

## ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© Гром'як О.Б., 2010

**Розглянуто основні напрямки державної політики активізування зовнішньоекономічної діяльності. Запропоновано виокремити дві її основні проблеми: проблему розроблення та проблему реалізації цієї політики. Визначено основні методи здійснення політики стимулювання експорту та внесено основні корективи щодо їх удосконалення.**

**We examine the main directions of state policy aktivizuvannya foreign trade. We propose to devote two of its main problems: the problem of developing and the problem of implementing this policy. In this article we determine the main methods of implementing policies to stimulate exports and made major adjustments to improve it.**

**Постановка проблеми та її зв'язок з актуальними теоретичними та практичними завданнями.** Зовнішньоекономічна діяльність, а, зокрема, експортна, є невід'ємною складовою економічної структури України і впливає не тільки на торговельне сальдо та стабільність грошової одиниці, але й на економічний розвиток будь-якої країни загалом. Одним із найважливіших важелів впливу, яким користується держава для формування конкурентоспроможних позицій вітчизняних підприємств на міжнародних ринках, є політика активізування зовнішньоекономічної діяльності, яка за своєю структурою є надзвичайно багатогранною [7]. З метою активізування такої діяльності особливу увагу сьогодні необхідно приділити стимулюванню саме експортної діяльності. Політика стимулювання експорту повинна об'єднувати сили кожного підприємства у загальну стратегію, що була б орієнтована на розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Стимулювання експорту допомагає розширити міжнародні ринки збуту та покращати якість, а відповідно і конкурентоспроможність товарів, перетворити підприємства у надійних експортерів, спрямувати ресурси у високопродуктивні галузі та збільшити величину високотехнологічних продуктів у експортній структурі [25].

Країни, які мають високу частку експорту у структурі своєї економіки, довели, що для успішного та динамічного експортування недостатньо лише ринкового регулювання. Саме тому, розуміючи усю важливість активізування зовнішньоекономічної діяльності і беручи до уваги те, що стимулювання експорту могло б стати генеруючим чинником у розвитку зовнішньої торгівлі України, особливу увагу потрібно приділити головним проблемам політики активізування. Адже сучасний стан державної політики активізування зовнішньоекономічної діяльності не дає вітчизняним виробникам почуватися впевнено на міжнародних ринках та сприяє зростанню диспропорцій у структурі українського експорту [28].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукове дослідження проблеми стимулювання зовнішньоекономічної діяльності, зокрема експорту, має складну історію, що призвело до певних розбіжностей у визначенні поняття, видів, завдань та інструментів стимулювання експорту. Державна політика активізування експорту привертає увагу багатьох учених і усі сходяться на думці про однозначну проблематичність цього питання.

Зважаючи на те, що стимулювання експортної діяльності є одним із дієвих механізмів активізування зовнішньоекономічної діяльності, доцільно було б ознайомитися із трактуванням самої категорії “стимулювання”. Термін “стимулювати” (лат. збуджую, заохочую) має два тлумачення: 1. Створювати, давати стимул або бути стимулом до чогось, прискорювати. 2. Посилювати, поліпшувати, здійснювати будь-що. Схожим, проте, і в той самий час відмінним до дієслова “стимулювання” виступає термін “активізм” (від лат. *activus* – діяльний, дієвий) – це політика активного втручання держави у розвиток економічних процесів [9].

