

М. А. ОВОД, О. І. САВЧЕНКО

СПІЛЬНА ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

Вихід на зовнішній ринок для українських підприємств є доволі актуальним питанням. Водночас нестача фінансових коштів, незадовільний стан основних засобів, невідповідність продукції міжнародним стандартам, а також застарілість технологій стає основною причиною, що перешкоджає виходу на міжнародні ринки. Тому для збільшення обсягів продажу продукції та ефективнішого використання виробничих потужностей підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту. Актуальність дослідження полягає в тому, що необхідно брати до уваги вимоги дозволу на в'їзд на територію тієї чи іншої Європейської країни. У статті проаналізовані особливості міжнародних перевезень вантажів, галузь вантажоперевезень в Україні. Так, перевізник з Польщі не зобов'язаний надавати які-небудь документи на вантажоперевезення з Франції до Німеччини. Саме тому компанії з України, коли виникає необхідність перевезень вантажів по Європі, часто довіряють цю справу перевізникам з Польщі. Вони без проблем можуть доставити вантаж у будь-яку іншу країну ЄС. З поляками вже активно співпрацюють багато західні та міжнародні компанії. Для підприємства, яке досліджено в статті обґрунтовано найбільш можливу подальшу співпрацю з Республікою Білорусь.

Ключові слова: підприємницька діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, точка беззбитковості, вантажоперевезення, євроінтеграція

Н. А. ОВОД, О. І. САВЧЕНКО

СОВМЕСТНАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ГЛОБАЛЬНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Выход на внешний рынок для украинских предприятий является достаточно актуальным вопросом. В то же время нехватка финансовых средств, неудовлетворительное состояние основных средств, несоответствие продукции международным стандартам, а также устаревшие технологии является для многих предприятий одной из основных причин, препятствующих выходу на зарубежные рынки. В Украине существуют предприятия, продукция и услуги которых являются конкурентоспособными не только на отечественном рынке, а потенциал производства превышает внутренние потребности страны. Поэтому для увеличения объемов продаж продукции и эффективного использования производственных мощностей этим предприятиям необходимо искать новые рынки сбыта. Актуальность статьи заключается в том, что необходимо принимать во внимание требования разрешения на въезд на территорию той или иной европейской страны. Перевозчик, получивший полное право возить груз из одной европейской страны в другую без дополнительных разрешений документов на грузоперевозки. Например, перевозчик из Польши не обязан предоставлять какие-либо документы на грузоперевозки из Франции в Германию. Именно поэтому компании из Украины, когда возникает необходимость перевозок грузов по Европе, часто доверяют перевозчиками из Польши. Они без проблем могут доставить груз в любую другую страну ЕС. С поляками уже активно сотрудничают многие западные и международные компании. Для предприятия, которое исследуется в статье наиболее плодотворным будет развитие сотрудничества с Республикой Беларусь.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, внешнеэкономическая деятельность, точка безубыточности, грузоперевозки, евроинтеграция

N. A. OVOD, O. I. SAVCHENKO

JOINT ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE GLOBAL ECONOMIC SPACE

Entry into the foreign market for Ukrainian enterprises is quite an urgent issue. At the same time, the lack of financial resources, the unsatisfactory condition of fixed assets, the inconsistency of products with international standards, as well as outdated technologies are for many enterprises one of the main reasons that impede access to foreign markets. In Ukraine, there are enterprises whose products and services are competitive not only in the domestic market, and the production potential exceeds the domestic needs of the country. Therefore, in order to increase sales of products and efficient use of production capacity, these enterprises need to look for new sales markets. The relevance of the article lies in the fact that it is necessary to take into account the requirements of permission to enter the territory of a particular European country. A carrier who has received the full right to transport cargo from one European country to another without additional permits for cargo transportation documents. For example, a carrier from Poland is not required to provide any documents for shipping from France to Germany. That is why companies from Ukraine, when the need arises for the carriage of goods across Europe, often rely on carriers from Poland. They can easily deliver the goods to any other EU country. Many Western and international companies are already actively cooperating with the Poles. For an enterprise that is explored in the article, the development of cooperation with the Republic of Belarus will be the most fruitful.

