

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2022.6.1>  
УДК 339.56

**Тетяна Володимирівна АВЕРІХІНА**

к.е.н., доцент кафедри, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7680-2702>

e-mail: [t.v.averihina@mzeid.in](mailto:t.v.averihina@mzeid.in)

**Наргіз Алімівна АБДУЛ**

студентка, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6816-0332>

e-mail: [abdgiza@gmail.com](mailto:abdgiza@gmail.com)

**Артем Костянтинівич МАТКОВСЬКИЙ**

студент, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8480-5073>

e-mail: [artemmatkovskiu@gmail.com](mailto:artemmatkovskiu@gmail.com)

## УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління експортною діяльністю базується на сукупності впливаючих факторів зокрема і теоретико-методологічного характеру. Статтю присвячено аналізу ролі експорту на українських виробничих підприємствах, що стає все більш популярним серед вітчизняних виробників. Розглянуто шлях виходу на нові ринки та скорочення можливих ризиків. Показано, що вихід на закордонний ринок складається з таких етапів: встановлення мети здійснення операцій, аналіз умов функціонування підприємств-партнерів, оцінювання зовнішнього середовища, вибір ринків збуту, пошук можливості виходу на них, складання угоди на реалізацію товару, визначення ціни товару та умови його постачання.

**Ключові слова:** експорт, експортна діяльність, зовнішній ринок, виробниче підприємство

### ВСТУП

Експортна діяльність завжди була і залишається важливим ступенем економічного розвитку підприємства та складником процвітання держави. В умовах глобалізації світового господарства на сучасному етапі економіки України зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємств набуває дедалі більшої популярності серед вітчизняних виробничих підприємств. Головна мета експорту – збільшити збут продукції та підвищити дохідність підприємства.

Для досягнення поставленої мети підприємство має здійснювати систему принципів ЗЕД, яка закріплена у Законі України про зовнішньоекономічну діяльність. Ця система охоплює такі принципи: суверенітет, свободу, юридичну рівність, верховенство закону, захист інтересів суб'єктів ЗЕД, еквівалентність обміну.

На продуктивність діяльності впливає чимало різних чинників. Від їх особливості, тривалості, ризикованості залежать кінцеві результати, зокрема: обсяг виробництва та реалізації продукції, собівартість, рентабельність, стійкість та прибуток [1]. Висока конкуренція за кордоном зумовлює потребу підвищення ефективності діяльності, ключовим складником чого є вдосконалення ЗЕД підприємства.

**МЕТА** статті – дослідження теоретичних аспектів експортної діяльності українських підприємств.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційною та методологічною базою статті є наукові роботи, матеріали періодичних фахових та профільних видань, різноманітні ресурси Internet.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Експортна діяльність – це комплекс етапів, що передбачають вихід на новий ринок підприємства з метою продажу товарів за кордон. Вихід на нові ринки збуту

є одним з пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств. У сучасних економічних умовах кількість суб'єктів ЗЕД, які укладають договори з іноземними організаціями, постійно зростає. Вчасно вироблена стратегія та організація діяльності дозволяє досягти ще вищих фінансових показників.

Експортна операція – це процедура продажу з метою перетину кордону до країни контрагента продукції підприємства-експортера [2].

Першим етапом на шляху експортної діяльності є встановлення мети здійснення операції. Цей процес передбачає обґрунтування доцільності та фінансової прибутковості від діяльності на даний час.

Другий етап – аналіз умов функціонування підприємств-партнерів. Аналіз включає в себе оцінювання потенційного контрагента, стабільність середовища та можливостей розвитку співробітництва, що дасть змогу порівнювати та обирати найбільш вигідний варіант.

Третій етап – оцінювання зовнішнього середовища. В умовах військового стану ситуація в нашій країні є нестабільною. У такому випадку необхідна побудова адаптивного стратегічного управління, що дозволить знайти нові види доставки товарів або послуг в екстремальних та непередбачуваних умовах.

Четвертий етап – це вибір ринків збуту. Цей етап включає в себе порівняльну характеристику ринків: ринковий потенціал, транспортні витрати, рівень конкуренції, особливості регулювання імпорту в партнерській країні, необхідність внесення змін у товар, легкість виходу з ринку.

