

УДК 338

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ: ПРОБЛЕМИ ПЕРЕОРІЄНТАЦІЇ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ З РОСІЙСЬКИХ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ

Гудзь Ю. Ф.

Кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Національний університет харчових технологій.

Анотація. Розглянуто необхідність формування нових наукових поглядів і теоретичних концепцій у сучасних складних геополітичних умовах щодо можливостей переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки країн Європейського Союзу. Проаналізовано підходи щодо удосконалення та поглиблення змісту переорієнтації експортоорієнтованих підприємств на нові європейські ринки, виходячи з особливостей сучасних зовнішньоекономічних умов. Висвітлено макроекономічні передумови, внутрішні та зовнішні чинники переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу та формування методів стимулювання експортної діяльності, що створюють середовище для реалізації зазначеного явища. Розроблено схему процесу переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу з подальшою можливістю стимулювання і підтримки експортної діяльності.

Ключові слова: експортоорієнтовані підприємства, диверсифікація виробництва, зовнішнє середовище, методи стимулювання експортної діяльності, переорієнтація підприємств України.

Постановка проблеми. Останні події свідчать, що на східних кордонах України завершилось формування агресивно-окупаційної та милітаризованої Російської держави, що вимагає нових адекватних стратегій та наукових підходів до зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств у складних геополітичних умовах. Підписання політичної складової асоціації України з Європейським Союзом є одним із перспективних напрямів подолання наслідків анексії Криму та торговельно-економічних воєн із Російською федерацією. За 2013-2014 роки має місце суттєве зменшення обсягу реалізації продукції підприємств України на російських ринках. Важливим завданням на сучасному етапі для вітчизняних виробників є збільшення попиту на продукцію українських підприємств на зовнішньому європейському ринку та проведення широкомасштабної політики зміни експортного вектору з російських ринків на європейські. Вибір стратегії переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу дозволить швидко реагувати на різкі зміни попиту на продукцію, максимально ефективно використовувати виробничі потужності підприємств, підвищити ефективність використання факторів виробництва і збільшити прибутковість підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу України протягом останніх років свідчить про відсутність комплексного підходу до питань формування та використання експортного потенціалу суб'єктів господарювання на європейському ринку й недосконалість державного регулювання у цій сфері діяльності, що вимагає широкого дослідження. Досвід високорозвинутих країн та країн, які інтенсивно розвиваються, переконує у тому, що динамізм позитивного розвитку більшості національних економік значною мірою досягається завдяки проведенню ефектив-

ної експортної політики й залежить від рівня досконалості процесів, що пов'язані з формуванням і використанням експортного потенціалу суб'єктів господарювання, а також від добору методів та інструментів, які здатні забезпечити успішний перебіг цих процесів у складному геополітичному середовищі.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і методологічних основ розвитку експортного потенціалу підприємств зробили такі зарубіжні вчені як: Ансофф І., Грайпл Е., Енгельхарт Д., Куїнн Дж., Ліндерт П., Харрод Р. Цьому питанню присвячені розвідки й вітчизняних науковців: Васильківського Д. М., Кириченко О. М., Коломійця В. В., Крушницької Г. Б., Ліпич Л. Г., Пирець Н. М., Скорнякової І. В., Стичішина П. П.

Так, у монографії «Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації» з'ясовуються проблеми та тенденції розвитку міжнародних конкурентних ринків, особливості реалізації на них вітчизняних товарів [1], а в монографії «Експертний потенціал обробної промисловості» обґрунтовано методологічні підходи до формування експортного потенціалу підприємств [2].

Незважаючи на значний обсяг напрацювань у зазначеній сфері, науковцями порушуються, в основному, питання щодо проблематики формування та використання експортного потенціалу підприємств, вказується на необхідність підвищення ефективності цих процесів, але не пропонуються шляхи, методи та інструментарій для розв'язання існуючих геополітичних проблем, пов'язаних з переорієнтації експортного потенціалу. До цього часу недостатньо досліджені теоретичні положення сутнісних характеристик експортного потенціалу, його класифікація, структуризація, моделювання, що необхідні для розробки універсального дієвого механізму формування та використання експортного потенціалу вітчизняних підприємств в умовах переорієнтації з одного сегментованого сектору ринку на інший. Усе це визначає актуальність обраної теми й спонукає до подальших досліджень вищезазначених питань.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Як свідчить практика, не вирішеними залишаються питання наукового обґрунтування і створення оригінальних, адаптованих до вітчизняних, умов господарювання, системи управління стратегією переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу та диверсифікації діяльності з урахуванням стану й тенденцій розвитку європейського ринкового простору, зростання економічного потенціалу підприємств у нестабільному зовнішньому середовищі. Їх вирішення надасть можливість трансформувати стихійний, інтуїтивний пошук ефективних шляхів виходу на європейські ринки у науково обґрунтований. Актуальність зазначених питань, їх недостатня розробка, теоретичне й практичне значення обумовили вибір даної проблеми для дослідження.

