

УДК 339.564:658

Тимофієва Г.С.

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри світового сільського господарства  
і зовнішньоекономічної діяльності  
Миколаївського національного аграрного університету

## ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Стаття присвячена дослідженню основних механізмів стратегії виходу підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок. Досліджено мотиви виходу підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок. Оцінено політичні та макроекономічні фактори, які сприяють цьому, та ті, які, навпаки, знижують можливості виходу вітчизняних підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок.

**Ключові слова:** підприємства аграрного сектору, стратегія, зовнішній ринок, цілі виходу підприємств на зовнішній ринок, економічна політика України.

### Тимофієва Г.С. ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ АГРАРНОГО СЕКТОРА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Статья посвящена исследованию основных механизмов стратегии выхода предприятий аграрного сектора на внешний рынок. Исследованы мотивы выхода предприятий аграрного сектора на внешний рынок. Оценено политические и макроэкономические факторы, способствующие этому, и те, которые, наоборот, снижают возможности выхода отечественных предприятий аграрного сектора на внешний рынок.

**Ключевые слова:** предприятия аграрного сектора, стратегия, внешний рынок, цели выхода предприятий на внешний рынок, экономическая политика Украины.

### Tymofieva H.S. FORMATION MECHANISMS STRATEGY EXIT ENTERPRISES OF AGRICULTURAL SECTOR TO FOREIGN MARKET

The article investigates the basic mechanisms of exit strategies of enterprises of the agricultural sector to foreign markets. Investigated the motives of the output of enterprises of the agricultural sector to foreign markets. Evaluated political and macro-economic factors that contribute to this, and those that are contrary reduce the possibility of entering the domestic enterprises of the agricultural sector to foreign markets.

**Keywords:** enterprises of agricultural sector, strategy, foreign market, aims exit businesses to foreign markets, economic policy Ukraine.

**Постановка проблеми.** Підприємствам, що планують працювати на зовнішньому ринку, важливо правильно оцінити ситуацію, що створилася на ринку, розробити ефективні способи виходу на цей ринок, забезпечення своєї конкурентоспроможності, які відповідали б, з одного боку, конкретній ринковій ситуації і тенденціям її розвитку, а з іншого – особливостям виробництва.

Аналіз останніх досліджень у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження щодо сутності планування як однієї з основних функцій менеджменту підприємства, визначення його видів представлено у працях М.М. Алексеева, Р. Антоні, Л.В. Балаванова, В.І. Гринчуцького, Ф. Котлера, В.С. Пономаренко та ін. Проблематика розробки стратегій виходу підприємств на зовнішній ринок, формування зовнішньоекономічних стратегій розглянута у працях Г.М. Дроздової, О.А. Кириченко, О.В. Шкурупія та ін. Разом із тим питання формування механізмів стратегії виходу підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок потребує більш детального дослідження.

**Постановка завдання.** Завдання статті – формування основних складових стратегії виходу аграрних підприємств України на зовнішній ринок з урахуванням особливостей їх спеціалізації, фінансового стану, економічної та політичної ситуації в країні.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Вважається, що основною метою, з якою підприємства виходять на зовнішній ринок, є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу, але така мета не завжди є дійсною для підприємств аграрного сектору України. Адже ці підприємства можуть прийняти рішення про вихід на зовнішній

ринок, бажаючи не лише збільшити обсяги реалізації виробленої продукції (масштаби виробництва якої можуть коливатися залежно від сезону), а й отримати більше коштів за вироблену продукцію, використавши стратегію прямого експорту, залучити додаткові кошти на впровадження новітніх технологій вирощування сільськогосподарської продукції, будівництво додаткових споруд для зберігання зібраного врожаю (залучення іноземних інвестицій) тощо.