Keywords: entrepreneurship, foreign economic activity, break-even point, cargo transportation, euro-integration

Вступ. В умовах глобалізації діяльність господарюючих суб'єктів з освоєння зовнішніх ринків визначаються сукупністю вхідних бар'єрів, створених національними або іноземними виробниками, урядами іноземних країн, а також пов'язаними з природними характеристиками (ресурсами та технологіями), що можуть впливати на формування нових перешкод або підсилювати існуючі. Нові вхідні бар'єри, що виникають на глобальних ринках, можуть бути спричинені такими факторами:

- 1) відмінностями між країнами у вартості факторів виробництва та їхньому асортименті;
- 2) різними господарськими та юридичними умовами діяльності на іноземних ринках;
- 3) відмінностями можливостей здійснювати моніторинг господарської діяльності іноземних конкурентів;
- 4) наявністю, крім місцевих конкурентів, міжнародних фірм-суперників;
- 5) різною роллю та торговою політикою урядів іноземних держав [1].

Повноцінна участь України у глобалізаційних світогосподарських процесах стане можливою лише за умови якісного вдосконалення всіх складових, що визначають становище країни у світовій економіці і міжнародних економічних відносинах, зокрема в євроінтеграційних процесах, у виборі оптимальної моделі взаємодії економіки України зі світовим господарством у таких вимірах, як геостратегічний, ринково-товарний, фінансово-інвестиційний, інституційний, культурний та ін [2]. Умови діяльності на іноземних ринках створюють додаткові перешкоди для експансії на цих ринках національних виробників. Вони зумовлені тим, що в умовах глобалізації фірми виходять на зовнішні ринки, правила гри яких їм заздалегідь невідомі, що вимагатиме в подальшому додаткових витрат на дослідження й вивчення встановлених правил поведінки. Тобто експансія зовнішніх ринків вимагає і додаткових витрат з боку фірм-експортерів які є певним вхідним бар'єром на шляху освоєння цих іноземних ринків. В умовах глобалізації набувають важливого значення такі чинники, як мовні перепони, шкала цінностей, пріоритетів, національна культура, що мають братися до уваги під час створення ефективної міжнародної реклами та специфічного асортименту продукції для кожної окремої країни. Для фірм, котрі здійснюють експансію зовнішніх ринків і піклуються про збереження свого іміджу, намагаються використовувати нові технології, бути впевненими в ефективному захисті своїх інтересів, бар'єрами входження на зовнішні ринки можуть стати:

1) висока корумпованість, значний тягар державного регулювання бізнесу, неефективна правова база залагодження конфліктів, неетична поведінка місцевих органів влади;

2) невисокий рівень захисту прав інтелектуальної власності, незначний доступ до останніх технологій та інновацій, неефективне законодавство в сфері інновацій, відсутність заохочення розробки високотехнологічних продуктів з боку іноземного уряду;

3) значна монополізація та картелізація зовнішніх ринків, неефективна антимонопольна політика, значні податки та чисельні процедури започаткування бізнесу, наявність високих торговельних бар'єрів, значний тягар митних та немитних обмежень;

4) слабкий розвиток фінансових інституцій, незначний доступ до позичок, значний рівень інфляції, жорстке регулювання прямих іноземних інвестицій, відсутність можливостей для венчурного капіталу, невисокий ступінь захисту інвесторів, незначний розвиток каналів постачання та збуту тощо [3].