Мета статті. Дослідити і запропонувати конкретні заходи експортоорієнтованої політики для підприємств та методології їх використання з метою якісного розширення та інтенсифікації експортної діяльності на європейських ринках.

Основні результати дослідження. Аналіз стану експорту в Україні за останні роки свідчить про те, що донедавна спостерігалась чітка тенденція скорочення обсягів експорту українських товарів на світовий ринок, що викликано низькою конкурентоспроможністю українських товарів, непрозорістю системи стимулів розвитку експортних галузей (табл.1). Відсутність належного ресурсного забезпечення країни, велике технологічне відставання від розвинених країн та низький рівень доходу робить дешеву робочу силу єдиним джерелом конкурентних переваг, що не є перспективним у довгостроковому плані. Незадовільними є структура ринків експорту України, що характеризується високим ступенем залежності від економічного стану та торгівельної політики Росії, а також

структура експорту з чітким домінуванням сировинних матеріалів та напівфабрикатів. Падіння експорту товарів з України до Росії почалося з другого кварталу 2012 року і триває вже вісім кварталів поспіль. Загалом за цей час надходження від експорту впали на \$4,2 млрд. У липні – вересні 2013 року Російська Федерація ввела нові обмежувальні заходи, у зв'язку з планами України підписати Угоду про асоціацію з ЄС, внаслідок чого український експорт скоротився на \$576 млн., або – 13,1%. У третьому кварталі 2012 року Росія ввела утилізаційний збір і український експорт впав відразу на \$1,08 млрд., тобто на 20%. У середньому ж, за шість останніх кварталів експорт українських товарів до РФ втрачав по 14,6% відносно до аналогічного періоду минулого року.

Що стосується імпорту товарів з Росії, то тут визначальним фактором є поставки природного газу. Загалом політика України на скорочення його закупівель призвела до того, що за 9 місяців 2013 року імпорт товарів з РФ скоротився на \$4,05 млрд. доларів, тобто на 19,7%. Російський вчений В. Рогачов узагальнює експертний потенціал національної російської економіки, галузей і підприємств та вважає, що це здатність виробляти конкурентоспроможні товари й послуги на основі використання наявних порівнювальних національних переваг, що ґрунтуються на досягненні НТП [3, с. 48]. Зрозуміло, що перевагою російської економіки є їх здатність експортувати енергетичні носії в Європу.

Таблиця 1.

Динаміка географічної структури експорту товарів з України у 2002-2013 рр., млн. дол.

Роки	Географія експорту товарів						
	СНД	Європа	Азія	Африка	Америка	Австралія і Океани	Всього
2002	4377	6516	5068	1055	937	4.1	17957.1
2003	6048	9156	5401	1250	1219	4.7	23078.7
2004	8559	11764	8035	1758	2545	11.7	32672.7
2005	10740	10893	8403	2406	1831	13.7	34286.7
2006	12666	12629	8135	2374	2544	17.9	38365.9
2007	18615	14774	10364	2792	2686	15.7	49246.7
2008	23809	19733	15231	3902	4144	64.0	66883.0
2009	13474	10270	12132	2629	1124	24.6	39653.6
2010	18744	13839	13722	3019	2005	28.4	51357.4
2011	26177	18442	177388	3344	2552	29.8	227932.8
2012	25303	17424	17677	5638	2607	50.9	68699.9
2013	22033	17094	16840	5128	2152	65.0	63312.0

Джерело: [4].

Негативні дії Росії, що стримують розвиток експортоорієнтованої діяльності підприємств, на жаль, притаманні сьогодні і сучасному механізму зовнішньоекономічного регулювання в Україні. Серед них доцільно назвати: нераціональну експортну політику держави; недосконалу податкову систему; жорстко лімітовану грошово-кредитну політику, що залишає підприємства без обігового капіталу та інвестиційних ресурсів для розвитку виробництва; не виважену зовнішньоторговельну політику. Слід відзначити, що перевагою України є і її вигідне географічне розташування (наближеність до ринків збуту на Близькому Сході, у Північній Африці, країн СНД та ЄС), вихід до Чорного моря за на-

явності низки глибоководних портів, відносно розвинута, хоча й застаріла внутрішня логістична інфраструктура [5].

Згідно даних Державної служби статистики України в 2013 році частка експорту товарів із України до країн Європейського Союзу зросла до 26,5% загального обсягу експорту. В 2013 році експорт товарів із України до країн ЄС становив 16,759 млрд. доларів, що на 2,1% менше, ніж у 2012 році, імпорт товарів із країн ЄС – 27,038 млрд. доларів, що на 3,1% більше, ніж роком раніше. Дефіцит зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2013 році становив 10,279 млрд. доларів, що на 12,91% більше дефіциту за підсумками 2012 року, коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,62. Обсяг експорту товарів до країн ЄС у 2013 році в порівнянні з 2012 роком знизився на 362,7 млн. доларів, у той час як імпорт товарів із країн ЄС зріс на 812,1 млн. доларів.