Саме поняття “стимулювання експорту” бере свій початок із кінця ХІХ ст. Серед українських науковців над цією проблемою працювали І. Бураковський [13], В. Бабенко [11], А. Кредісов [15], Т. Непомняща [16], М. Скрипник [18], Ю. Макогон [12], А. Філіпенко [13], Ю. Захарій [14] та ін. Питання стимулювання зовнішньоекономічної діяльності цікавило й іноземних учених, таких як В. Глаштеттер [20], Р. Хенцлер [22], Д. Лефевр [21], М. Портер [17] та ін. Р. Хенцлер [22], який був німецьким професором, вважав, що стимулювання експорту – це система засобів та заходів, спрямованих на допомогу експортним галузям щодо налагодження відносин із закордонними партнерами та реалізації більшої кількості експортних замовлень на іноземних ринках збуту. Проте таке визначення виключає ті засоби та заходи, які не безпосередньо впливають на стимулювання експорту. Саме тому керуватися таким визначенням буде недоцільно, адже сьогодні держава не завжди здійснює стимулювання експорту у відкритій формі. Тому, якщо спиратися виключно на таке трактування, то виникатимуть труднощі щодо цілеспрямованості державних інвестицій у експортні галузі [22].

Схожі визначення щодо стимулювання експорту пропонують швейцарський професор Д. Лефевр та В. Глаштеттер. Д. Лефевр під цим поняттям розуміє сукупність лише тих засобів та заходів держави, метою здійснення яких є фізичне і (або) вартісне підвищення експорту. А Глаштеттер вважає, що стимулювання експорту – це система усіх державних заходів, які сприятимуть зростанню фізичного та вартісного обсягу експорту за допомогою зниження експортної ціни та інших витрат.

У результаті тривалих досліджень проблеми стимулювання експорту були виокремлені дві моделі організування стимулювання експорту: французька і німецька. Причиною такого поділу є різне розуміння країнами ролі держави у цьому процесі. Узагальнивши проаналізовані дослідження учених можна навести таке визначення поняття “стимулювання експорту”: це система інструментів та заходів, які спрямовані на збільшення збуту вітчизняних товарів і послуг на закордонних ринках задля зростання прибутків експортерів та покращання загальноекономічного рівня населення всередині країни, що здійснюються переважно за допомогою державної політики. Схоже визначення давали німецький дослідник, професор Бамберзького університету, доктор Й. Енгельхард та Р. Мунцерт [19, 23, 27, 30]. З нашого погляду воно є найдоцільнішим та найкраще відображає сьогодишню соціально-економічну ситуацію, адже політика стимулювання експорту може мати і напівдержавний характер. До того ж ця політика прагне збільшити як прибуток експортерів, так і загальний економічний рівень країни.

**Цілі статті.** Основною ціллю роботи є обґрунтування доцільності політики активізування зовнішньоекономічної діяльності, виявлення її основних проблем та формування власних пропозицій щодо удосконалення політики стимулювання експорту в Україні.

**Основний матеріал дослідження.** У сучасній ринковій ситуації більшість країн дотримуються спільних позицій, що сьогодні необхідно активно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність і що без втручання держави самим суб’єктам господарювання досягнути успіху у цьому секторі економіки майже неможливо. Одним із головних інструментів державного стимулювання розвитку міжнародної торгівлі є політика активізування зовнішньоекономічної діяльності. При цьому доцільно зауважити, що у теоретичному розумінні політика активізування експорту та імпорту є невід’ємною частиною зовнішньоекономічної політики держави, спрямованої на збільшення обсягів торговельного обороту, що сприяє зростанню відкритості економіки країни.

Перш ніж говорити про політику активізування зовнішньоекономічної діяльності, потрібно дати визначення самого поняття “зовнішньоекономічна діяльність”. У законі України “Про зовнішньоекономічну діяльність” подається таке його тлумачення: “...це діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що відбувається як на території України, так і за її межами” [1].