П'ятий етап – пошук можливості виходу на ринок. Шостий етап – складання угоди на реалізацію товару. Сьомий етап – визначення ціни товару та умови його постачання.

На ефективне управління експортом, окрім його стратегії, також впливає розмір фірми, складність

продукції, особливості ринку контрагентів [3]. На сучасних виробничих підприємствах управління експортною діяльністю здійснюється переважно завдяки відділу «global», який відноситься до сектору маркетингу та продажів. Здійснення управління експортною діяльністю – це процес взаємовідносин вітчизняного

виробника з контрагентом, які виникають під час здійснення або планування операцій.

Цей процес охоплює весь шлях виходу на зовнішній ринок, а також безпосередньо суб'єкти, об'єкти діяльності та взаємовигідні умови. У такому випадку організаційна структура може мати такий вигляд (рис. 1).

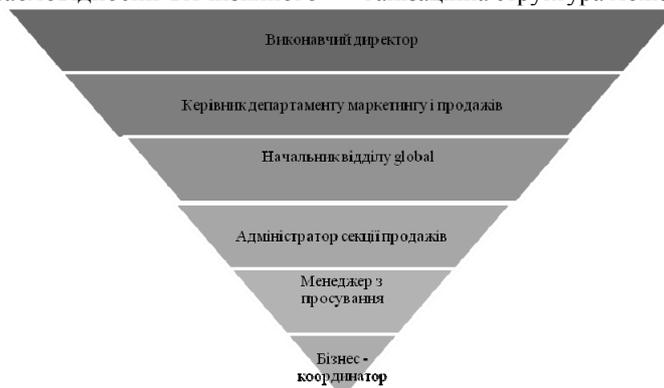


Рис. 1. Приклад організаційної структури системи управління експортною діяльністю

Експортна діяльність охоплює багато чинників і вимагає швидкого реагування. В умовах нестабільної ситуації у країні вимагає гнучкості і критичного мислення. Сьогодні здійснення ЗЕД з території України має певні особливості. З 24 лютого 2022 р. введено військовий стан, на основі чого тимчасово припинено роботу низки митних пунктів пропуску через державний кордон, також внесено зміни до списку товарів аграрної продукції, експорт яких підлягає квотуванню та ліцензуванню [4]. Стосовно сприятливих можливостей Рада Європейського Союзу (ЄС) повністю скасувала всі мита і квоти на українські товари строком на один рік. ЄС є одним з найбільших торговельних партнерів України.

У 2021 р. країни ЄС придбали 40 % експортованих з України товарів. Ці заходи дозволяють підтримувати економіку України. Це означає, що ввізне мито на український експорт, який прямує до країн ЄС, сплачуватися не буде. Тобто можна сказати, що українську продукцію інші країни можуть сприймати як свою внутрішню, – це дасть змогу стабілізувати рівень ЗЕД в Україні, а в інших держав з'являється змога отримати більшу пропозицію товарів за нижчою ціною. Особливістю скасування є те, що без мита можна завезти лише товари які вироблені безпосередньо на території України.

До впровадження військового стану більша частина експорту транспортувалася через порти – це приблизно 120 млн т зі 160 млн т усього обсягу. Зараз наявний відносно безпечний маршрут веде на захід країни автомобільним і залізничним транспортом, а також через порти Дунаю. Тому на цьому етапі експорт з нашої країни до будь якої іншої держави також йде через ЄС. На основі цього організація й управління ЗЕД мають бути чітко сплановані та тісно пов'язані з виробничою діяльністю для того, щоб мати

зможу збільшувати фінансову стійкість, зменшувати поточні витрати та підтримувати конкурентоспроможність, що дозволить компенсувати нинішнє становище у сфері торгівлі на внутрішньому ринку.

## ВИСНОВКИ

У роботі на основі проведеного дослідження проаналізовано підхід до управління експортною діяльністю на виробничому підприємстві України. На основі цього обґрунтовано поетапні кроки управління, наведено приклад організаційної структури підрозділу ЗЕД підприємства. Доведено, що управління ЗЕД має великий вплив на ефективність функціонування підприємства на міжнародному ринку та безпосередньо на рівень прибутку, що є основною метою діяльності будь-якого підприємства.