Головними торговельними партнерами України залишаються Польща, на яку припадає 15,2% експорту і 15% імпорту з країнами ЄС, Італія – відповідно 14,1% і 7,7%, Німеччина – 9,6% і 25%, Угорщина – 9,3% і 5,2%. Найбільші обсяги українського експорту до країн ЄС становили чорні метали й вироби з них, на які припало 26,2% загального обсягу експорту до ЄС, а також руди, шлак і зола – 10,5%, зернові культури – 10,3%, електричні машини – 9%, насіння та плоди олійних рослин – 7,4%, палива мінеральні, нафта й продукти її перегонки – 6,3%, деревина та вироби з деревини – 3,6%.

Слід відзначити, що найбільш зацікавлені в подоланні тарифних і нетарифних бар'єрів українські експортери та імпортери агропродовольчої продукції, для яких можливі економічні втрати від зміни стандартів. Але ці втрати вони зможуть компенсувати зростанням прибутків через збільшення обсягів торгівлі внаслідок подолання вхідних бар'єрів та зростання іміджу українських підприємств, а також підвищення ефективності роботи української митниці [6, с. 6-7].

Процес реформування агропромислового комплексу України можна зробити ефективнішим через залучення іноземних інвестицій до модернізації наявних та створення нових підприємств із виробництва та переробки сільськогосподарської сировини [7].

Найбільші надходження імпорту з країн ЄС припадають на механічні машини – 12,6%, а також на паливно-мастильні, нафту і продукти її перегонки – 11,2%, засоби наземного транспорту, крім залізничного, – 10,2%, фармацевтичну продукцію – 8,6%, електричні машини – 6,9%, пластмаси та полімерні матеріали – 6,6%, папір і картон – 4,2%.

Згідно з даними Держстату, загалом експорт товарів з України за 9 місяців 2013 року впав на 9,3% – до \$46,29 млрд., а імпорт – на 10,1%, до \$56 млрд. За рахунок швидшого скорочення торгівлі з Росією частка експорту в цю країну в сумарному експорті зменшилася з 25,8% до 24,7%, імпорту – відповідно з 32,9% до 29,4%.

Звісно, вихід на європейські ринки на перших етапах вимагатиме від українських виробників максимальної переорієнтації на європейські стандарти. Але, це ще більше стимулюватиме українські підприємства до кращої якості продукції, з якою вони зможуть виходити на європейський ринок, що є набагато більший за російський. Україна та Європейський Союз вже підготували рішення про спрощену процедуру експорту українських товарів у ЄС та зняття обмежень на ввезення українських товарів у європейські країни.

Комітет Європарламенту з міжнародної торгівлі схвалив угоду про безмитний експорт українських товарів до ЄС, якою відкриває шлях для безмитного експорту з України до ЄС, починаючи з кінця квітня 2014 року. Європейські законодавці підтримали пакет розміром 695 млн. євро у вигляді щорічних торгових пільг для України, відкриваючи шлях для безмитного експорту з України до ЄС, починаючи з кінця квітня 2014 року. Фактично Євросоюз надає Україні необмежений доступ до 500 мільйонів споживачів у 28-ми краї-

нах блоку ще до того, як запропонована двостороння угода про вільну торгівлю набуде чинності. Причому Україна не повинна забезпечувати додатковий доступ до експорту товарів ЄС в Україну в обмін на цю домовленість до підписання угоди про вільну торгівлю.

Експортний потенціал підприємств на європейські ринки потрібно розглядати як інтегровану, динамічну сукупність конкурентоспроможних ресурсів, яку певна економічна система має та здатна створити, спроможна реалізувати на зовнішніх ринках у теперішньому та майбутньому часі. Водночас експортний потенціал і зовнішня торгівля є інструментами просування національних інтересів у масштабах світового господарства й індикаторами конкурентоспроможності продукції на світовому ринку [7].

Це змушує сучасних товаровиробників-експортерів замислюватися над новими перетвореннями та змінами у зовнішньоекономічній діяльності, загальній стратегії підприємства, яка виступає не лише в якості інструмента обґрунтування, вироблення й реалізації довгострокових цілей і завдань виробничого, науково-технічного, економічного, організаційного та соціального характеру, не лише як фактор, що регулює діяльність підприємства до тих пір, поки намічені цілі й завдання не будуть досягнуті, але і, одночасно, як засіб зв'язку підприємства з ринковим середовищем.

