19-24.

11. Lupak R., Mizyuk B., Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. Vol. 8 № 1. P. 70-88.

REFERENCES

1. Basiurkina, N. J. Kuznietsova, K. O. and Lahodiienko, V. V. (2022), Upravlinnia zovnishn'oeconomichnoiu diial'nistiu biznes-sub'iektiv. *Ukrains'kyj zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, T. 7. № 3, s. 163-169.

2. Vasylytsiv, T. H. Lupak, R. L. and Voloshyn, V. I. (2021), Stratehichni imperatyvy derzhavnoi polityky protyidii hibrydnym zahrozam i zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy. *Ekonomika Ukrainy*, vyp. 2, s. 32-51.

3. Voznyj, N. R. Levko, M. M. and Chernysh, R. E. (2012), Problemy ta perspektyvy rehuliuвання svitovoi torhivli tovaramy v Ukraini. *Naukovyj visnyk NLTU*, vyp. 22.7, s. 151-159.

4. Hrynenko, O. M. and Pichuhina, T. S. (2013), Marketynhova stratehiia zovnishn'oeconomichnoi diial'nosti pidpriemstva. *Aktual'ni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodars'koi diial'nosti pidpriemstva*, № 24 (997), s. 23-28.

5. Dajnovs'kyj, Yu. A. Semak, B. B. and Vovchans'ka, O. M. (2018), Stratehichne znachennia komunikatsij iak skladovoi marketynhovoho potentsialu pidpriemstva. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, № 22, s. 69-74.

6. Zinchenko, A. V. (2021), Suchasni problemy ta perspektyvy rozvytku zovnishn'oeconomichnoi diial'nosti vitchyznians'kykh pidpriemstv. *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy*, № 5, s. 168-172.

7. Zosimova, Zh. S. (2013), Problemy ta umovy pokrascennia zovnishn'oeconomichnoi diial'nosti vitchyznians'kykh pidpriemstv. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, vyp. 2(10), s. 36-43.

8. Kondratenko, N. O. Ternova, I. A. and Kolesnyk, T. M. (2021), Teoretyko-metodychni aspekty upravlinnia zovnishn'oeconomichnoiu diial'nistiu hospodariuichykh sub'iektiv Ukrainy. *Biznes-inform*, № 2, s. 21-27.

9. Kryveshko, O. V. Zamroz, M. V. and Kundyt'ska, H. S. (2021), Suchasna kontsepsiia marketynhu na vitchyznians'kykh pidpriemstvakh. *Efektivna ekonomika*, № 6, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf.

10. Shynkarenko, R. V. (2018), Sutnist' ta osoblyvosti form vykhodu pidpriemstv na zovnishni rynky. *Skhidna Yevropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vyp. 1 (12), s. 19-24.

11. Lupak R., Mizyuk B., Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. (2022), Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, Vol. 8 № 1, r. 70-88.

Стаття надійшла до редакції 19 листопада 2024 року