

ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Жукотський Матвій Леонідович

*студент кафедри міжнародних економічних відносин,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: zhukotskyiml@krok.edu.ua*

Кириченко Оксана Сергіївна,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: oksanaKS@krok.edu.ua,
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5244-8323>*

Актуальність теми визначається тим, що мале та середнє підприємництво сприяє створенню нових робочих місць, зростанню валового внутрішнього продукту, а також стимулюванню розвитку конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу національної економіки. В Україні питання становлення та розвитку малого і середнього бізнесу знаходиться серед пріоритетів формування ефективної системи господарювання на всій території держави. На початку 2000-х років малий бізнес в Україні став реальністю та перетворився на самостійний сектор економіки, орієнтований на ринкові умови господарювання. Протягом останнього десятиріччя функціонування ринкової системи економіки в Україні малий бізнес відіграв головну роль у становленні відносин підприємницької діяльності, формуванні класу підприємців, здатних за власною ініціативою започаткувати життєстійкі структури – дієві малі підприємства, забезпечувати нові робочі місця, задовольняти потреби споживачів у товарах і послугах, формувати конкурентне середовище на зовнішніх ринках в умовах здійснення експортної діяльності.

Отже, процес організації експорту продукції та наданих послуг, а також імпорту необхідних ресурсів для малого та середнього бізнесу в Україні, поряд з фінансовими, технологічними та іншими проблемами, нині є особливо важливою.

Теоретичним і практичним питанням експортної діяльності розвитку малого та середнього бізнесу приділяли увагу в своїх працях А. В. Базилюк, М. І. Балашевич, З. С. Варналія, Б. Едвард, І. С. Ковова, Б. Коллас, С. Ніколас, А. О. Пересада, В. П. Пильнова, Н. Сірополіс, Є. М. Сич, Є. А. Уткін, Р. Холт, В. Хойер, А. Хоскінг, В. І. Щелкунов та інші.

Було визначено, пріоритетним у зовнішній торгівлі, слід вважати саме експорт, який завжди був і залишається ключовим питанням національного розвитку. Збільшення обсягів експорту та зміцнення експортного потенціалу країни є одним з найважливіших напрямів економічної політики на сучасному етапі розвитку України.

На експортну діяльність підприємств малого та середнього бізнесу в Україні, впливають як стимулюючі, так і стримуючі фактори зовнішнього середовища. До стимулюючих факторів відноситься сприятливе географічне розташування країни, економічна інтеграція, платоспроможність населення

країни імпортера, ступінь кваліфікованості персоналу. До стримуючих чинників можна віднести недостатність фінансових коштів, податкові та митні обмеження, викривленість отримуваної інформації [1, с.91-92].

За останні 2019-2020рр. ЄС став головним торговельним партнером України. Обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС становив 44297,4 млн.дол.США або 35,8% від загального обсягу торгівлі України. Експорт товарів та послуг до країн ЄС за згаданий період дорівнює 20302,1 млн. дол. США або 31,8% від загального обсягу експорту товарів та послуг України. В свою чергу, обсяг імпорту з країн ЄС сформувався у обсязі 23995,3 млн. дол. США або 40,0% від загального обсягу імпорту в Україну [2, с.41-42].

У двосторонній торгівлі між Україною та ЄС залишалось негативне сальдо, яке зменшилось у порівнянні з 2019 роком на 7117,4 млн. дол. США та склалося у розмірі 3693,2 млн. дол. США [2, с.41-42].

З боку держав-членів ЄС основними торговельними партнерами України у 2020р. стали ФРН (17,9%), Польща (13,5%), Італія (9,3%), Угорщина (7,0%), Великобританія (5,8%), Нідерланди (5,1%). Основні товарні групи українського експорту підприємств малого та середнього бізнесу до ЄС за 2019-2020рр. були: чорні метали, зернові культури, електричні машини та устаткування, руди, шлаки та зола, енергетичні матеріали, насіння і плоди олійних рослин.

З метою підвищення ефективності експортної стратегії суб'єктів малого і середнього бізнесу в Україні та активізації їх участі в зовнішньоторговельних операціях країни, державою необхідно розробити загальнодержавну концепцію підтримки та розвитку експортного потенціалу підприємницьких структур.

Визначена концепція повинна містити основи стратегічного управління експортом товарів малого та середнього бізнесу в Україні на основі формування посередницьких експортних організацій та схеми взаємодії зазначених організацій з суб'єктами малого та середнього бізнесу [3, 4].

Треба також визначити, який спектр послуг повинні надавати посередники, та запропонувати два види комерційних експортних посередників. Одні здійснюють виключно функції транспортування; інші – крім транспортування, здійснюють ряд післявиробничих функцій, таких, як упаковка та складування; закупають напівфабрикати, доопрацьовують їх, здійснюють всі післявиробничі функції та експорт.

З урахуванням функцій, які будуть виконувати експортні посередники, треба розробити загальний перелік заходів, необхідних для їх створення.

Результати запропонованої концепції стратегічного управління експортом товарів малого та середнього бізнесу повинні бути відображені в розробленій стратегічній карті, де послідовно проаналізовані стратегічні цілі експортного посередника, розподілені за відповідними перспективами та визначають, що головною метою посередницької експортної організації є стимулювання грошових доходів від збільшення обсягів продажів, шляхом виходу на нові ринки [5, с.5-6].

Таким чином, функціонування суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні на зовнішніх ринках та нових можливостей, які відкриваються у зв'язку з посиленням євроінтеграційних процесів, дає змогу

обґрунтувати пріоритетні напрями підвищення їх конкурентоспроможності, такі як: участь в програмах підтримки малого та середнього підприємництва, ініційованих ЄС; залучення до Європейської мережі підприємств; оптимізація оподаткування суб'єктів господарювання; посилення державної підтримки суб'єктів малого підприємництва, перш за все фінансової підтримки, яка здійснюється за рахунок державного та місцевих бюджетів; пошук нових альтернативних джерел фінансування господарської діяльності, зокрема за рахунок залучення грантових фандрейзингових коштів.

Список використаної літератури:

1. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.
2. Перспективы экономики Украины: стратегии развития малого и среднего бизнеса. – Режим доступу: <http://sesp.its.dn.ua/web/sesp/sesp>.
3. Пенська І.О. Торгівельні орієнтири України на світових ринках. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2019. №2. С. 5-11.
4. Сазонець О.М. Аналіз динаміки зростання обсягів міжнародної торгівлі послугами. Збірник наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. Черкаси: ЧДТУ, 2018. Вип. 31. Ч. I. С. 33-38.
5. Сучасний стан зовнішньої торгівлі товарами в Україні / Т.Л. Вишинська, О.В. Генералов, І.М. Севрук. *Science Rise*. 2020. № 3/3 (8). С. 41-45.