Управління навчанням в колективах буде ефективним за умови, якщо в організації ця робота буде спеціалізована і впорядковуватиметься та контролюватиметься особою чи підрозділом, здатними виконати це. При цьому відповідна особа чи орган, які будуть виконувати функції куратора системи навчання, повинні бути підлеглими лише вищому керівництву, оскільки саме на цьому рівні формулюються стратегії розвитку підприємства, які вимагають реструктуризації системи навчання, визначення переліку нових професій чи доцільності вкладання коштів у розвиток професіоналізму існуючих працівників.

Впровадження нової системи навчання краще виконувати поступово, використовуючи технології управлінського експерименту та засобів паблік рилейшнз (ПР). Важливим напрямом використання експерименту в комбінації із заходами ПР є вивчення та зміна колективної думки, що безпосередньо склалася в організації (приклад такої дігностики наведений в джерелі). Незважаючи на те, що у класичному вигляді ПР сприймається як спосіб досягнення взаємопорозуміння та доброзичливих відносин між організацією та громадськістю, чимало прийомів ПР можна застосовувати для формування клімату соціального партнерства у колективі [4].

Як стверджують фахівці з ПР [5; 6], у системі управління внутрішнім станом організації цій функції надається подвійна роль. Перша полягає у формуванні колективу однодумців, котрі спільно вирішують завдання, які стоять перед організацією, усвідомлюють себе її значущою та невіддільною частиною. Другий аспект ПР у системі менеджменту являє собою власне підтримку менеджменту, узгоджену взаємодію колективу та керівництва, вибір тих методів впливу, які сприймаються підлеглими. У якості інструментів впливу на думку колективу менеджери, працівники підрозділів ПР і керівники організацій використовують лекції, індивідуальні бесіди, тренінги, консультації, дошку оголошень, неформальне спілкування поза межами підприємства, а то й чутки.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що коучинг та наставництво можуть стати конструктивним джерелом розвитку інноваційної поведінки персоналу підприємств, але їх впровадження вимагає попередньої підготовки та розроблення відповідних програм. Для забезпечення більш технологічних рекомендацій з розглянутих в даній статті проблем необхідно розробити методичне забезпечення до практичного обстеження готовності підприємств опановувати коучинг та наставництво, систему посадових інструкцій для осіб та підрозділів, що будуть регулювати ці процеси на підприємстві.

Література: 1. Доронин А. В. Практикум по соционике для менеджера: Учебное пособие. — Харьков: Изд. Дом "ИНЖЕК", 2003. — 100 с. 2. Дороніна М. С. Діагностика поведінки колективу / М. С. Дороніна, В. В. Войтко // Управління розвитком. — 2004. — №1. — С. 61 – 68. 3. Огнев А. С. Организационное консультирование в стиле коучинг. — СПб.: Изд. "Речь", 2003. — 192 с. 4. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства. Монографія. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. — 444 с. 5. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое / Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1989. — 519 с. 6. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. — М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", изд. "ГНОМ-ПРЕСС", 1997. — 256 с. 7. Коучинг в обучении: практические методы и техники / Э. Парслоу, М. Рэй. — СПб.: Питер, 2003. — 204 с. 8. Харрис Дж. Коучинг: личностный рост и успех. — СПб.: Издательство "Речь", 2003. — 112 с.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2004 р.

УДК 339.564(477)

Іванченко К. І.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ В УКРАЇНІ

The main methods of export encouragement as a means of nontariff regulation of state foreign economic policy facilitating the raise of competitive capacity of goods in foreign market are considered in the article. The peculiarities of Ukrainian export policy problematic character, and prospects of national export are analysed. The main lines of forming the system of stimulation of export-oriented home enterprises are grounded.

Трансформаційні процеси в національній економіці, необхідність її включення у світові інтеграційні процеси в зв'язку з поглибленням загальносвітового процесу інтернаціоналізації та глобалізації вимагають формування такої зовнішньоекономічної політики, яка б сприяла соціально-економічному розвитку держави. Основними завданнями зовнішньоекономічної політики нашої держави та механізму державного регулювання зовнішньоекономічних зв'язків є як забезпечення оптимального поєднання вільної торгівлі та протекціоналізму з урахуванням особливостей українських реалій, так і формування сучасних експортоорієнтованих моделей розвитку України. Отже, **актуальність теми** дослідження не викликає сумніву, оскільки вона присвячена процесам формування системи стимулювання експорту в національній економіці.