Як зазначає Ю. Воскобійник, на сучасному етапі ринкової економіки нарощування експортного потенціалу набуває особливого значення як джерело надходження валюти для вирішення виробничих та соціальних потреб, а також забезпечення підтримки багатьох галузей виробництва. Подальший розвиток експортноорієнтованих галузей виробництва є важливою умовою підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг, що дозволить подолати невідповідність структури зовнішньої торгівлі тенденціям світового ринку. Україна, в цьому сенсі, має потужні можливості щодо збільшення й закріплення значного експорту аграрної продукції, обсяги якого постійно зростають [8].

Отже, експортна діяльність українських підприємств буде найбільш успішною тільки у тому випадку, якщо вихід підприємств на європейські ринки буде не лише добре продуманим, всебічно обґрунтованим, з урахуванням довгострокових цілей. А це свідчить про тісний зв'язок із стратегічним управлінням, що сприяє стабілізації й укріпленню позицій підприємств, забезпеченню довготривалої життєздатності при зміні вектора зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Глобалізація, встановлюючи в економічному відношенні об'єктивно обумовлений процес суспільного розвитку та протиріч, ставить світове співтовариство перед такими серйозними проблемами, як стійкість розвитку міжнародної економіки, стабільність у системі міжнародних відносин й, зокрема, торговельно-економічних зв'язків як однієї з динамічних сфер цивілізаційного розвитку [9].

Щодо використання стратегічного маркетингового підходу, варто зазначити, що на рівні виробничих підприємств існують переважно примітивні спроби імітації маркетингового та стратегічного підходів на основі поточного вивчення європейських ринків і короткотермінового пристосування до їх змін, але залишаються не розвинутими стратегічні аспекти, пов'язані з довгостроковим розподілом ресурсів, удосконаленням та якісним розвитком переваг в цілому на підприємстві. Зокрема, більшість українських підприємств не розробляють стратегічні напрями експортного збуту продукції та не володіють інформацією про потенційні зовнішні європейські ринки. У багатьох випадках, на підприємствах продовжується планування експортної діяльності без врахування довгострокових цілей економічного розвитку.

Дослідження ринку – це систематичний збір, запис, аналіз й інтерпретація даних про продаж товарів чи послуг, а також організацію маркетингу. Деякі менеджери вважають, що методи та техніка проведення міжнародних маркетингових досліджень такі самі, як і до-

слідження внутрішнього ринку, а розбіжності – тільки в зовнішньому середовищі. Однак, саме зовнішнє середовище і визначає, які методи, техніку й види досліджень застосовувати на іноземному ринку. Хоча цілі маркетингових досліджень можуть бути схожими, проведення досліджень для зовнішнього ринку істотно відрізняється від досліджень для внутрішнього. Виділяють чотири основні причини, що викликають ці розбіжності: нові умови зовнішнього середовища; ширше поле дослідження; збільшення кількості залучених чинників; високий рівень конкуренції [10].

Значна частина науковців розглядає експортні можливості суб'єкта господарювання лише як здатність створювати та реалізовувати відповідні ресурси у перспективі, інші вважають, що це – наявні нереалізовані резерви, або наявні ресурси, що реалізуються тощо. Аналіз зарубіжних і вітчизняних підходів до класифікації експортного потенціалу підприємств доводить, що серед класифікаційних ознак, які зазвичай використовуються для досліджень, відсутні ті, що дозволяють встановити зв'язок між рівнями експортного потенціалу підприємства, а отже отримати повну інформацію для прийняття найоптимальніших управлінських рішень щодо методів й способів формування та реалізації конкурентоспроможного ресурсу суб'єкта господарювання на європейському ринку.

Пристосування до нових стандартів і правил торгівлі, що неодмінно пов'язано з поглибленням відносин із ЄС у межах зони вільної торгівлі, потребуватиме від українських виробників збільшення витрат у короткостроковій перспективі. Однак у довгостроковій перспективі це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної продукції і, як наслідок, закріплення своїх позицій на внутрішньому ринку, збільшення експорту на світові продовольчі ринки [11, с. 86].

Раціональне використання конкурентних переваг підприємств на європейському ринку є практично неможливим без відповідного поєднання ринкових і політичних механізмів з метою стимулювання експортної діяльності. Узагальнення результатів наукових та прикладних дискусій щодо застосування стимулювання експорту свідчить про неоднозначність його трактувань й очікуваних ефектів. Стимулювання експорту слід розглядати як систему економічних відносин суб'єктів стимулювання підприємств, яка враховуючи їх економічні інтереси та економічну відповідальність за результати стимулювання, спрямована на зростання обсягів експорту у кількісному і вартісному вираженні, вдосконаленні його якісних характеристик, перетворенні підприємств, що не здійснюють експортної діяльності, але мають експортний потенціал, в експортноорієнтовані підприємства через застосування комплексу форм та методів стимулювання.

