

Л.О. Шкварчук, І.І. Бирка
Національний університет "Львівська політехніка"

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Шкварчук Л. О., Бирка І.І., 2013

Проведено аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємств Львівської області. Визначено особливості географічної та товарної структури експортних та імпортованих операцій. Запропоновано підхід до оцінювання економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності на основі міжчасового зіставлення витрат та результатів.

Ключові слова: економічна ефективність, зовнішньоекономічна діяльність, фінансовий результат, транзакційні витрати.

L.O. Shkvarchuk, I.I. Byrka
Lviv Polytechnic National University

EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF ENTERPRISE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

© Shkvarchuk L.O., Byrka I.I., 2013

The analysis of the enterprises foreign economic activity of the Lviv region is conducted. The features of regional and commodity pattern of export and imported operations are certain. Offered approach to the evaluation of economic efficiency of foreign economic activity on the basis of intersentinel comparison of charges and results.

Key words: economic efficiency, foreign economic activity, financial result, transaction cost.

Постановка проблеми. Суттєвою рисою розвитку сучасної світової фінансової системи є високий рівень глобалізації та інтеграції. Розвиток промислових підприємств у всьому світі відбувається під впливом процесів глобалізації, які інтегрують та уніфікують економічну діяльність окремих суб'єктів господарювання. У результаті інтеграція відбувається на регіональному і світовому рівнях, здійснюється зближення різних країн, проникнення інформаційних технологій, поділ праці між цими суб'єктами господарювання, переміщення ресурсів – матеріальних, фінансових, трудових – з країни в країну. В таких умовах зовнішньоекономічна діяльність підприємства стає одним з основних чинників успішного функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз періодичних видань, навчальної літератури, практичних досліджень дає змогу зазначити, що проблема знаходження шляхів підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій є актуальною і потребує подальшого дослідження. Проблемам розвитку зовнішньоекономічної діяльності окремих суб'єктів господарювання надано значну увагу в працях відомих вчених України, зокрема К. В. Захарова, Л.О. Кадуріна, В. В. Козик.

Цілі статті полягають у визначенні основних підходів щодо оцінювання економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства з метою інтерпретації часових та міжчасових особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є головним способом отримання конкурентних переваг промисловими підприємствами, оскільки дає змогу їм найраціональніше і найефективніше використовувати ресурси і розподіляти капіталовкладення за рахунок встановлення нових зовнішньоекономічних зв'язків, розвитку потенціалу, поглиблення спеціалізації, поширення впливу на інші регіони тощо.

Зовнішньоекономічну діяльність, як і функціонування будь-якого економічного механізму, оцінюють через його ефективність. Економічна ефективність (Е) визначається як результативність економічної діяльності реалізації економічних програм та заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту (Р) до витрат ресурсів (В), які зумовили отримання цього результату [3]. Тобто:

$$E = \frac{P}{B} \times 100 \, \%.$$

Очевидно, що такий показник повинен становити більше одиниці. Однак варто зазначити, що аналізуючи економічну ефективність з погляду зовнішньоекономічної діяльності, цей показник треба розглядати в довгостроковому періоді, оскільки особливістю витрат на зовнішньоекономічну діяльність є їх неодномоментна віддача, тобто результат від понесених витрат очікується отримати за рік і більше. Під час зовнішньоекономічної діяльності підприємство несе певні витрати, результати яких очікують лише за термін, що більший від одного року, наприклад витрати, пов'язані із закупівлею нового обладнання.

Фінансовий результат визначається як приріст (чи зменшення) вартості власного капіталу підприємства, що утворюється в процесі його підприємницької діяльності за звітний період. Основним фінансовим результатом діяльності підприємства є прибуток, збільшення якого означає примноження фінансових ресурсів та зростання фінансових результатів.

У сучасних умовах розвитку суб'єктів підприємницької діяльності остаточний фінансовий результат (збиток) формується поступово протягом фінансово-господарського року від усіх видів звичайної та надзвичайної діяльності та містить:

- чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, послуг);
- валовий прибуток (збиток);
- фінансові результати від операційної діяльності;
- фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування;
- фінансові результати від звичайної діяльності;
- фінансові результати від надзвичайної діяльності;
- чистий прибуток (збиток).

Однак розглядаючи зовнішньоекономічну діяльність, можна говорити не лише про приріст доходу чи прибутку як основних показників фінансової діяльності, а й про якісні показники, так звані непрямі фінансові результати.