Підстави говорити про політику активізування зовнішньоекономічної діяльності дає нам змогу сам потенціал українського експорту та значні економічні можливості країни до світової інтеграції. Україна із своєю площею, що приблизно становить 0,4 % від усієї суші, і з чисельністю населення близько 0,7 % від усіх жителів нашої планети тривалий час була виробником 5 % від усієї мінеральної сировини та продуктів її переробки [26]. До того ж розвідані запаси корисних копалин України становлять близько 8 трильйонів доларів США. Багата на природні ресурси українська держава є одним із лідируючих добувачів марганцевої руди, алюмосилікатної сировини, глини та інших копалин. Не зайвим буде згадати і про потужні можливості чорної металургії. Незважаючи на рейтинг Всесвітнього економічного форуму, згідно з яким Україна зайняла 73-тє місце із можливого 131-го за індексом глобальної конкурентоспроможності та згідно з цим же форумом 81-ше із 127-ми – за індексом бізнесової конкурентоспроможності, експортноорієнтованими галузями все ж залишаються: аерокосмічна, суднобудівна, біотехнологічна, машинобудівна та сільське господарство. Але усі вищепераховані експортні можливості використовуються непродуктивно, адже основу українського експорту (близько 50 %) становить необроблена продукція.

Актуальність питання розроблення й реалізації державної політики стимулювання експорту в Україні зумовлюється двома проблемами. Перша, як і зазначалося, свідчить про значне погіршення структури експорту, тобто збільшення в останній частки сировини та продукції з низьким рівнем обробки. Друга проблема стосується необхідності скасування такого засобу державної підтримки національного виробника, як діючі пільги. Особливої гостроти ця проблема отримала після набуття Україною членства у СОТ. Проте важливим при цьому є уміння не втратити змогу здійснювати державну підтримку національної економіки та використовувати усі можливості для застосування правових механізмів стимулювання національного експорту, передбачених СОТ [3].

Перш ніж говорити про основні напрямки здійснення державної політики активізування експорту, доцільно ознайомитись із кількома етапами реалізації експортної діяльності. Це сприятиме визначенню основних проблем та перешкод, з якими зустрічається експортер та які держава прагне усунути використовуючи політику регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Отже, на основі огляду літературних джерел [16, 18, 25] можна виділити такі етапи експортної діяльності:

1. Вивчення майбутніх ринків збуту (їх сегментація та маркетингове позиціонування на них свого товару). Основними проблемами є матеріальне забезпечення та значний часовий проміжок для дослідження ринків.
2. Встановлення відносин між партнерами, що є доволі капіталомістким етапом.
3. Створення самого товару, що є пропозицією для партнерів. На цьому етапі важливим елементом є ціна продукції і її конкурентоспроможність. Інколи третій етап може передувати попередньому.
4. Матеріальне забезпечення замовлення. Тут йдеться про такий метод реалізації політики активізування експорту, як кредитування.
5. Здійснення замовлення (власне саме експортування товару), яке може піддаватися багатьом непередбачуваним ризикам, таким як: транспортні, монтажні, торговельні, гарантійні тощо. На цьому етапі необхідно використовувати державний метод гарантування.
6. Здійснення оплати за продукцію. На цьому етапі важливо проконтролювати виконання умов контракту, які можуть піддаватися політичним (обмеження трансфертних операцій та вільна конвертованість валюти) та економічним (платоспроможність імпортера) ризикам.

Цілі та завдання державної політики активізування експорту залежать від завдань, які можуть виконуватись на двох рівнях. Так, наприклад, на макроекономічному рівні необхідно досягнути внутрішньої та зовнішньої економічної рівноваги, керуючись політикою щодо зростання зайнятості

та поліпшення платіжного балансу відповідно. У мікроекономічній площині ця державна політика реалізується для підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та зростання їх прибутків.

Проаналізувавши теоретичні доробки багатьох учених з означеної тематики дослідження, ми вважаємо за необхідне виокремити дві групи проблем, які виникають при активізуванні зовнішньоекономічної діяльності шляхом стимулювання експорту. Перша проблема стосується розроблення державної політики стимулювання експорту, а друга полягає у реалізації такої політики. Розглянемо кожну з них детальніше.