Проблема адаптування до динамічно змінних вимог світового ринку вимагає від підприємств постійного розвитку у експортноорієнтованому промислово-виробничому напрямку. Структурнологічна модель переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки ЄС відображено на рис. 1 (стор. 99).

Основою експортного потенціалу підприємства є сукупність конкурентоспроможних ресурсів, яка об'єднує фінансову, виробничу, маркетингову, організаційно-управлінську, трудову, інноваційну та інформаційну складові. Запропонована структуризація дозволяє оцінити рівень розвитку та конкурентоспроможності експортного потенціалу підприємства на європейському ринку у цілому та кожного компонента його сукупного експортного ресурсу зокрема. Зміни на підприємстві повинні стосуватись: стратегічних та тактичних цілей, мінімізації експортних ризиків; покращення якості продукції; збільшення обсягів експорту. Слід виділити основні методи стимулювання експорту: економічні, що включають в себе фінансування, субсидювання, оподаткування, митно-тарифні методи й додатково стимульовані, до яких слід відносити інформаційні, консультаційні та організаційні методи.

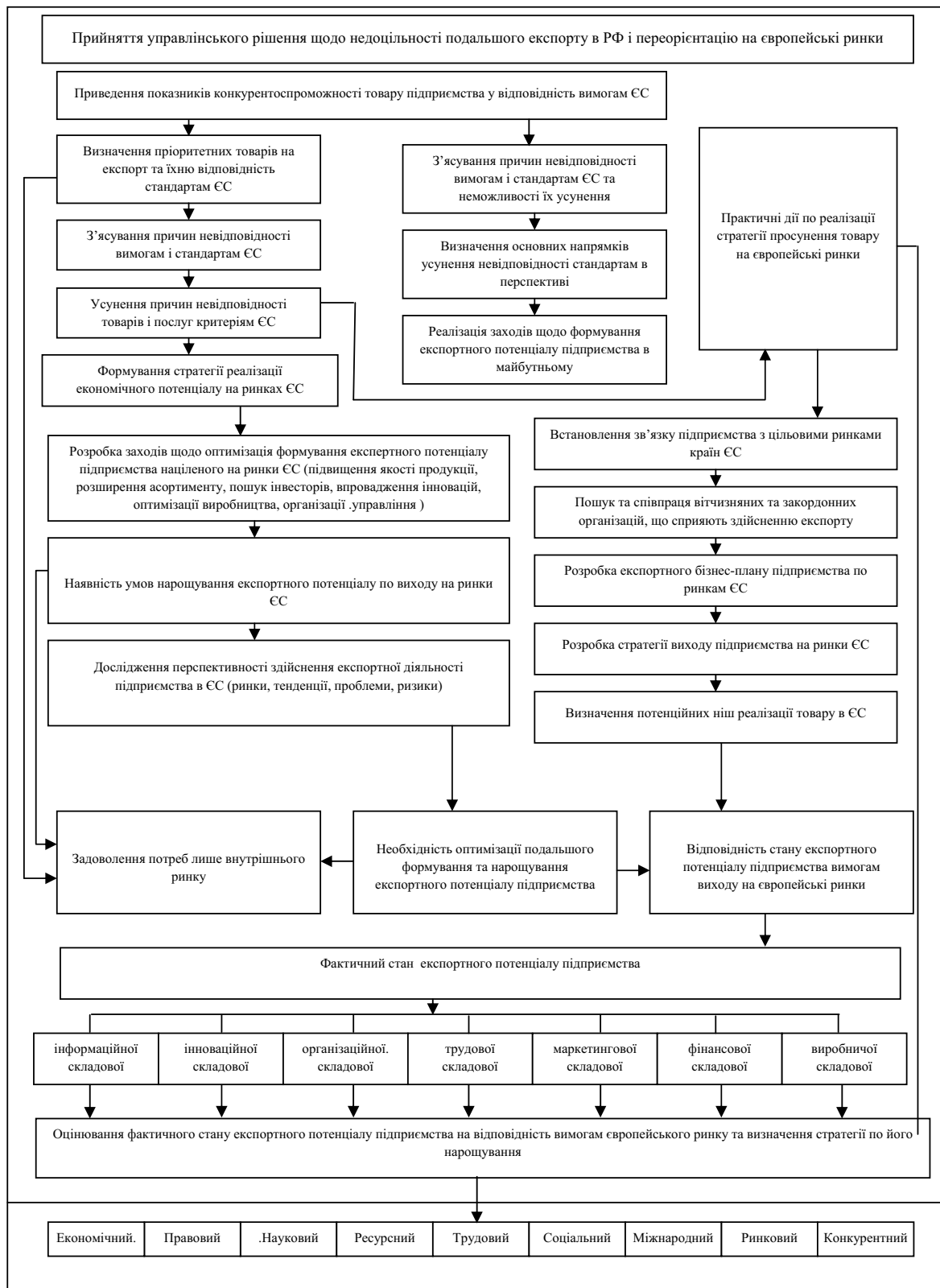


Рис. 1. Структурнологічна модель процесу переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу.