Під час зовнішньоекономічної діяльності підприємство отримує низку переваг, результати від яких не можуть бути виявлені за допомогою стандартного аналізу. Зокрема, це стосується підвищення конкурентоспроможності підприємства, можливості захоплення нових ринків та нових сегментів ринку, збільшення асортименту товарів. Так, міжнародна торгівля забезпечує різноманітність товарів для споживачів, дає можливість підприємствам використовувати економію, зумовлену зростанням масштабів виробництва, сприяє інтенсифікації ринкової конкуренції і полегшує поширювання нових технологій [4].

Важливим є також те, що здійснюючи зовнішньоекономічну діяльність, підприємство неодмінно покращує якість продукції, що виготовляє, адже вихід на зовнішній ринок завжди є вступом до конкурентної боротьби. В умовах високої насиченості і навіть перенасиченості світових товарних ринків кожен товар (і товаровиробник, що за ним стоїть) змушений вести жорстку боротьбу за прихильність споживача, яка віддається найбільш конкурентоспроможному товару, який на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє більше потреб і на більш високому рівні, ніж товари конкурентів. Зростаючий інтерес до якості, викликаний посиленням конкурентної боротьби

на світовому ринку, ставить цілком конкретне завдання перед виробником продукції. Покращити якість – це покращити конкурентоспроможність своїх товарів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Вітчизняний товаровиробник спроможний вийти на світовий ринок лише за умови виробництва якісної продукції, яка б відповідала існуючим запитам і потребам споживачів [2].

Отже, результат від зовнішньоекономічної діяльності умовно можна поділити на два елементи:

- 1) прямі фінансові результати, до яких належать приріст доходу та приріст прибутку;
- 2) непрямі результати, такі як підвищення конкурентоспроможності підприємства, можливості захоплення нових ринків та нових сегментів ринку, збільшення асортименту товарів та покращення їх якості.

Будь-яке підприємство, незалежно від того, чи здійснює воно зовнішньоекономічну діяльність, під час своєї виробничої діяльності має певні витрати. Зокрема це фінансові витрати, операційні витрати та інші витрати. Здійснюючи міжнародну торгівлю, з'являються також і витрати, що пов'язані з її провадженням. Більшість вітчизняних авторів не розмежовують витрати, що виникають від провадження діяльності на внутрішньому ринку, від витрат, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічних операцій. Усі витрати, понесені суб'єктами господарської діяльності України у сфері реалізації продукції незалежно від типу ринку, на якому вони виникають, обліковуються на відповідних рахунках та визнаються згідно з національними стандартами бухгалтерського обліку як витрати на збут [1]. Однак, якщо розглядати витрати на зовнішньоекономічну діяльність як окрему категорію, то це можуть бути як прямі витрати, тобто витрати, пов'язані із наявністю квот чи митного тарифу, так і непрямі витрати, до яких належать і трансакційні витрати, і витрати, пов'язані із отриманням ліцензії чи сертифікацією продукції, з оформленням зовнішньоторговельної документації тощо.

Михайлова Л.І. пропонує таку класифікацію трансакційних витрат [5]:

- витрати пошуку інформації, що виникають до укладання угоди, тобто витрати на пошук інформації про потенційного партнера, про ситуацію на ринку, а також витрати, пов'язані з неповнотою й недосконалістю інформації, що купувалась;
- витрати ведення переговорів про умови обміну, про вибір форми угоди;
- витрати вимірювання (маються на увазі витрати, необхідні для вимірювання якості товарів і послуг, з приводу яких здійснюється угода);
- витрати укладання контракту, під якими розуміються витрати на юридичне або нелегальне оформлення угоди;
- витрати моніторингу та запобігання опортунізму, які виникають після укладання угоди, тобто витрати на контроль за дотриманням умов угоди та запобігання ухиленню від цих умов;
- витрати специфікації і захисту прав власності. Вони передбачають витрати на діяльність судів, арбітражу, витрати часу і ресурсів, необхідних для відновлення прав, порушених у ході виконання контракту, а також витрати від поганої специфікації прав власності й ненадійного захисту;
- витрати захисту від третіх осіб. Маються на увазі витрати на захист від претензій третіх осіб (держави, організованої злочинності тощо).