Але не можна забувати про ті фактори, які ставлять під сумнів бажання виходу окремого підприємства аграрного сектору на конкретний зовнішній ринок. Прикладом реалізації даних факторів є бажання підприємств аграрного сектору України реалізувати вироблену продукцію на ринках ЄС. Звичайно підписання Україною Асоціації з ЄС є позитивним рішенням української влади. Проте нині, щоб повною мірою користуватися перевагами асоціації, лише ратифікації цієї Угоди замало, потрібно повністю змінити погляди на виробництво продукції, стандартизацію та сертифікацію такої продукції. Окрім того, в Україні необхідно гармонізувати вітчизняне законодавство та прийняти близько 350 законопроектів щодо удосконалення та розробки технічних регламентів, санітарних та фітосанітарних норм, захисту прав інтелектуальної власності, захисту навколишнього середовища тощо. Такі закони дали б змогу постачати українську продукцію в ЄС.

Незважаючи на зазначені перешкоди, уже зараз українські виробники сільськогосподарської продукції мають можливості для постачання своєї продукції на ринки ЄС, за умови їх відповідності європейським стандартам. Відтак, підприємствам аграрного сектору необхідно докласти великих зусиль та вкласти

значні кошти в модернізацію свого виробництва, маркетингову політику, пошук європейських партнерів, поліпшення якості продукції. А отже, ті підприємства, які наразі не мають додаткових коштів на адаптацію свого виробництва вимогам ЄС, навряд чи зможуть реалізувати вироблену сільськогосподарську продукцію на ринках цих країн.

Отже, підприємства, які бажають не лише вийти на зовнішній ринок, а і мати позитивний результат від цього заходу, повинні сформувати та ефективно реалізувати стратегію виходу на зовнішній ринок. Основними етапами формування такої стратегії для підприємств аграрного сектору, на наш погляд, є:

1. Визначення місії підприємство аграрного сектору залежно від змісту його існування, призначення, ролі і місця в ринковій економіці.

Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2014 р. виробництвом сільськогосподарської продукції займалися майже 53 тис. підприємств, якими використовувалося близько 22 млн га сільськогосподарських угідь. У галузевій структурі валової продукції сільського господарства провідне місце (70,2% від загального обсягу виробництва) належить продукції рослинництва. У цьому році виробництвом зернових і зернобобових культур займалися 34,4 тис. аграрних підприємств, соняшнику – 21,6 тис., цукрових буряків – 1,1 тис., сої – 9,1 тис., ріпаку озимого – 4,5 тис. підприємств. Ними вироблено 49,9 млн т зернових і зернобобових культур, у середньому по 47,5 ц з 1 га зібраної площі, 8,7 млн т соняшнику (по 20,5 ц з 1 га), 14,6 млн т цукрових буряків (по 490,2 ц з 1 га), 3,7 млн т сої (по 21,9 ц з 1 га), 2,1 млн т ріпаку озимого (по 25,9 ц з 1 га).

У галузі тваринництва обсяг виробництва за 2014 р. становив 75,5 млрд грн, що на 2,0% більше порівняно з 2013 р.

Щодо підприємств аграрного сектору, які працюють на зовнішньому ринку, то у загальній вартості їх експорту продукція рослинного походження становила 52,4%. При цьому 39,3% загального обсягу експорту продукції рослинництва припадало на зернові культури, 10,1% – на насіння і плоди олійних рослин. Експорт зерна в натуральному вимірі за

2014 р. склав 32,6 млн т. Основними експортними зерновими культурами залишаються кукурудза та пшеница. Так, за 2014 р. кукурудзи експортовано 17,6 млн т (найбільші поставки здійснювалися до Іспанії, Єгипту, Китаю, Нідерландів, Кореї), пшениці – 10,5 млн т (Єгипту, Іспанії, Пакистану, Кореї, Марокко). Обсяг експорту насіння і плодів олійних рослин склав 3,9 млн т (основні поставки здійснювалися до Туреччини, Пакистану, Бельгії, Нідерландів та Франції) [1].

Отже, на нашу думку, місією підприємств аграрного сектору України при виході на зовнішній ринок є забезпечення будь-якого споживача якісною та екологічно чистою сільськогосподарською продукцією та досягнення таких фінансових результатів, які б задовольнили керівників підприємств, співвласників майнових паїв та власників земельних паїв, що надали їх у довгострокову оренду, сприяти підвищенню соціального та економічного становища працівників.