Відмінності в цілях, ресурсах та можливостях здійснювати моніторинг господарської діяльності іноземних конкурентів як різновид вхідного бар'єру, що виникає лише в умовах глобалізації, дуже сильно впливає на позиції фірми-експортера на зовнішніх ринках. Ще одним фактором, що створює суттєві перешкоди перед національними фірмами для отримання конкурентних переваг на зовнішніх

ринках, є існування, крім місцевих фірм, транснаціональних корпорацій (ТНК). Такі корпорації, на відміну від суто національних фірм, мають зареєстрований міжнародний капітал, що дозволяє їм мати представництва і здійснювати виробництво в різних країнах. Тому для успішної конкуренції з подібними фірмами національні виробники мають володіти значними фінансовими ресурсами для того, щоб мати можливість організувати виробництво в такому масштабі, який би давав їм можливість бути гідним суперником подібним транснаціональним корпораціям. Також дуже вагомими чинниками, що сприяють або заважають виходу національних фірм на зовнішні ринки, є різні інструменти внутрішньої та зовнішньої економічної політики урядів іноземних держав. Вони можуть стосуватися: реєстрації, ліцензування діяльності, закриття бізнесу та процедур, пов'язаних з банкрутством підприємств; режимів національної валюти, регламентації вивозу та ввозу капіталу, репатріації прибутку; податкових процедур, принципів оподаткування, податкових пільг та санкцій, субсидювання; підтримки певних галузей економіки, питання злиттів та поглинань, домінування та узгоджених дій господарюючих суб'єктів на внутрішніх ринках; митних та не митних обмежень, умов здійснення експорту та імпорту товарів та послуг, наявності та чисельності митних процедур та митних органів тощо [1]. В умовах закритої економіки уряд, як правило, робить акцент на впровадженні і використанні інструментів промислової та антимонопольної (конкурентної) політик, що покликані регулювати діяльність окремих галузей, ринків, господарюючих суб'єктів, запобігати виникненню недобросовісної та антиконкурентної економічної поведінки з боку окремих національних виробників. Виходячи з усього, що було досліджено визначаємо мету даної роботи – дослідити та визначити теоретичне обґрунтування стратегії підвищення ефективності діяльності підприємства в галузі вантажоперевезень в умовах європейської інтеграції.

Методологія. Україна має вигідне унікальне географічне і геополітичне положення. У сучасних умовах транзитність набуває геополітичного і глобального економічного забарвлення. Україна здатна на якісно вищому рівні регулювати потоки товарів, трудових ресурсів та енергії між Європою й Азією і виступати гарантом економічної, енергетичної, соціальної та політичної стабільності в усій Європі [1]. У роботі була детально проаналізована цільова аудиторія однієї із транспортних компаній, які було обрано на ринку вантажоперевезень. Навіть на транспортному ринку потрібно чітко позначати свою область, що надаються, щоб не витратити зусилля на нецільових клієнтів, які не приносять дохід організації. Однак потрібно обов'язково пам'ятати, що, вибираючи нішу, не можна робити її дуже вузькою, інакше це може привести до неефективної роботи підприємства.

Чітке розуміння цільової аудиторії може в разі підняти прибутковість роботи підприємства і вивести його на новий рівень.

Недостатньо знати середній вік, стать і фінансове становище вашого цільового клієнта - ефективне торгова пропозиція має виділяти те, що потрібно споживачам. Цільова аудиторія даного підприємства вже визначена. Організація орієнтується на роботу з людьми середнього і високого достатку. Віковий діапазон клієнтів становить 25-55 років. Найбільш часто користуються послугами компаній з вантажоперевезень власники малого та середнього бізнесу: магазинів; будівельних фірм і т. п. Компанія з вантажоперевезень може ефективно співпрацювати з магазинами меблів, будівельних матеріалів і побутової техніки, які не мають власної служби доставки. Послугами компанії так само користуються приватні особи для перевезення меблів, особистих речей, будівельного сміття і т.д [4].

За допомогою вантажоперевезень функціонують багато підприємств. Вони або отримують сировину для продукції, або відправляють готову продукцію покупцям. Завдяки перевезень можна не тільки поміняти місце проживання, а й з усіма речами переїхати жити в іншу країну. Різні організації користуються послугами вантажоперевезень, якщо необхідно перенести офіс разом з усім обладнанням на інше місце. Підприємство ФОП «Овод А.Є.» ретельно продумує деталі будь-якого замовлення. Приділяється особлива увага характеру і способу транспортування вантажу. Існують такі вантажі, які вимагають специфічного підходу, наприклад:

- 1) швидкопсувні товари, яким необхідно підтримувати певну температуру;
- 2) хімікати, які мають в своєму складі отруйний хлор;
- 3) паливо, яке при неправильному транспортуванні може вибухнути.