Як зазначалося вище, ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку є покращення якості продукції, що вимагає витрат, пов'язаних із модернізацією виробництва. Здебільшого продукція вітчизняних товаровиробників характеризується низьким рівнем якості, що не відповідає світовим стандартам, а також високим рівнем витрат на її виробництво, що в підсумку зумовлює низький рівень конкурентоспроможності на зарубіжних ринках. Вирішення цієї проблеми можливе лише за умови вкладення капіталу та впровадження сучасних інноваційних розробок у пріоритетні галузі.

Зважаючи на відсутність виокремлення витрат на зовнішньоекономічну діяльність, ускладнюється оцінювання її ефективності. Тому з метою аналізу, розглянемо загальні показники, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності підприємств Львівської області.

Протягом останніх п'яти років Львівська область має негативне сальдо рахунку поточних операцій у торгівлі як товарами, так і послугами (табл. 1), що свідчить про перевагу імпортової активності регіону. Загалом імпорт товарів та послуг львівських підприємств зріс майже удвічі, тоді як експорт товарів та послуг зріс лише на 20 %. У 2009 р. спостерігається різке зниження експорту та імпорту, що спричинено переважно кризовими явищами, однак у 2011 р. показники досягли рівня навіть вищих за показники докризового періоду. Кількість учасників зовнішньоекономічної діяльності так само, як і кількість країн-партнерів у зовнішній торгівлі, практично не змінювалась протягом останніх п'яти років, за винятком 2008 р., коли кількість учасників зросла більше ніж удвічі, однак до 2011 р. показник повернувся наближено до значення 2007 р. і становив 2 779 суб'єктів господарювання за значного збільшення обсягів імпорту та незначного збільшення обсягів експорту.

Таблиця 1

Основні показники зовнішньої торгівлі підприємств у Львівській області

Показники	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість учасників зовнішньоекономічної діяльності (враховуючи підприємців – фізичних осіб), одиниць	2 162	5 754	3 674	2 683	2 779
з них: – товари, %	89,96	96,05	94,15	92,73	92,23
– послуги, %	10,04	3,95	5,85	7,27	7,77
Кількість країн-партнерів у зовнішній торгівлі, одиниць	150	152	149	151	156
з них: – товари, %	86,67	86,84	84,56	86,76	91,03
– послуги, %	13,33	13,16	15,44	13,24	8,97
Експорт, тис. дол. США	1 129 732,50	1 128 372,00	888 896,60	1 084 602,90	1 360 661,90
з них: – товари, %	91,76	88,49	89,32	89,83	88,33
– послуги, %	8,24	11,51	10,68	10,17	11,67
Імпорт, тис. дол. США	1 532 273,60	2 678 295,10	1 683 447,30	2 098 280,00	3 284 283,80
з них: – товари, %	96,18	96,05	96,38	96,67	97,50
– послуги, %	3,82	3,95	3,62	3,33	2,50
Сальдо зовнішньої торгівлі, тис. дол. США	-402 541,10	-1 549 923,1	-794 550,70	-1 013 677,10	-1 923 621,90
з них: – товари, %	-108,57	-101,55	-104,27	-103,98	-104,00
– послуги, %	8,57	1,55	4,27	3,98	4,00

Джерело: Сформовано за даними Головного управління статистики у Львівській області [6]

З географічного поширення експортних операцій підприємств Львівської області (табл. 2) 48,59 % від загального експорту у вартісних показниках становлять країни Європи (9,67 % – експорт у Німеччину), 17,08 % – країни СНД (близько 8 % становить експорт у Російську Федерацію), 5,69 % – країни Азії, 1,34 % – країни Африки і менше 1 % становить експорт у США. З 2007 р. до 2011 р. експорт товарів до США збільшився на 64 %, до країн Європи на 22 %, на 25 % збільшився експорт до Німеччини та на 22 % до Словаччини, однак різко знизився обсяг експорту до Польщі. До Китаю та Азії загалом експорт збільшився майже у 2,5 разу, так само, як і до Сполученого Королівства. Варто також зазначити, що експорт до країн СНД знизився на 5 %.

Аналіз географії експорту товарів підприємств Львівського регіону показує, що зарубіжні ринки збуту є висококонкурентними, а це, своєю чергою, свідчить про конкурентоспроможність продукції львівських підприємств-експортерів.