2. Формування цілей та завдань виходу досліджуваних підприємств на зовнішній ринок. Нами поділено зазначені цілі для підприємств аграрного сектору на групи: якісні, кількісні, стратегічні і тактичні (рис. 1).

Вважаємо, що основною стратегічною метою виходу більшості підприємств аграрного сектору України на зовнішній ринок є підвищення рентабельності та покращення їх платоспроможності. Окрім зазначеного, досліджувані підприємства можуть покращити свій імідж, у тому числі й інвестиційний, у результаті чого керівництву таких підприємств буде легше залучити іноземні інвестиції. Також вихід на зовнішній ринок мотивуватиме підприємства залучати нові передові технології обробки ґрунту, використовувати нові високопродуктивні сорти зернових та технічних культур, покращувати якість ґрунтів та залучати кваліфікованих працівників, здатних не лише вирощувати гарні врожаї сільськогосподарських культур, а і реалізувати їх на зовнішньому ринку.

3. На третьому етапі формування стратегії виходу підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок необхідним є проведення якісної оцінки зовнішнього



Рис. 1. Основні цілі виходу підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок

Джерело: власні дослідження автора

середовища підприємств. При цьому потрібно розуміти, що при оцінюванні доцільно враховувати як чинники макро- та мікросередовища підприємства (стан економіки галузі, країни знаходження підприємства, країни на ринок якої прагне вийти підприємство; правове регулювання господарської діяльності та зовнішньоекономічної діяльності в країні перебування тощо; політичні процеси, як в країні базування, так і в іноземних країнах; природне середовища та ресурси країни перебування здатні забезпечити високі показники валового виробництва сільськогосподарської продукції чи, навпаки, їх знизити та природне середовища та ресурси іноземної країни, від наявності чи відсутності яких формується попит у даній країні на конкретну сільськогосподарську продукцію; соціальну та культурну складову, які впливають на вподобання населення конкретної країни щодо споживання окремих видів сільськогосподарської продукції, а відтак впливають на формування попиту на неї тощо), так і його безпосереднє оточення (науково-технічний рівень розвитку галузі та конкретного підприємства, його спроможність задовольняти попит на конкретний вид сільськогосподарської продукції; інфраструктуру аграрного ринку в регіоні, яка може як сприяти виходу підприємства на зовнішній ринок, так і ускладнювати його; наявність покупців сільськогосподарської продукції здатних сплатити ринкову ціну на вироблену продукцію: кінцевих споживачів чи посередників; наявність постачальників, які можуть забезпечити аграрне підприємство якісним насіннєвим матеріалом, паливо-мастильними матеріалами, добривами за оптимальною ціною; наявність кваліфікованих працівників тощо).

Охарактеризуємо більш детально вплив окремих факторів на ефективність виходу підприємств аграрного сектору України на зовнішні ринки. Так, щодо економічної політики України у сфері повернення ПДВ експортерам сільськогосподарської продукції. З 1 січня 2014 р. набрала чинності норма Податкового кодексу України, яка передбачає, що операції з постачання та експорту зернових (окрім рису і гречки) і технічних культур, таких як соняшник і ріпак, безпосередніми виробниками та першими постачальниками, а також Аграрним фондом здійснюються за нульовою ставкою податку на додану вартість.

Така система оподаткування має значні позитиви, які зможуть забезпечити стабільний розвиток сільськогосподарського виробництва. Це, зокрема, скорочення ланцюга посередників; конкурентні переваги продукції, закупленої безпосередньо у сільськогосподарських товаровиробників та деяке підвищення цін на зерно і, відповідно, поповнення обігових коштів сільськогосподарських товаровиробників.

Крім того, Податковим кодексом України передбачено, що усі операції з вивезення товарів за межі митної території України, зокрема у митному режимі експорту, оподатковуються за нульовою ставкою податку на додану вартість.