© Іванченко К. І., 2004

Загальновідомо, що одним із найважливіших показників ефективності функціонування економки країни є обсяги її експорту, а експортоорієнтована модель розвитку економіки передбачає підвищення техніко- та науковоємкості виробництва, освоєння новітніх інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Для багатьох розвинених країн світу експорт товарів і послуг є ключовим чинником економічного зростання (це, перш за все, Іспанія, Німеччина, Франція, країни Південно-Східної Азії). Причому слід зазначити, що система стимулювання експорту в кожній країні власна, відзначається оригінальністю й залежить від її соціально-економічного розвитку та рівня державного регулювання економіки. Як правило, формуючи систему стимулювання експорту, країни світу використовують два основні напрямки:

створення сприятливого макроекономічного клімату;

створення для виробників і експортерів необхідних стимулів для збільшення обсягів експорту.

Перший напрямок відповідає практиці країн з ринковою економікою і правилам регулювання зовнішньої торгівлі, що розроблені та використовуються в межах багатьох міжнародних економічних організацій, тоді як макроекономічні перетворення в країні відбуваються поступово, через багаточисельні перешкоди, використовуються спеціальні стимули щодо розвитку експорту.

Світова практика багата на різноманітні методи стимулювання експорту, найпоширенішими з яких є: субсидіювання експорту, експортні кредити, страхування експорту, цілеспрямована зміна обмінного курсу національної валюти, надання податкових і митних пільг експортерам, експорт товарів за демпінговими цінами, фінансування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), створення національної системи інформаційного забезпечення, розміщення торговельних представництв на зовнішніх ринках.

З метою стимулювання експортного виробництва аналізу можливості використання цих методів присвячені роботи вітчизняних і російських вчених, які висловлюють різні точки зору щодо підходів їх використання, дають оцінку лише деяким з вищезазначених методів. Так, з позиції економічного обґрунтування впливу цих методів на результати ЗЕД вони розглядаються в роботах відомих вчених [1 – 3] і визначаються як методи фінансового засобу нетарифного регулювання зовнішньоекономічної політики держави, спрямовані на збільшення експортного потенціалу країни, на підвищення конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку.

Безпосередньо методи стимулювання експорту розглядаються українськими і російськими вченими в роботах [4 – 5], причому ці методи виділені в окрему групу серед засобів нетарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності держави та розглядаються авторами як засіб стимулювання державою експортної стратегії і тактики вітчизняних товаровиробників шляхом надання державних субсидій, впровадження експортної державної кредитної політики тощо. Особливості страхування експортних кредитів, основні принципи експортного кредитування і система зовнішньоторговельної інформації як методи стимулювання експорту розглядаються українськими вченими в роботах [6 – 7]. Формування політики стимулювання експорту держави за допомогою різноманітних інструментів розглядається вітчизняними авторами [8 – 9], причому економічні методи стимулювання експорту визначаються як інструменти зовнішньоекономічної політики.

Слід відзначити, що до цього часу в Україні не повністю відпрацьований механізм державної підтримки експорту — експортних кредитів, гарантій, страхування ризиків, заохочення виробництва товарів на експорт тощо. Тому **основною метою** цього дослідження є вивчення основних підходів до формування системи стимулювання експорту, яка діє за допомогою різноманітних методів та інструментів; аналіз особливостей української експортної політики; оцінка перспективності та проблемності експортної діяльності українських товаровиробників і обґрунтування основних напрямків формування системи стимулювання експортоорієнтованих вітчизняних підприємств. Найбільш доцільно слід, на думку автора, методи стимулювання експорту розглянути в такій послідовності.