Аналіз закордонного досвіду використання регулятивного інструментарію впливу на розвиток експортного потенціалу підприємств дозволив з'ясувати, що політика високо-розвинутих країн щодо формування та ефективного використання експортного потенціалу

підприємств має комплексний характер й стосується усіх розвитку. Це вимагає постановки чітких цілей і формування стратегічних напрямів. Головні з них можна сформулювати наступним чином:

1. Реалізація довгострокової експортоорієнтованої стратегії підприємства, яка б передбачала: здійснення продуктових, технологічних, організаційно-управлінських та інфраструктурних інновацій, підвищення стабільності і завершеності технологічних циклів при створенні конкурентноздатної експортоорієнтованої продукції.

2. Покращення якості продукції, яка експортується, збільшення її переробки, оптимізація ціноутворення, гнучке використання сукупного потенціалу підприємства залежно від кон'юнктури зовнішніх ринків, залучення зовнішніх й внутрішніх інвестицій.

3. Подолання основних експортних перешкод та бар'єрів; системне акумулювання даних про наявний експортний потенціал підприємства шляхом автоматизації інформаційно-аналітичної діяльності на основі застосування новітніх інформаційних технологій, кадрове забезпечення і навчання персоналу підприємства, що працює з експортною продукцією.

4. Подолання впливу негативних чинників зовнішнього середовища шляхом формування захисту, обмежуючи кількість чинників зовнішнього середовища, що діють негативно, шляхом сегментації ринку й визначення тих позицій, де дія цих чинників є найслабкішою.

5. Розвиток системи управління для досягнення стратегічних цілей і завдань експортної діяльності та внутрішнього механізму її саморегуляції й забезпечення синхронізації управлінського впливу з динамікою дії негативних та позитивних чинників.

Для удосконалення державної та недержавної підтримки експортної діяльності підприємств на європейському ринку необхідно розробити механізм формування і використання їх експортного потенціалу й створити умови для його реалізації, зокрема шляхом забезпечення якісного обслуговування підприємств-експортерів та просування продукції вітчизняного виробництва на європейські ринки. В Україні державне регулювання характеризується недосконалістю нормативно-правового забезпечення, нерозвиненістю систем кредитування, страхування та гарантування експортної діяльності, недостатністю використання адміністративного-інституційного інструментарію його підтримки.

Структуру експортного потенціалу підприємства потрібно розглядати, враховуючи наявний експортний потенціал та можливий, якого можна досягти за рахунок підвищення рівня ефективності експорту через: зниження рівня витрат, підвищення рівня конкурентоспроможності й збільшення обсягу виробництва продукції. Для промислово розвинених європейських країн засоби стимулювання експорту відповідають в основному стратегічним цілям підприємства, що проявляється як на етапі виробництва продукції, так і в процесі її реалізації. Більш поширеним у світовій практиці є стимулювання окремих етапів експорту, що здійснюється як державою, так й недержавними виконавцями.

Основою експортного потенціалу підприємства є сукупність конкурентоспроможних ресурсів, яка об'єднує фінансову, виробничу, маркетингову, організаційно-управлінську, трудову, інноваційну та інформаційну складові. Запропонована структуризація дозволяє оцінити рівень розвитку та конкурентоспроможності експортного потенціалу підприємства на європейському ринку у цілому та кожного компонента його сукупного експортного ресурсу зокрема.

Незважаючи на те, що термін «потенціал» достатньо висвітлений у вітчизняній економічній літературі на рівні країни, регіону, господарюючої структури, які передусім розмежовуються на економічну, промислову, виробничу, експортну складові, у зарубіжній

науковій літературі, зокрема, американській та західноєвропейській, використовуються такі поняття, як «потенційні можливості фірми», «можливості експортування» [7, с. 137-143]. Під поняттям «економічний потенціал» розуміють здатність підприємств виробляти продукцію, товари, послуги, задовольняти потреби населення, забезпечувати розвиток виробництва та споживання [12, с. 432]. Під поняттям «експортний потенціал» [2, с. 9], розуміють здатність економічного суб'єкта виготовляти конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію, яка може подолати наявні експертні бар'єри та бути ефективно проданою за кордоном.

До переваг цієї моделі можна віднести можливість її застосування для суб'єктів економіки різних рівнів, врахування їхніх не лише наявних, але й гіпотетичних можливостей, тобто спроможності як створення, так і реалізації відповідних ресурсів на зовнішніх європейських ринках. Використання такої моделі сприятиме виявленню сильних та слабких сторін суб'єктів господарювання при формуванні стратегії й тактики розвитку їх експортного потенціалу на європейському ринку.