Разом із тим проголосовані 28 грудня 2014 року зміни до Податкового кодексу порушують дію даного пункту у частині відшкодування ПДВ при експорті сільськогосподарської продукції. Так, Податковим кодексом передбачено введення в дію норми щодо мораторію на відшкодування ПДВ при експорті зернових та технічних культур [2].

Також варто зазначити, що у 2015 році майже у 20 разів зріс розмір фіксованого сільськогосподарського податку, порівняно з 2014 роком. Також

уведено 5-10% імпортний збір для основних статей витрат аграріїв, а саме: насіння, засоби захисту рослин, запасні частини до сільськогосподарської техніки. Об'єктивно, підприємствам аграрного сектору досить тяжко витримати покладений на них додатковий фінансовий тягар.

Верховна Рада України 15.05.2015 прийняла за основу проект Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо створення справедливих умов для реалізації сільськогосподарської продукції та підтримки безпосередніх сільськогосподарських товаровиробників». А отже, буде звільнено від оподаткування податком на додану вартість операції з вивезення в митному режимі експортованих зернових і технічних культур, окрім операцій, що здійснюються сільськогосподарськими товаровиробниками та підприємствами, що безпосередньо придбали такі культури у сільськогосподарських товаровиробників, що є платниками єдиного податку четвертої групи та не застосовують спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість і сплачують цей податок на загальних підставах.

Отже, економічна політика України є нестабільною, що значно знижує конкурентоспроможність вітчизняних підприємств аграрного сектору при виході на зовнішній ринок. Разом із тим прийняття змін до законодавства щодо повернення ПДВ при експорті технічних та зернових культур безпосереднім виробникам цих культур, за умови їх чинності, може стати одним із ключових факторів, які сприятимуть виходу досліджуваних підприємств на зовнішній ринок.

Розглянемо іншу ситуацію у контексті впливу політичних процесів на можливості виходу підприємств аграрного сектору України на зовнішні ринки. Згідно з даними Генеральної митної адміністрації Китайської Народної Республіки, у 2014 році товарообіг між Україною та КНР склав 8,594 млрд дол. США, що менше аналогічного показника 2013 р. на 22,7%. При цьому експорт товарів з України становив 3,486 млрд дол. США (зростання на 6,5%), імпорт – 5,108 млрд дол. США (зменшення на 34,9%). Сальдо двосторонньої торгівлі на користь КНР склало 1,622 млрд дол. США.

Основні позиції українського експорту в КНР у 2014 році займали мінеральні продукти (переважно руди залізни, шлаки та зола, енергетичні матеріали та ін.), питома вага яких становила 65,9% від загального обсягу експорту до КНР, а загальний обсяг склав 2 млрд 297 млн дол. США; жири і олії тваринного або рослинного походження – 12,9% (450,8 млн дол. США); продукти рослинного походження (переважно зернові) – 8,7% (302,0 млн дол. США), деревина та вироби з неї – 7,0% (242,6 млн дол. США), механічне обладнання, машини, устаткування та механізми – 2,0% (68,5 млн дол. США), недорогочінні метали та вироби з них – 1,1% (38,6 млн дол. США).

Збільшення експорту української продукції торкнулося практично всіх основних груп товарів, за винятком мінеральних продуктів (зменшення на 98 млн дол. США порівняно з 2013 роком) та жирів і олій тваринного або рослинного походження (-29,2 млн дол. США) що значною мірою компенсується збільшенням у 2014 році зросли поставки продуктів рослинного походження (+264,2 млн дол. США), деревини та виробів з неї (+52,9 млн дол. США), механічного обладнання та устаткування (+10,7 млн дол. США) і недорогочінних металів та виробів з них (+5,9 млн дол. США).

Також Міністерство аграрної політики України заявляє, що у 2015 р. Китай має намір збільшити імпорт зерна з України [3].

Отже, зазначене говорить про можливість відкриття ринку Китаю для підприємств аграрного сектору України, що бажають реалізувати зернову продукцію на зовнішніх ринках.

Відтак, чинники зовнішнього середовища підприємств аграрного сектору мають прямий вплив на можливість успішного виходу даних підприємств на зовнішні ринки, причому вони можуть як сприяти, так не сприяти цьому.