1. Субсидіювання експорту — це фінансові пільги, які надаються урядом або приватними інститутами фірмам-експортерам на вивіз певних товарів на зовнішній ринок з метою продажу цих товарів за цінами, нижчими від внутрішніх, що забезпечує їм цінову конкурентоспроможність та стимулює розвиток експортної стратегії і тактики вітчизняних підприємств. Слід зауважити, що тоді, коли імпортер виявить факт субсидіювання експортованого товару, країна-імпортер для підвищення вартості товару на внутрішньому споживчому ринку може запровадити компенсаційне мито, що призведе до утворення певного цінового бар'єру для проникнення на внутрішній споживчий ринок і до зниження конкурентоспроможності субсидійованих товарів. Експортні субсидії найчастіше використовуються при експорті сільськогосподарської продукції, капіталоємких виробів авіаційної промисловості та суднобудування.

2. Експортні кредити — це прихована експортна субсидія, яка виступає як метод фінансової зовнішньоторговельної політики держави та спрямована на фінансове стимулювання експорту національних товаровиробників. Експортні кредити поділяються на короткострокові (до 1 року) для кредитування експорту споживчих товарів і сировини; середньострокові (від 1 до 5 років) для кредитування експорту машин і обладнання; довгострокові (понад 5 років) для кредитування експорту великих інвестиційних проектів.

Кредитування здійснюється за умови повернення суми кредиту в обумовлений термін та сплати певних відсотків за користування ним. Кредити надаються під певну заставу, банківські гарантії, страхування та інші види забезпечення, передбачені угодою між стороною, що надає кредит, та стороною, яка його отримує. Державні банки можуть надавати кредити національному експортеру під відсоток, нижчий за ринковий. Іноземним імпортерам — за обов'язкової умови закупівлі товарів у товаровиробників країни, що надала кредит, та страхування експортних ризиків. Кредити імпортерові можуть надаватися у вигляді кредитних ліній, що відкриваються на певну суму та дозволяють кредитувати постачання товарів імпортерам країни, яка отримала відповідну кредитну лінію.

Особливостями кредитування експорту як методу державного стимулювання експортної стратегії й тактики є можливість перенесення часу перших сплат за кредит на пізніший строк, державне забезпечення покриття кредиту в грошовій або товарній формі тощо.

3. Страхування експорту здійснюється шляхом надання державних гарантій банкам, які надають експортні кредити. Таке страхування мінімізує комерційні та політичні ризики і використовується багатьма країнами на різноманітні товари. Так, наприклад, страхування експорту в США реалізується через Експортно-імпортний банк, у Великобританії — через Департамент гарантій експортних кредитів, у Німеччині та Бельгії — через приватні страхові компанії, яким держави виділяють кошти на такі цілі.

4. Зміна обмінного курсу національної валюти надзвичайно впливає на формування ціни на експортні товари. Так, такі країни, як Китай, Південна Корея, Індонезія, Тайвань, Мексика, для стимулювання експорту підтримували штучно занижений курс своїх валют, часто проводили різку девальвацію національної валюти. При цьому зростання експорту вважалося основним показником виміру необхідного ступеня знецінення й одночасно ефективності такої експортної політики.

5. Податкові та митні пільги надаються шляхом звільнення експортерів від сплати прямих або опосередкованих податків. Так, можливе зниження податків для фірм, які створюють на зовнішніх ринках філіали, відділення, представництва, що займаються маркетинговими дослідженнями та збутом продукції; звільнення від податків комплектуючих і матеріалів, що використовуються у виробництві експортних товарів; звільнення від податків спеціально утворених фондів розвитку експорту; зниження або повернення мита на товари тощо.

6. Експорт товарів за демпінговими цінами є найгострішим проявом конкурентної боротьби на зовнішньому ринку. Його запровадження передбачає монопольне становище експортера на зовнішньому ринку, оскільки дозволяє йому нав'язувати свою цінову політику на цьому ринку збуту. Демпінгові ціни утворюються шляхом застосування експортних субсидій і спрямовані на зменшення експортних цін товару порівняно з цінами внутрішнього ринку. Основними формами демпінгу є: 1) спорадчий демпінг, який має вимушений характер для експортера, пов'язаний із перенасиченістю внутрішнього споживчого ринку певним товаром; 2) навмисний демпінг — спланована тимчасова цінова політика, головною метою якої є усунення будь-яких конкурентів і встановлення монопольних цін на даний товар на зовнішньому ринку; 3) постійний демпінг, що передбачає постійне насичення зовнішнього ринку товарами за цінами, нижчими від тих, котрі утворились на даному ринку на даний товар; 4) зворотний демпінг, який утворюється тоді, коли експортуються товари за цінами, що перевищують ціни внутрішнього ринку; 5) взаємний демпінг, утворюваний при зустрічній торгівлі двох країн одним товаром за зниженими цінами.