На сьогоднішній день в Україні активно розглядається питання розроблення державної політики стимулювання експорту. Так, якщо говорити про мікрорівень, то на Луганщині нещодавно був підписаний “План заходів із стимулювання експорту підприємствами області” [24]. Цей проект планується виконувати протягом 2009 – 2011 рр. А на макrorівні був розроблений проект закону України “Про систему державної підтримки експорту товарів (робіт, послуг) українського походження” [2]. Основною причиною його створення була необхідність впровадження нових підходів держави щодо забезпечення державної підтримки експортних операцій із використанням методів гарантування та кредитування експорту та створення відповідної структури у формі державної акціонерної страхової компанії “Українська компанія страхування експорту”. Ця структура створюватиметься як небанківські фінансові установи, що утворюються державою в особі Кабінету Міністрів України та діють на підставі статуту. Впровадження механізму державної підтримки експорту високотехнологічних галузей, створення інфраструктури, що забезпечує здійснення державної політики щодо гарантування і кредитування експорту, – основні цілі проекту [2; 14].

Проте для впровадження цього законопроекту необхідно гармонізувати його із діючим законодавством з питань зовнішньоекономічної діяльності, а саме: внести відповідні поправки щодо уточнення об'єктів політики стимулювання експорту та скорочення терміну доопрацювання законопроекту. Це необхідно для того, щоб під час втілення проекту у життя не виникало непорозумінь, адже наразі він не відображає особливостей діяльності конкретних підприємств, що здійснюють експортні операції, та не враховує їхні індивідуальні потенційні можливості.

Ще однією проблемою політики активізування експорту є її реалізація. Адже саме на цьому етапі виникають найбільші труднощі із визначенням основних джерел фінансування та структур, які повинні це фінансувати здійснювати.

Узагальнюючи літературні джерела [4; 5; 7; 8; 10], ми пропонуємо виокремлювати такі методи фінансування експорту та його активізування:

1. Пряме фінансування експорту. Для цього держава використовує дотації та доплати фірмам і компаніям із свого бюджету. Така бюджетна підтримка допомагає скоротити різницю між витратами на виготовлення товарів та ціною їх продажу. Особливо це важливо для України, адже після вступу України у СОТ ми повинні здійснити значне реформування нашого експортного виробництва та гармонізування його згідно з вимогами цієї організації [5].

2. Стороннє (непряме) фінансування експортерів. Держава надає комерційним банкам дотації, які вони повинні використовувати для зниження кредитних ставок для експортерів. Непряме фінансування може здійснюватися і поверненням мита підприємствам, що експортують, яке вони сплачували під час ввезення сировини. Ще одним заходом реалізації цього методу може бути спрямування потенційним експортерам державних та військових замовлень. Підходячи до цієї проблеми в Україні, слід сказати, що одним з можливих варіантів її вирішення могло б стати створення спеціального фонду, куди б спрямовувалися митні надходження. Адже за 2008 рік митницею забезпечено перерахування до Державного бюджету у сумі 3 411,6 млн. грн. [7].

3. Зниження податків, що сплачують експортери готової продукції. Залежно від обсягу експорту серед усього спектра діяльності підприємства регулюватиметься і величина прямого скорочення податків [10].

4. Страхування експортної діяльності. Воно має внутрішнє та зовнішнє спрямування. Внутрішнє страхування використовує виплати з бюджету, тобто держава допомагає експортерам зменшувати частину їхніх ризиків за значного капіталовкладення у виробництво експортної

продукції. Зовнішнє страхування частково звільняє підприємство від політичних і комерційних ризиків щодо експорту, яке бере на себе держава. Державне страхування дає змогу експортеру повертати майже усі втрати від ризиків [4].

5. Кредитування експортера. Як і страхування, кредитування є двох видів: внутрішнє і зовнішнє. Державні та комерційні банки здійснюють кредитування експортерів на пільгових умовах. Суть зовнішнього кредитування полягає у скеруванні кредитів імпортерам, що можуть виступати у формі фінансових і товарних кредитів експортерів [8].