4. Метою четвертого етапу формування стратегії виходу підприємств аграрного сектору регіонів України на зовнішні ринки є оцінка внутрішньої складової середовища або можливостей самого підприємства ефективно вийти на зовнішній ринок. При цьому до уваги найперше потрібно брати такі чинники, як фінансове забезпечення підприємств, кадровий та виробничий потенціал, структура управління та ін.

Отже, на вихід підприємств аграрного сектору на зовнішній ринок впливає низка чинників, які часто знижують ефективність проведення зовнішньоекономічних операцій та можуть негативно вплинути на

можливість конкретного підприємства здійснювати свою діяльність на зовнішньому ринку. Відтак, у першу чергу, державним органам влади та керівництву підприємств аграрного сектору необхідно розробити та ефективно впровадити заходи по мінімізації впливу негативних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства на розвиток його зовнішньоекономічної діяльності.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сільське господарство України у 2014 році / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо відшкодування ПДВ при експорті сільськогосподарської продукції)» / Законопроект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakonoproekt.org.ua/viewhtm.aspx?hn>.
3. Китай має намір збільшити імпорт зерна з України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pestidov.net/news/ukraine/4911>.
4. Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua>.

УДК 330.142.211

**Фоміних В.І.**

*старший викладач кафедри фінансового та банківського менеджменту  
Університету митної справи та фінансів*

**Фірсова А.С., Забоєнко В.О.**

*студенти фінансового факультету  
Університету митної справи та фінансів*

### ЗАЛУЧЕННЯ КАПІТАЛУ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

У статті розглянуто сучасний стан залучення іноземного капіталу в Україні. Наведено перспективи інвестиційної діяльності в Україні. Виявлено основні тенденції погіршення інвестиційного клімату. Запропоновано пріоритетні шляхи вирішення проблем іноземного інвестування.

**Ключові слова:** капітал, інвестиції, резерви, прямі іноземні інвестиції, інвестиційний клімат.

#### **Фоминых В.И., Фирсова А.С., Забоенко В.О. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ**

В статье рассмотрено современное состояние привлечения иностранного капитала в Украину. Приведены перспективы инвестиционной деятельности в Украине. Выявлены основные тенденции ухудшения инвестиционного климата. Предложены приоритетные пути решения проблем иностранного инвестирования.

**Ключевые слова:** капитал, инвестиции, резервы, прямые иностранные инвестиции, инвестиционный климат.

#### **Fominykh V.I., Firsova A.S., Zaboenko V.O. RAISING CAPITAL IN MODERN UKRAINE**

The article reviews the current state of foreign capital in Ukraine. Prospects of investment activity in Ukraine are presented. The basic trend of deteriorating investment climate. Priority suggested solutions to the problems of foreign investment.

**Keywords:** capital, investment, reserves, foreign direct investment, investment climate.

**Постановка проблеми.** Питання залучення інвестиційного капіталу є вирішальними для розвитку економіки будь-якої країни. Сьогодні від їх вирішення значною мірою залежать подолання кризового стану економіки, відновлення та зростання виробничого капіталу, підвищення рівня виробництва та конкурентоспроможності продукції. В Україну надзвичайно повільно надходять прямі іноземні інвестиції, їхній сучасний обсяг аж ніяк не відповідає ні потребам вітчизняної економіки, ні потенціалу іноземних інвесторів. Звичайно, економіка України може виходити із кризового стану і структурно перебудовува-

тися за рахунок власних резервів, але, за оцінкою деяких спеціалістів, термін такого виходу може становити близько двадцяти років. Було б нерозважливо не враховувати багатий світовий досвід і не використовувати прямі іноземні інвестиції для підтримки життєво важливих господарських структур.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Функціонуванню ринку капіталу (іноземних інвестицій) приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як С. Буковинський, О. Кириленко, А. Кравченко, В. Федосов, Ц. Огонь, П. Сабчук, С. Гуткевич, О. Барановський, В. Волик, А. Царукян,