7. Фінансування НДДКР, які проводяться підприємствами-експортерами за рахунок коштів Державного бюджету, можна розглядати як надання субсидій. Відповідно до правил світової організації торгівлі (СОТ), уряди можуть відшкодовувати підприємствам до 75% від суми таких витрат. На перший погляд може скластися враження, що деякі компанії отримують конкурентні переваги за рахунок втілення результатів, отриманих від субсидійованих НДДКР, тоді як компанії з інших країн можуть не мати такої можливості. Проте слід зауважити, що будь-яке підприємство, яке проводить НДДКР за державні кошти, може отримати не всі вигоди від впровадження їх результатів. Це, в свою чергу, призводить до того, що ці результати накопичуються і ними можуть скористатися інші фірми у вигляді послуг висококваліфікованих учених та інженерів.

8. Наявність національної системи інформаційного забезпечення дозволяє оперативно знайомитися з існуючим національним законодавством, що регулює зовнішньоекономічні торговельні відносини, та з законодавством країн можливих контрагентів торговельних угод, вивчати особливості можливого ринку та його національного законодавства, яке сприяє проведенню експортної стратегії і тактики, або, навпаки, утворює певні митно-тарифні та нетарифні бар'єри на шляху просування товару на визначений експортером ринок. Сукупність форм національної системи інформаційного забезпечення дозволяє визначити коло факторів, що впливають на проведення експортних операцій, та шляхом проведення попередніх розрахунків на етапах прогнозування і планування визначити прогнозовану ефективність здійснення експортних операцій.

9. Торговельні представництва в країнах майбутніх партнерів з зовнішньоторговельних угод забезпечують експортерам правову підтримку, оскільки вони входять до складу посольств або місій, але безпосередньо підпорядковані міністерствам, що регулюють зовнішню торгівлю. Завдання представництв — сприяти торговельним відносинам з країною перебування, вивчати кон'юнктуру її ринків, визначати національні пріоритети у торгівлі з нею. Торговельні представництва також інформують суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності своєї країни та країни перебування про порядок і правила державного регулювання торговельних відносин в обох країнах.

Враховуючи інтеграцію України до ЄС та СОТ, використання вищезазначених методів стимулювання експорту має бути зваженим, добре продуманим, відповідати нормам міжнародних угод.

Високим рівнем державного втручання у процеси стимулювання експорту відзначаються такі розвинені країни світу, як Франція, Японія, Великобританія і Канада. Так, для визначення ефективності стимулювання експорту у своїй країні Британська зовнішньоторговельна палата провела ряд розрахунків [8]. Результати виявилися надзвичайно цікавими, оскільки відношення "сукупних витрат на стимулювання експорту до загальної вартості додаткового сукупного доходу від нього" становить 1:50; співвідношення "витрати – результат державних програм стимулювання експорту" коливаються від 1:3 до 1:146; технічна підтримка експортуючих підприємств веде до зниження витрат у пропорції 1:7. Враховуючи такі результати ефективності й стимулювання експортно-орієнтованих підприємств, доцільно розглянути особливості формування зовнішньоекономічної політики та основні підходи до стимулювання експорту в Україні.

Так, у Посланні Президента України до Верховної Ради України "Україна: поступ у XXI століття. Стратегія економічної та соціальної політики на 2000 – 2004 рр." значну увагу приділено саме удосконаленню зовнішньоекономічного комплексу, створенню сприятливих умов для зміцнення експортної сфери. Зокрема, зазначено, що одним із головних чинників оздоровлення економіки нашої держави має стати зовнішньоекономічна спрямованість промислового виробничого сектору, а саме — його експортна орієнтація.