Рішення про те, яким чином буде переміщатися вантаж, приймається транспортною компанією після отримання заявки. Якщо клієнтові важлива швидкість доставки, то перевага віддається швидкому, але найбільш витратним способом перевезення. Якщо замовнику потрібно вкластися в мінімальну суму, то доставка займе більше часу. Також у дослідженні було приділено увагу галузі вантажоперевезень. Розглянуто динаміку основних показників сектора вантажних перевезень в Україні за 6 років - з 2012 по 2017 рік. Найбільше падіння спостерігалось в 2014-2015 роках. Однак за останні два роки спостерігається тенденція до відновлення обсягів вантажних перевезень. Серед факторів, що сприяють нинішньому розвитку, варто відзначити ринкові і макроекономічні. Макроекономічні показники в Україні свідчать про те, що:

- 1) промислове виробництво за останній рік знизилось на 0,1%;
- 2) обсяги оптової торгівлі зросли на 2,8%;
- 3) зростання обсягів роздрібною торгівлі склало 8,6%.

В цілому, показники оптимістичні. У ринкових факторах відзначаємо трохи більше протиріч:

- 1) загальні обсяги вантажоперевезень зросли за рік на 1,8%;
- 2) частка залізничних перевезень знизилась на 1,3%;
- 3) спостерігається зниження вакантності складських приміщень;
- 4) драйвером розвитку торгівлі залишається сегмент e-commerce.

Відзначимо, що e-commerce досягає вже серйозного рівня розвитку в Україні, займаючи в загальному обсязі рітейлу близько 3%. На думку багатьох експертів, потенціал e-commerce є великим, про що слід пам'ятати менеджерам транспортних підприємств. Проблеми залізничного транспорту легко пояснити. Цей сектор продовжує страждати від сильної зношеності рухомого складу. Крім того, періодичний зростання тарифів мотивує замовників йти до автоперевізників. Результат бачимо в динаміці зростання і падіння обсягів перевезень у 2017 році в порівнянні з 2016-м. У той час, як залізничний транспорт України втратив 4 млн. тонн, автомобільний додав 9 млн. тонн [4]. Розглянемо частку підприємства ФОП «Овід А.Є.» на ринку України. За 2017 рік усіма видами транспорту сумарно було перевезено 26880 тонн. Розділимо це число на загальну вагу перевезених вантажів в Україні:

$$26880/176000000 = 0,00015$$

З цієї формули виходить, що розглянута фірма займає 0,015% на ринку вантажних перевезень в Україні. За підсумками трьох кварталів 2018 року автоперевезення вантажів в Україні зросли на 5,5% в порівнянні з таким же періодом 2017 року.

Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. Вихід на зовнішній ринок буде здійснюватися через створення спільного підприємства, згідно ч. 3 ст. 80 Інвестиційного кодексу Республіки Білорусь, спільне підприємство - юридична особа Республіки Білорусь, статутний фонд якого складається з частки іноземного учасника (часткою іноземних учасників) і частки вітчизняного учасника (часток вітчизняних учасників). Учасниками можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. У нерезидента є можливість - внести істотний внесок (від 20 000 доларів), і в цьому випадку створене підприємство придбає особливий статус - статус спільного підприємства. Особливостями спільних підприємств у порівнянні з підприємствами не мають такого статусу є:

- 1) Розмір мінімального внеску іноземного учасника спільного підприємства - 20 000 доларів.
- 2) Статутний фонд іноземного або спільного підприємства виражається в доларах США.
- 3) У спільних підприємствах статутний фонд, як правило, формується не на момент реєстрації, а після (не менше ніж на 50 відсотків

протягом першого року з дня державної реєстрації за рахунок внесення в нього кожним з учасників не менше 50 відсотків своєї частки і в повному обсязі - до закінчення двох років з дня реєстрації.