Усі вищеокреслені методи фінансування та активізування зовнішньоекономічної діяльності можуть і повинні враховуватися під час розроблення програми реалізації політики стимулювання експорту з метою вирішення окреслених проблем.

Проте наведені вище методи реалізації політики стимулювання експорту мають певні труднощі щодо їх застосування. Серед них можна назвати те, що кожне підприємство є окремим суб'єктом здійснення зовнішньоекономічної діяльності, саме тому не можна застосовувати одну уніфіковану систему методів стимулювання експорту. Також необхідно гармонізувати дії усіх ланок влади під час реалізації політики активізування зовнішньоекономічної діяльності та відрегулювати їхню злагодженість. Ще однією проблемою є відсутність гнучкості та адаптації у використанні методів для різних економічних ситуацій (наприклад, під час економічної кризи).

Своєю чергою, з метою реалізації ефективної політики стимулювання експорту доцільно сказати про пріоритетність галузей, яку потрібно визначити, аби знати, в якій сфері здійснювати активізування. Для цього потрібно встановити (проранжувати) галузі за важливістю та можливістю стимулювання експорту у них. Доцільність стимулювання експорту вимагає визначення саме тих галузей, експорт яких буде найефективнішим як для експортерів, так і для держави загалом. Якщо говорити про фінансування, то після визначення пріоритетності галузі необхідно визначити можливі шляхи та джерела для формування кредитних коштів, які б використовувалися для активізування експортної діяльності.

Огляд літературних джерел [1–30] за тематикою дослідження дає змогу зробити такі рекомендації щодо напрямків удосконалення політики стимулювання експорту:

1. Застосування прямого і побічного фінансування, яке сьогодні необхідне малому та середньому бізнесу, яке здійснює експортну діяльність. Вступивши у СОТ ми зобов'язалися реформувати наше експортне виробництво та адаптувати його до вимог цієї організації. До того ж це буде актуально і для нашої майбутньої економічної інтеграції.

2. Зниження податків з експортерів, особливо у сфері закупівель сировини чи обладнання, необхідних для виготовлення експортних товарів. Адже високі податкові ставки є однією з основних перешкод для здійснення експортної діяльності.

3. Формування державних програм кредитування суб'єктів підприємницької діяльності, котрі здійснюють експортну діяльність саме в тих галузях, експорт яких буде найефективнішим для держави загалом. Тобто слід звертати увагу на особливості кредитування в Україні, адже основним його недоліком передусім є те, що воно здійснюється не за рахунок державних коштів, а за допомогою приватних установ та кредитів міжнародних фінансових організацій, що робить умови кредитування менш привабливими.

4. Використання досвіду інших держав та створення відповідної структури, яка б здійснювала страхування експортної діяльності, активізуючи в такий спосіб зовнішньоекономічну діяльність. Страхування експортних операцій, яке давно набуло широкого розповсюдження серед країн з ринковою економікою, здійснюється державними організаціями та фірмами, яким виділяються кошти із бюджету. Проте пріоритетним все ж залишається державне страхування, яке, як правило, забезпечує 80–90 % від суми угоди. Основною причиною такої переваги державного сектору над приватним є нижчі ставки страхування, які у США становлять 1–2 % від суми контракту, в Японії – 0,3 % [6].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, під час дослідження державної політики активізування зовнішньоекономічної діяльності ми запропонували виокремити дві основні

групи проблем, які виникають під час здійснення державної політики стимулювання експорту, як одного із дієвих механізмів активізування зовнішньоекономічної діяльності: проблему розроблення та проблему реалізації політики стимулювання експорту. Це сприятиме формуванню узагальненішої інформації щодо особливостей та напрямків розвитку політики стимулювання експорту та визначення тієї ділянки експортної діяльності, яка потребує негайної державної підтримки.

Подальші дослідження будуть спрямовані на докладне вивчення чинників, що впливають на активізування зовнішньоекономічної діяльності.

1. Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ “Про зовнішньоекономічну діяльність”.
2. Проект закону України “Про систему державної підтримки експорту товарів (робіт, послуг) українського походження” (реєстр. №4145 від 03.03.2009).
3. Закон України від 10.04.2008 р. № 250-IV “Про ратифікацію Протоколу про вступ України до Світової організації торгівлі”.
4. Закон України “Про страхування” №85/96 від 7 березня 1996 р. із змінами.
5. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. – 6-те вид., стер. – К.: Знання, 2006. – 406 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
6. Світова економіка: підручник / А.С. Філіпенко, О.І. Рогач, О.І. Шниркова та ін. – К.: Либідь, 2000.
7. Кузьмін О.С., Горбаль Н.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005.
8. Міжнародна економіка: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А.М. Поручник, Я.М. Столярчук, О.Д. Павловська та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Поручника. – К.: КНЕУ, 2005. – 156 с.
9. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2005. – 714 с.
10. Куценко Т. Ф. Бюджетно-податкова політика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2002. – 256 с.
11. Бабенко В.О. Державна політика стимулювання експорту в ринковій економіці: дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004.
12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібник / За ред. Ю.В. Макогона. – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 424 с.
13. Міжнародні економічні відносини: система регулювання міжнародних економічних відносин / А.С. Філіпенко, І.В. Бураковський та ін. – К.: Либідь, 1994. – 256 с.
14. Захарій Ю. Державне субсидування експорту як інструмент зовнішньоторгівельної політики // Зовнішня торгівля. – 1999. – №1–2. – С.188–190.
15. Кредісов А. Виробити і продати. Щодо стратегії просування національного експорту на світові ринки // Політика і час. – 1998. – №4. – С.16–23.
16. Непомняца Т.С. Стимулювання експортної діяльності підприємств малого та середнього бізнесу // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №2(32). – С.146–154.
17. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ.; Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993.
18. Скрипник М. Шляхи стимулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств малого та середнього бізнесу // Економіка. Фінанси. Право. – 2002. – №6. – С. 34–37.
19. Engelhard J. Exportfoerderung: Exportentscheidungsprozesse und Exportfoerderung. Wiesbaden, Gabler, 1992.
20. Glastetter W. Aussenwirtschaftspolitik, 2. Aufl. – Koeln. – 1979. – S. 144.
21. Lefevre D. Staatliche Ausfuhrfoerderung und das Verbot wettbewerbsverfaelschender Beihilfen im EWG – Verlag. – Baden-Baden, 1977. – S. 30.
22. Henzler R. Ausfuhrfoerderung, in: Seischab H., Schwantag K. (Hrsg.), Handwoerter-buch der Betriebswirtschaft. – Stuttgart, 1956. – S. 311.
23. Munzert R. Exportfoerderung im Vergleich: Frankreich – Deutschland. Deutsch – Franzoesische Industrie- und Handelskammer. 1. Auflage 1997. Bielefeld. – Bertelsmann, 1997. – S. 1–2.
24. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України /<http://gska2.rada.gov.ua/>.
25. Електронна бібліотека Бабенко В.О. Державна політика стимулювання експорту в ринковій економіці: дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004 / <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/27638.html/>.
26. Географічна Енциклопедія України. – К.: УРЕ, 1991. – Т.1–3.
27. Державна підтримка українського експорту/ <http://www.ukrexport.gov.ua/>.
28. Бібліотека економіста / <http://www.library.if.ua/>
29. Журнал “Міжнародна економічна політика” /<http://www.knei.kiev.ua/>.
30. Сидоренко О. США, Швейцарія та Данія очолили рейтинг ВЕФ за індексом глобальної КСП // Дзеркало тижня. – 2009. – № 42 (671). – 11 – 18 листопада 2007 // [www.dt.ua/](http://www.dt.ua/).