Згідно з цим документом, першочергове значення надається підтримці експорту продукції високого ступеня переробки шляхом розробки та здійснення відповідної спеціальної програми стимулювання експорту з урахуванням комплексу державних заходів сприяння, які передбачають використання механізмів кредитування експорту, страхування експортних кредитів, надання державних гарантій.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 26 жовтня 2001 року №498-р схвалено Програму стимулювання експорту продукції [10], в якій передбачається: розв'язання актуальних соціально-економічних і науково-технічних проблем розвитку економіки; активізація інвестиційних процесів та виробничої діяльності підприємств різних форм власності; поліпшення їх фінансового становища, що дасть поштовх для подальшого збільшення експорту, підвищить його ефективність.

Метою програми є розроблення і запровадження механізмів зростання виробництва конкурентноспроможної продукції, залучення та накопичення власних інвестиційних ресурсів, які стали б основою для здійснення перетворень у національній економіці, задоволення ринкових потреб, створення умов для нарощування обсягів і підвищення ефективності експорту вітчизняної продукції, в тому числі — високотехнологічних виробництв.

Відповідно до цієї Програми, першочерговими завданнями щодо розвитку експорту є [10]:

поліпшення якості продукції, яка експортується, збільшення глибини переробки, оптимізація цінових умов, гнучке використання сукупного потенціалу сировинних галузей залежно від кон'юнктури зовнішніх ринків;

підвищення питомої ваги продукції машинобудування в експорті. В умовах порівняно вузьких ринків збуту продукції українського машинобудування основним чинником зростання її експорту є вивезення устаткування та машин, технологій, конструкцій, матеріалів разом з наданням послуг і "ноу-хау" у складі комплексних поставок для об'єктів технічного сприяння, а також розвиток експорту машинно-технічної продукції на засадах лізингу;

реалізація конкурентних переваг, пов'язаних з тимчасовою дешевизною робочої сили, окремих технологій та природних ресурсів, буде здійснюватися за рахунок створення експортних виробництв для виготовлення кінцевої продукції з комплектуючих виробів, що надходять із-за кордону, розміщення замовлень на виконання технологічних розробок, проведення прикладних наукових досліджень, створення програмного забезпечення та надання інших видів науково містких послуг у галузях, де Україна має висококваліфікованих спеціалістів та значні досягнення, що відповідають світовому рівню;

реалізація переваг, отриманих внаслідок створення унікальних високих технологій, зокрема в енергетичній галузі, енергомашинобудуванні (унікальне обладнання для енергетики, високотехнологічне паливно-енергетичне устаткування), електрозварюванні тощо. Інтеграція цих секторів промисловості у світову економіку є одним із пріоритетних завдань;

розвиток експорту високотехнологічної продукції (спецтехніки) військово-промислового комплексу;

розширення інвестиційного співробітництва, спрямованого на створення в зарубіжних країнах об'єктів у галузі енергетики, металургії, транспортування газу, а також реконструкція та модернізація побудованих колишнім Союзом РСР підприємств за кордоном. Інвестиції в ці проекти забезпечать ринок збуту для українських технологій та машин;

створення сучасного механізму інформаційного забезпечення експортерів щодо кон'юнктури зовнішніх ринків;

участь у розвитку інформаційних баз даних, електронної торгівлі з використанням мережі Internet, яка дає змогу швидко просувати на світові ринки нові види товарів та послуг, знаходити нових інвесторів міжнародних проектів і сприяти організації рекламної та маркетингової роботи;

відкриття торговельних представництв підприємств за кордоном;

створення та вдосконалення діяльності галузевих асоціацій виробників і експортерів продукції.

Проте, незважаючи на перспективну та зважену зовнішньоекономічну політику уряду України, до цього часу однією з особливостей сучасного стану національної економіки є значна енергетична, сировинна і технологічна залежність від зовнішніх ринків. Це стосується, перш за все, енергетичних ресурсів для національної економіки, які, в основному, імпортуються. Окрім того, внаслідок обмеженого платоспроможного попиту на внутрішньому ринку на товари та послуги суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України змушені експортувати свою продукцію на зовнішні ринки зі стабільною купівельною спроможністю населення. Так, за оцінками Держкомстату України, зростання обсягів валового внутрішнього продукту на 6% у 2000 р. майже на 80% обумовлено збільшенням експорту [10].