4) Спільне підприємство зобов'язані надати в орган, що їх зареєстрував аудиторський висновок, що підтверджує факт формування статутного фонду в встановлених розмірах не пізніше 30 днів з дня закінчення відповідного періоду, встановленого для його формування, а орган, що реєструє видає іноземному або спільному підприємству свідоцтво про формування статутного фонду.

5) Спільне підприємство зобов'язані щорічно проводити обов'язковий аудит достовірності річної бухгалтерської (фінансової) звітності.

6) Для спільних підприємств відсутня необхідність в отриманні ліцензії на діяльність, пов'язану із залученням в Республіку Білорусь іноземної робочої сили і працевлаштуванням громадян Республіки Білорусь, в разі обрання на посаду керівника учасника, що є іноземним громадянином.

7) Спільне підприємство не можуть ліквідувати за рішенням органу, що реєструє. Тільки в судовому порядку [5].

Враховуючи проведені дослідження, основна мета визначається як: вихід підприємства на ринок Республіки Білорусь і закріплення на ньому. Задачі, які буде вирішувати підприємство: Аналіз ринку вантажоперевезень в Республіці Білорусь, а також визначення міста, в якому потрібно шукати підприємство для співпраці. Пошук і знаходження підприємства на ринку Білорусі, яке буде зацікавлене у створенні спільного підприємства. Особисте відвідування знайденого підприємства директором, а також проведення повторного аналізу ринку спираючись на отриманий досвід. Узгодження створення спільного підприємства з керівництвом підприємства в Республіці Білорусь. Найом юриста для оформлення документації. Початок співпраці, здійснення перших перевезень. Проведення аналізу та визначення факторів, що впливають на операційний процес. Застосування знайдених рішень. Підприємство ФОП «Овод А.Є.» в середньому виконує в місяць 120 перевезень на транспорті з вантажопідйомністю 5т, 80 перевезень на транспорті з вантажопідйомністю 20т та 120 на транспорті з вантажопідйомністю 2т. Тобто в середньому за місяць підприємство виконує 320 перевезень. Для того, щоб розрахувати точку беззбитковості в грошовому вираженні, необхідно використовувати такі показники: постійні витрати (FC); виручка (TR); змінні витрати на обсяг (VC). Для початку необхідно розрахувати коефіцієнт маржинального доходу за формулою 1:

$$MR = TR - VC \quad (1)$$

$$MR = 824000 - 446638 = 377362 \text{ (грн)}$$

Коефіцієнт маржинального доходу розраховується за такою формулою 1.2:

$$KMR = MR / TR \quad (2)$$

$$KMR = 377362 / 824000 = 0,46$$

Точка беззбитковості в грошовому вираженні (цей показник також називають «поріг рентабельності») розраховує за такою формулою 1.3:

$$BEP = FC / KMR \quad (3)$$

$$BEP = 177500 / 0,46 = 385869,6 \text{ (грн)}$$

Таким чином, підприємству потрібно надати послуг на 385869,6 гривень, щоб отримати нульовий прибуток. Всі послуги понад цієї суми будуть приносити прибуток. На рисунку 1. представлений графік точки беззбитковості. Розрахунок точки беззбитковості знадобиться практично будь-якої компанії. Звичайно є дуже вузький діапазон відпускних цін і витрат, в рамках якого компанія може працювати прибутково. Якщо вона не встановить мінімальну ціну на рівні, що покриває її постійні і змінні витрати, то швидко витратить свої грошові резерви і вийде з бізнесу. В умовах конкуренції ціни опускаються до рівня, на якому вони ледве покривають витрати, і прибуток дуже невелика або відсутня зовсім.