Встановлено, що успіх діяльності підприємства залежить від здібності нею управляти. Процес управління тісно пов'язаний з функціями планування, організації та контролю [5]. Оскільки ЗЕД розпочинається з процесу планування виходу на новий ринок, то саме з цього часу вона має бути правильно запланована, організована та проконтрольована для найбільшого результату. В умовах військового стану необхідно правильно формулювати етапи здійснення та управління діяльністю.

У сучасних умовах торгівлі на міжнародних ринках вимагає інноваційних підходів та складається не лише з теоретичних аспектів, а ще й з практичних навичок, які менеджер отримує завдяки попередньому досвіду, вмінню вести переговори та швидко адаптуватися у несподіваних та ризикованих ситуаціях. Розрахунки ризиків, планування маршруту та знання законодавчої бази не дають гарантії неперевершеного результату, але є відправною точкою прийняття управлінських рішень.

## Список використаних джерел

1. Астафьева В.А., Козак Ю.Г. Експортна діяльність підприємств: теоретичні аспекти дослідження. Одеса, 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>
2. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. С. 424.
3. Александров Д.К. Алгоритм експорту. URL: <http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/kniga-algorithm-eksportu.pdf>

4. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 №959-XII. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/T095900>

5. Аверіхіна Т.В., Аверіхін М.М. Аналіз передумов виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 6(5). С. 9-12.

### **References**

1. Astafieva V.A., Kozak Y.H. Export activity of enterprises: theoretical aspects of research. Odesa, 2018. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf> (in Ukrainian).

2. Makohon Y.V. Foreign economic activity of the enterprise. Kyiv: Center for Educational Literature, 2006. pp. 424. (in Ukrainian).

3. Aleksandrov D.K. Algorithm of export URL: <http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/kniga-algorithm-eksportu.pdf> (in Ukrainian).

4. On Foreign Economic Activity. Law of Ukraine № 959-XII April 16, 1991. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/T095900> (in Ukrainian).

5. Averikhina T.V., Averikhin M.M. Analysis of the preconditions for domestic enterprises to enter international markets. *Economics. Finances. Law*. 2018. № 6(5). pp. 9-12 (in Ukrainian).

### ***Tetiana AVERIKHINA***

*PhD in Economics, Associate Professor of department, Odessa Polytechnic National University*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7680-2702>*

*e-mail: [t.v.averihina@mzeid.in](mailto:t.v.averihina@mzeid.in)*

### ***Narhiz ABDUL***

*student, Odessa Polytechnic National University*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6816-0332>*

*e-mail: [abdgiza@gmail.com](mailto:abdgiza@gmail.com)*

### ***Artem MATKOVSKIY***

*student, Odessa Polytechnic National University*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8480-5073>*

*e-mail: [artemmatkovskiu@gmail.com](mailto:artemmatkovskiu@gmail.com)*

## **MANAGEMENT OF EXPORT ACTIVITIES OF A MANUFACTURING ENTERPRISE**

**Introduction.** Export activity has always been and remains the degree of economic development of the enterprise and a component of prosperity of the state. Productivity was influenced by various factors. From their features, duration, risk depend on the final results, in particular: production and sales, cost, profitability, sustainability and profit.

**The purpose of the paper** is to study the theoretical aspects of the export activities of Ukrainian enterprises.

**Results.** Entering new markets is one of the priorities of many companies. In modern economic conditions, the number of foreign economic entities that enter into agreements with foreign organizations is constantly growing. For effective operation, the company must constantly improve its product, ensure that it meets international standards, etc. Timely strategy and organization of activities allows to achieve even higher financial performance. The first step in the path of export activity is to establish the purpose of the operation. The second stage is the analysis of the conditions of operation of partner companies. The third stage is the assessment of the external environment. The fourth stage is the choice of markets. The fifth stage is to find opportunities to enter the market. The sixth stage of the agreement on the sale of goods. The seventh stage of determining the price of goods and conditions of delivery. In addition to its strategy, effective export management is also influenced by the size of the firm, the complexity of products, and the specifics of the counterparty market. At modern manufacturing plants, export management is managed mainly through the "global" department, which belongs to the marketing and sales sector.

**Conclusion.** Since foreign economic activity begins with the process of planning to enter a new market, it is from this time that it must be properly planned, organized and controlled for the greatest result. In modern conditions, activities in international markets require innovative approaches and consist not only of theoretical aspects, but also of practical skills.

**Keywords:** export, export activity, foreign market, manufacturing enterprise