Залежність економіки України від експорту спостерігається і в 2001 – 2002 рр. та в першій половині 2003 р. Так, починаючи з 1999 р., експорт товарів і послуг складає 50 – 60% в структурі валового внутрішнього продукту країни (рис. 1). Незважаючи на високі темпи економічного зростання за останні три роки, уряд України так і не зміг виправити це структурне спотворення [11].

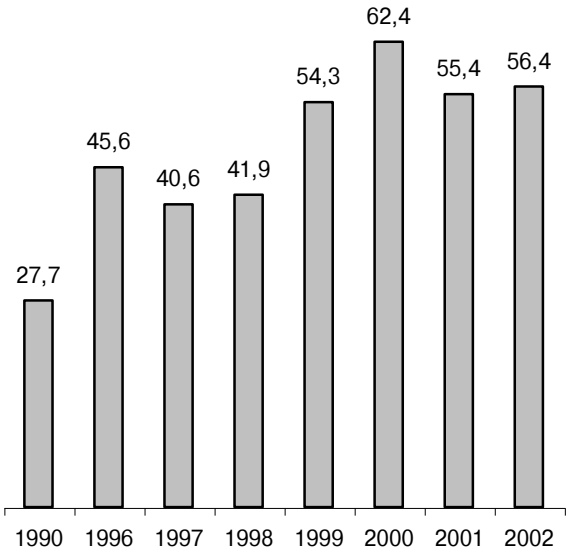

Рис. 1. **Динаміка долі експорту у ВВП України за 1990 – 2002 рр. (млрд. дол. США)**

У І кварталі 2003 р. зовнішня торгівля України продовжувала розвиватися випереджаючими темпами. Так, зовнішньоторговельний оборот за три місяці зріс на 26,1% порівняно з аналогічним періодом минулого року і склав: імпорт — 4,8 млрд. дол. США, експорт — 5,9 млрд. дол. США. Позитивне зовнішньоторговельне сальдо товарів і послуг дорівнює 1,1 млрд. дол. США. За минулий 2002 р. імпортували товарів і послуг на суму 18,2 млрд. дол. США, експортували — на 22,0 млрд. дол. США. Порівнюючи експортні обсяги з 2000 р. (18,1 млрд. дол. США), спостерігається значне збільшення — на 3,9 млрд. дол. США.

Експорт українських товарів і послуг здійснюється у 201-ну країні світу. Найбільшими споживачами вітчизняних товарів в останні роки є країни СНД (Російська Федерація, Білорусь, Молдова, Казахстан), а також деякі країни далекого зарубіжжя (Туреччина, Німеччина, США, Китай і Італія).

Слід зазначити, що кардинальних змін у товарній структурі українського експорту не відбулося, оскільки, як і в попередні роки, в І кварталі 2003 р. — частка сировини та матеріалів значна, а товарів високого рівня переробки — мізерна. Лідером українського експорту в І кварталі 2003 року була металургійна галузь, питома вага якої становила 37,5%. Ця галузь на протязі останніх років є локомотивом вітчизняного експорту. Експорт чорних металів і виробів із них зріс порівняно з І кварталом 2002 року майже на 20%. Таке зростання експорту пояснюється підвищенням ціни на продукцію українських металургійних комбінатів на зовнішніх ринках. Проте, як зазначають провідні фахівці "Укрпромзовнішекспертизи" уже на початку ІІ кварталу 2003 р. почалося зниження світових цін на металургійну продукцію. Так, за даними Міжнародного інституту заліза і сталі, виробництво металу на початку 2003 р. зросло майже на 9%, що вплинуло на зниження світових цін. Окрім того, Російська Федерація, куди постачається вітчизняна металопродукція з більш високим рівнем переробки, ввела антидемпінгове мито на український оцинкований лист у розмірі 24,3%.