Таблиця 2

Географічна структура експорту товарів підприємств у Львівській області

Країни	2007	2008	2009	2010	2011
КРАЇНИ СНД:					
– тис. дол. США	286 672,90	284 495,60	178 768,10	211 527,40	273 132,70
– %	25,38	25,21	20,12	19,50	20,07
з них, %:					
Білорусь	16,15	22,74	18,22	23,26	20,85
Казахстан	7,43	7,47	9,38	11,29	12,11
Молдова	9,06	12,19	12,22	10,48	10,36
Російська Федерація	38,43	44,80	45,08	45,85	47,53
Туркменістан	0,67	2,05	8,29	2,81	1,88
ІНШІ КРАЇНИ СВІТУ:					
– тис. дол. США	750 002,20	714 005,90	615 240,00	757 599,50	928 798,40
– %	66,39	63,28	69,21	69,85	68,26
з них, %:					
ЄВРОПА	84,54	84,92	87,85	82,51	83,66
АЗІЯ	4,85	3,78	4,74	7,77	9,80
АФРИКА	0,90	0,45	0,75	3,95	2,31
АМЕРИКА	8,47	10,01	5,86	4,51	3,00

Джерело: Сформовано за даними Головного управління статистики у Львівській області [6]

У структурі географії імпортованих товарів підприємства Львівської області країни СНД охоплюють 14,79 % від загального обсягу імпорту товарів, значну частину якого становить імпорт з Білорусі та Російської Федерації (табл. 3).

Як свідчать дані, основними імпортерами товарів у Львівську область (25 % від загального імпорту) є країни Європи, лідерами серед яких є Німеччина (18 %). Різко знизився обсяг імпорту з Польщі (більше ніж на 90 % порівняно із 2007 р.). Питома вага імпорту товарів з Азії становить 3 % від загального імпорту.

Таблиця 3

Географічна структура імпорту товарів підприємствами у Львівській області

Країни	2007	2008	2009	2010	2011
КРАЇНИ СНД:					
– тис. дол.	181 642,10	426 657,00	251 713,00	289 719,70	1 064 857,00
– %	11,85	14,37	14,95	14,69	34,92
з них, %:					
Білорусь	23,69	53,81	76,57	73,64	84,08
Казахстан	1,19	1,35	0,15	0,15	0,29
Молдова	3,31	0,79	0,42	0,59	0,37
Російська Федерація	71,25	43,81	22,77	25,51	15,08
ІНШІ КРАЇНИ СВІТУ:					
– тис. дол.	1 292 084,30	2 145 763,00	1 370 801,20	1 701 902,50	2 137 489,90
– %	84,32	80,12	85,05	81,11	65,08
з них, % :					
ЄВРОПА	86,49	85,63	86,47	85,31	84,46
АЗІЯ	9,69	9,45	7,96	9,57	10,13
АФРИКА	0,33	0,44	0,57	1,00	0,85
АМЕРИКА	3,48	4,46	4,92	4,05	4,53

Джерело: Сформовано за даними Головного управління статистики у Львівській області [6]

Висновок. Підсумовуючи вищевикладений матеріал, можна зробити висновок, що ефективність зовнішньоекономічної діяльності розраховується у довгостроковому періоді з позиції витрат та результативності. Зважаючи на відсутність розмежування витрат на збут та витрат на провадження зовнішньоекономічної діяльності, оцінювання її ефективності ускладнюється.

Проаналізувавши структуру зовнішньоекономічної діяльності Львівської області, бачимо, що переважає імпорт товарів та послуг. Це свідчить про недостатню активність підприємств Львівської області на зовнішньому ринку, порівняно низьку конкурентоспроможність їх продукції, а, як наслідок, про низьку ефективність заходів щодо реалізації експортно-імпортних операцій.

1. Вацик Н. О. Витрати на експортну діяльність: сутність, склад та загальна характеристика / Н. О. Вацик // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 1. – С. 68–74. 2. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / О. І. Вівчар // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 24–30. – (Серія: Проблеми мікро- та макроекономіки України). 3. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Л. : В-во Нац. у-ту “Львівська політехніка”, 2005. – 713 с. 4. Мэнкью Н. Г. Принципы микроэкономики: учебник для вузов. – 4-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – 592 с. 5. Михайлова Л.І. Менеджмент трансакційних витрат у зовнішньоекономічній діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2012_2/251.pdf. 6. Державний служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/index.php>.