Проблеми існують і у розвитку експортного потенціалу українських підприємств. Невідповідність світовим аналогам технічної та технологічної матеріально-виробничої бази вітчизняних підприємств призводить до зниження конкурентних переваг й рівня конкурентоспроможності експортної продукції; підприємствам сьогодні бракує власних обігових коштів за складного механізму залучення зовнішніх джерел фінансування.

Висновки. Стратегічною метою розвитку зовнішнього сектору економіки України є відновлення внутрішнього економічного зростання. Вагомим напрямом у здійсненні такої мети є ефективне проведення експортоорієнтованої політики в сторону європейських ринків, що передбачає оптимізацію структури експорту підприємств, розширення асортименту товарів та послуг, підвищення частки високотехнологічної продукції в її загальному обсязі, пошук нових ринків збуту на європейському просторі.

Для підвищення ефективності експортної політики держави необхідно розробити оптимальний механізм формування та використання експортного потенціалу підприємств, яке значною мірою визначає конкурентоспроможність країни на європейських ринках. Експортоорієнтована на європейські ринки політика українських підприємств повинна бути довгостроковою, далекоглядною у передбаченні майбутньої експортоздатності й життєздатності підприємства. Вище перелічені узагальнені стратегічні напрями розвитку підприємств повинні носити системний характер та застосуватись у контексті довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності.

Тому, враховуючи аргументи «за» і «проти» умовах щодо можливостей переорієнтації підприємств України з російських ринків на ринки Європейського Союзу, кожне підприємство повинне вирішити до якого ступеня йому доцільно диверсифікувати виробництво для виходу на європейські ринки. При цьому, потрібно враховувати стан зовнішнього середовища: стабільність економіки, кон'юнктуру зовнішнього ринку, платоспроможність населення, а також розміри самого підприємства.

Результативна експортоорієнтована політика підприємств на європейські ринки повинна ґрунтуватись на раціональному й ефективному здійсненні таких складових зовнішньоекономічної діяльності підприємств як: політика виходу на європейський ринок; міжнародні маркетингові дослідження; експортно-імпортні поставки товарів та послуг; валютно-фінансові операції; укладення зовнішньоекономічних договорів. Як свідчить практика, такі дії підприємств підкріплюються багатьма чинниками впливу на їх успішний чи неуспішний розвиток.

Список використаної літератури

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: [монографія: у 2-х тт.] / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.; [за заг. ред. Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручника]. – К. : КНЕУ, 2006. – 526 с.
2. Скорнякова Т. В. Експортний потенціал обробної промисловості України: Управління процесом формування: [монографія] / Т. В. Скорнякова. – К. : Наук. світ, 2006. – 384 с.
3. Рогачов В. В. Экспортный потенциал России: состояние, ориентиры и условия развития / В. В. Рогачов // Внешнеэкономический бюллетень. – 2004. – № 5. – С. 46-52.
4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Бистряков І. К. Економічний простір: аспекти методологічного значення / І. К. Бистряков, Л. Г. Чернюк. – К. : Вища школа, 2006. – 56 с.
6. Щербіна С. В. Розвиток зовнішньоторговельних перспектив агропромислового комплексу України в контексті Євроінтеграції / С. В. Щербіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua>.
7. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. Мельник // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 8-9. – С. 221-224.
8. Воскобійник Ю. П. Особливості діяльності та напрями удосконалення біржового аграрного ринку / Ю. П. Воскобійник // Науковий вісник Національного аграрного ун-ту. – 2007. – № 110. – 4.2. – С. 192-197.
9. Андрійчук В. Г. Компаративність динаміки зрушень, характерних світовій економіці, міжнародній торгівлі, та реалії і потенційні можливості активізації розвитку виробничо-торговельної сфери України / В. Г. Андрійчук // Зовнішня торгівля: право та економіка. – № 5 (34). – К. : 2007. С. 9-14.
10. Основні напрямки дослідження міжнародних ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua>.
11. Бабенко А. Г. Державне регулювання та підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора / А. Г. Бабенко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 85-88.
12. Экономическая энциклопедия / [под ред. Л. И. Абалкина]. – М. : ОАО Изд-во «Экономика», 1999. – 842 с.

UP-TO-DATE REALITY REORIENTATOIN PROBLEMS OF EXPORT ENTERPRISES IN UKRAINE FROM RUSSIAN TO EUROPEAN MARKETS

Gudz Y.F.

PhD, Associate Professor of Finance National University of Food Technologies.

Abstract. *There was regarded the necessity of forming new scientific views and theoretical concepts in today's complex geopolitical conditions as for the possibilities of re-orientation of enterprises in Ukraine from the Russian market to EU markets. It was analyzed the approaches as for the improvement and deepening the content of export reorientation enterprises into new European markets, based on the characteristics of modern foreign economic conditions.*

There were delighted macroeconomic assumptions, internal and external factors of reorientation enterprises in Ukraine from the Russian market to EU markets and created stimulating methods of export activities, which form the framework for the implementation of this process.