Тривалий час в українському експорті вагомою є продукція хімічної промисловості, яку стабільно постачають в Туреччину, Бразилію, Колумбію, В'єтнам і Польщу. Так, за І квартал 2003 р. її частка в загальному обсязі експорту становила 8,65%, а зростання — на 37,5% порівняно з попереднім періодом минулого року. На думку експертів, таке зростання експорту пов'язане, передусім, із сезонним збільшенням використання добрив.

Проте, слід зазначити, що проти українських експортерів хімічної продукції на початку 2003 р. деякі держави Східної Європи застосовують антидемпінгові заходи та торгові обмеження, що призводить до значного скорочення обсягів реалізації.

Значну частку (16,8%) в загальному обсязі експорту займає нафтопереробна галузь. Особливо зріс експорт сирої нафти (у 7,5 разів) загальною вартістю 82 млн. дол. США. Це в котрий раз підкреслює сировинний характер вітчизняного експорту. В основному ця нафта експортується в Росію, яка потім відправляє її в європейські країни і поповнює свій національний бюджет.

В останні роки серед галузей лідерів-експортерів чільне місце посідає машинобудування. Так, експорт продукції цієї галузі зріс у І кварталі 2003 р. на 8,79%, а питома вага її в загальному обсязі експорту за цей період становила 12,5%. Відповідно до державної програми стимулювання експорту, частка продукції машинобудування повинна зростати, проте як і в 2001 р., так і в 2002 р. вона не відповідала запланованому зростанню (16,8%), а становила відповідно 14,4% і 14,3%. Основними імпортерами продукції вітчизняного машинобудування теж є Російська Федерація та інші пострадянські країни.

Харчова промисловість є також провідним експортером своєї продукції. Так, за І квартал 2003 р. спостерігається зростання експорту цього товарного сегменту в 1,6 раза. В результаті вищезазначеного можна зробити такі **узагальнення та висновки**.

1. Основними українськими експортерами є металургійна, хімічна, нафтопереробна, харчова галузі та машинобудівний комплекс, на які припадає близько 70% вітчизняного експорту.

2. В останні роки (2000 – 2003 рр.) відбувається значна диверсифікація українського експорту, в першу чергу, за рахунок спрямування зусиль українського уряду на освоєння нових ринків збуту вітчизняної продукції.

3. Значну роботу з вивчення зовнішніх ринків, знаходження ніш для реалізації українських товарів здійснили українські представництва за кордоном, посольства, Торговельно-промислова палата України, Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі.

4. Інтенсивне просування експорту державою призвело до посилення антидемпінгових процесів проти українських виробників, невизнання України як країни з ринковою економікою, підвищення тарифних і нетарифних бар'єрів проти українських товарів, зниження іміджу нашої держави у світогосподарській системі.

5. Для сприятливого розвитку ЗЕД країни, формування і розвитку її експортного потенціалу необхідно змінити пріоритет політики просування експорту на політику його стимулювання, розробити дієвий механізм системи стимулювання експортоорієнтованих вітчизняних підприємств з урахуванням світової практики використання методів стимулювання експорту.

6. При виборі інструментів регулювання ЗЕД необхідно використовувати ті, які відповідають принципам світової організації торгівлі і, отже, можуть впевнено застосовуватися у довгостроковій перспективі.

Як зазначають провідні фахівці у сфері ЗЕД, їм не завжди вдавалося досягти саме такого підходу в прийнятті рішень вищими органами законодавчої і виконавчої влади, наприклад, при субсидіюванні промисловості та сільського господарства. Це стосується також деяких програм, пов'язаних із розвитком експортного потенціалу і підтримкою виробництва товарів і технологій, що заміщають імпорт. Тому одним із завдань центральних органів влади є приведення у відповідність із нормами та стандартами

СОТ системи субсидіювання і підтримки українських сільськогосподарських виробників, а також забезпечення доступу до ринку послуг, наприклад, до системи трубопровідного транспорту для транзиту ресурсів по території України.

Підвищенню ефективності експортної діяльності українських товаровиробників сприятиме формування позитивного іміджу України у світі, зростання престижу та авторитету української держави в очах світової громадськості. Адже кожен конкретний експортер, освоюючи той чи інший ринок, працює на ньому на фоні сформованого там уявлення іноземних ділових кіл, громадськості, іноземних партнерів по бізнесу про країну його походження, довіри та інтересу до неї. Тому головним завданням держави, її уряду та Верховної Ради є постійне піклування про створення і підтримку свого позитивного іміджу у світі, забезпечуючи таким чином підтримку своїм експортерам в їхній діяльності на зовнішньому ринку.

Перші серйозні кроки вже зроблено, оскільки крім Програми стимулювання експорту продукції розроблено проект Закону України "Про державну підтримку страхування та кредитування експорту". Прийняття цього законодавчого акту та створення правової бази для торговельно-економічного співробітництва України з іншими країнами є першочерговим напрямком розвитку українського експорту.

Не менш важливим у процесі підвищення престижу та авторитету України є налагодження взаємодії, тісного співробітництва між найвищими гілками законодавчої і виконавчої влади, встановлення між ними взаєморозуміння відносно пріоритетності та важливості вирішення проблем, що виникають у сфері ЗЕД. Отже, як прийняття Закону України "Про державну підтримку страхування і кредитування експорту", так і фінансова підтримка в рамках державного бюджету Програми із стимулювання експорту продукції, залежать від взаєморозуміння Кабінету Міністрів та Верховної Ради України.

З метою уникнення антидемпінгових процесів українському уряду необхідно впроваджувати систему моніторингу експорту, сприяти формуванню мережі інформаційно-консультаційних служб, що мають забезпечувати ефективне та оперативне надання інформації про стан зовнішніх ринків.

Таким чином, пріоритетними завданнями подальшої діяльності законодавчої та виконавчої гілок влади України є розробка механізму надання державної фінансової, податкової, інформаційно-консультаційної допомоги українським експортерам і активне застосування найважливіших важелів, спрямованих на формування чіткої системи стимулювання експорту.

Література: 1. Бабин Э. П. Основы внешнеэкономической политики: Учебник. — М.: Экономика, 1997. — 128 с. 2. Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. — 501 с. 3. Киреев А. П. Международная экономика: В 2 ч. Учебное пособие для вузов. — М.: 1997. — Ч. 1. — Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. — 416 с. 4. Внешнеторговые сделки / Сост. И. С. Гринько. — Сумы: Фирма "Реал", 1994. — 464 с. 5. Терещенко С. Основи митного законодавства України: Питання теорії та практики зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посіб. для студентів вищ. та серед. спец. навч. закл. — К.: АТ "Август", 2001. — 424 с. 6. Ноздрева Р. Б. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью. 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 10. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 368 с. 7. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. Навч. посіб. / За заг. ред. А. І. Кредисова. — К.: ВІРА-Р, 2002. — 522 с. 8. Кредисов А. Політика стимулювання експорту та її інструменти / А. Кредисов, В. Бабенко // Економіка України. — 2003. — №2. — С. 4 – 12. 9. Шкільний О. До проблеми формування Україною конкурентної стратегії експортоорієнтованих галузей АПК // Економіка України. — 2003. — №5. — С. 54 – 59. 10. Програма стимулювання експорту продукції, схвалена розпорядженням Кабінету міністрів України від 26 жовтня 2001 року №498-р http://www.rada.gov.ua. 11. Ильичев Р. Из тупика. Обзор тенденций украинской внешней торговли / Р. Ильичев, Р. Волченко //Бизнес. — 2003. — №21(540). — 26 мая. — С. 28 – 33.

Стаття надійшла до редакції 26.05.2004 р.

УДК 330.314.338.45

Орлов П. А.
Мищенко В. В.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИН ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Recommendations concerning the improvement of the machine competitiveness evaluation on the basis of integral quality factor, which takes into account useful economic, ecological and social results are grounded.

Проблема оценки конкурентоспособности машин производственного назначения является весьма актуальной и сложной. Ее решению посвящены работы Гличева А, В., Петровича И., Катаева А. [1 − 3] и многих других ученых. Вследствие сложности этой проблемы некоторые ее аспекты остаются недостаточно разработанными.

© Орлов П. А., Мищенко В. В., 2004