There was designed the scheme of the process of reorientation enterprises in Ukraine from Russian markets to the EU markets with the ability to stimulate and support export activities.

Key words: *export-oriented enterprises, diversification of production, the environment, methods of stimulating export activities reorientation of enterprises in Ukraine.*

Referances

1. Upravlyniya mizharodnoyu konkurentospromozhnistyu v umovah globalizatsii ekonomichnogo rozvytku: [monografiya: u 2-h tt.] / D.G. Lukyanenko, A.M. Poruchchnuk, L.L. Antonyuk ta in.; [za zag. red. D.G. Lukyanenko, A.M. Poruchchnuka] . – K. : KNEU, 2006. – 526 s.
2. Skornyakova T. V. Ekspostnyi potentsial obrobnoi promyslovosti Ukrainy; Upravlinnya protsesom formuvannya: [monografiya] / T. V. Skornyakova. – K. : Nauk. svit, 2006. – 384 s.
3. Rogachov V. V. Ekspostnyi potentsial Rosii: sostoyanie, orientiry i usloviya rasvitiya / V. V. Rogachov // Vneshneekonomicheskii ,byulen. – 2004. – № 5. – S. 46-52.
4. Derzhavna sluzhba stystyky Ukrainy. Ofistiinyi sait [Elektroni resurs]. – Rezhym dostupy : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Bustryakov I. K. Ekonomichniy prostir: aspekty metodologichnogo znacheniya/ I. K. Bustryakov, L. G. Chernyuk – K. : Vuscha shkola 2006 . – 56 s.
6. Scherbina S. V. Rozvizvitok zovnishn'otorgivel'nuh perspektiv agropromyslovogo kompleksu Ukrainu v konteksti Yevrointegratsii / S. V. Scherbina [Elektronnii resurs]. – Rezhum dostupu: <http://www.academy.gov.ua>.
7. Melnyk T. Ekspostnyi potentsial Ukrainy: metodologiya otsinky ta analis / T. Melnyk // Mizhnarodna ekonomichna polityka . – 2008. – № 8-9. – S. 221-224
8. Voskobiinuk Yu. P. Osoblyvosti diyalnosti ta napryamy udoskonalennya birzhovogo agrarnogo rynku / Yu.P. Voskobiinuk // naukovyi visnyk Natsionalnogo agrarnogo un-ty. – 2007. – № 110. – 4.2. – S. 192-197.
9. Andriychuk V. H. Komparatyvnist' dynamiky zrushen, kharakterystyky svitovii ekonomitsi, mizhnarodnoi tor-givli, ta realii i potensii mozhlyvosti aktyvizatsii rozvytku vyrobnycho-torgivelnoi sfery Ukrainy / V. G. Andriichuk// Zovnishnya torgivlya: pravo ta ekonomika. – № 5 (34). – K. : 2007. С. 9-14.
10. Osnovni napryamki doslidzhennya mizhnarodnix rinkiv [Elektronnii resurs]. – Rezhim dostupu: <http://library.if.ua>.
11. Babenko A. G. Derzhavne reguluvannya ta pidvyschennya konkurentospromozhnosti agrarnogo sektora / A. G. Babenko // Ekonomika APK. – 2008. – № 5. – S. 85-88.
12. Ekonomichna entsyklopediya / [pod red. L. I. Abalksna]. – M. : OAO Izd-vo Ekonomika, 1999. – 842 s.

СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕОРИЕНТАЦИИ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ С РОССИЙСКИХ НА ЕВРОПЕЙСКИЕ РЫНКИ

Гудзь Ю. Ф.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Национальный университет пищевых технологий.

Аннотация. *Рассмотрена необходимость формирования новых научных взглядов и теоретических концепций в современных сложных геополитических условиях относительно возможностей переориентации предприятий Украины с российских рынков на рынки Европейского Союза. Исходя из особенностей современных внешнеэкономических условий, проанализированы подходы к усовершенствованию и углублению содержания переориентации экспортно-ориентированных украинских предприятий на новые европейские рынки. Проанализированы макроэкономические предпосылки, внутренние и внешние факторы переориентации предприятий Украины с российских рынков на рынки Европейского Союза, а также формирование методов стимулирования экспортной деятельности предприятий, которые создают среду для реализации указанного процесса. Разработана схема процесса переориентации предприятий Украины с российских рынков на рынки Европейского Союза с дальнейшей возможностью стимулирования и поддержки их экспортной деятельности.*

Ключевые слова: экспортно-ориентированные предприятия, диверсификация производства, внешняя среда, методы стимулирования экспортной деятельности, переориентация предприятий Украины.