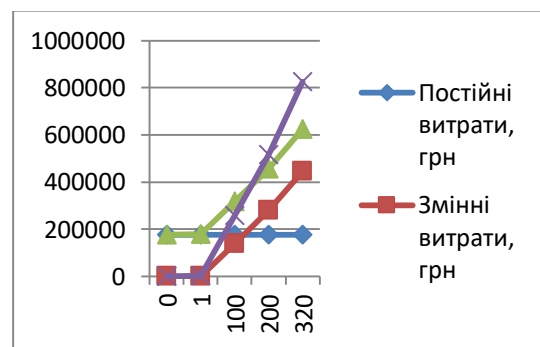


Рис. 1 – Графік точки беззбитковості

Таким чином, розрахунок точки беззбитковості дозволяє:

1) визначити оптимальну вартість реалізації виробленої продукції, виконання робіт або надання послуг;

2) розрахувати, в які терміни окупиться новий проект. Тобто визначити момент, коли отримані доходи стануть більше витрат підприємства;

3) стежити за змінами показника точки беззбитковості, для того, щоб встановити існуючі проблеми в процесі виробництва і реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг;

4) проводити аналіз фінансового стану підприємства;

5) дізнатися, як вплине зміна ціни на реалізовану продукцію, виконувани роботи, надані послуги або понесених витрат на одержувану в результаті виручку.

Висновки. Таким чином було запропоновано стратегію, яка буде використовуватися для виходу підприємства ФОП «Овод А.Є.» на зовнішній ринок -

це стратегія створення спільного підприємства. Також було досліджено умови створення спільного підприємництва на ринку Республіки Беларусь. Далі буде наведено бізнес - план, як інструмент реалізації стратегій, а також фінансові розрахунки, які підтвердили що плановий дохід за перший місяць складе 199862 грн.

Беручи до уваги реалії сьогодення, основними напрямками зовнішньоекономічної діяльності на найближчі роки будуть:

- 1) подальше розширення послуг вантажоперевезень та їх відповідність вимогам стандартів зарубіжних країн;
- 2) освоєння нових схем зовнішньоекономічної діяльності;
- 3) закріплення і розширення ринку в країнах Прибалтики;
- 4) ключовим моментом буде залишатися розширення внутрішнього ринку збуту.

Список літератури

1. Смаль І. В. , Карпюк , Г. І, Смаль О. І. *Особливості географічного і геополітичного положення як чинник економічного розвитку України // Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів.* - Луцьк: 2019.
2. Дідківський М. І. *Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.* - Київ: Знання, 2006.

3. Малій О.В. *Особливості вхідних бар'єрів у відкритій економіці // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Тугана-Барановського.* - 2010. - №4.
4. Schwab K. *The global competitiveness report // World Economic Forum reports.* - 2009. - №15.
5. *Спільне підприємство (СП) - Іноземне підприємство (ІП) в Білорусі [Електронний ресурс].* – Режим доступу : <https://noprobem.by/sp-ip>

Reference

1. Smal I. V. , Karpiuk , H. I, Smal O. I. *Osoblyvosti heohrafichnoho i heopolitychnoho polozhennia yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku ukraïny* [Peculiarities of geographic and geopolitical position as a factor of economic development of Ukraine] // *Suspilno-heohrafichni chynnyky rozvytku rehioniv.* - Lutsk: 2019.
2. Didkivskiy M. I. *Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva.* [Foreign-economic activity of the enterprise] - Kyiv: Znannia, 2006.
3. Malii O.V. *Osoblyvosti vkhidnykh barieriv u vidkrytii ekonomitsi* [Features of entrance barriers in the open economy] // *Visnyk Donetskoho natsionalnogo universytetu ekonomiky i torhivli imeni Mykhaila Tuhana-Baranovskoho.* [Bulletin of the Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky] - 2010. - no4
4. Schwab K. *The global competitiveness report // World Economic Forum reports.* - 2009. - no15.
5. *Spilne pidpriemstvo (SP) - Inozemne pidpriemstvo (IP) v Bilorusi* [Joint venture (JV) - Foreign Enterprise (FE) in Belarus] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu :<https://noprobem.by/sp-ip>

Надійшла(received) 18.01.2019

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Савченко Ольга Ігорівна (Савченко Ольга Ігорівна, Savchenko Olga Igorevna) – кандидат економічних наук, доцент, професор каф. менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; ORCID: 0000-0002-4407-6387; e-mail: savchenko.khpi@gmail.com

Микита Овод (Никита Овод, Nikita Ovod) – бакалавр каф. менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; e-mail: stiffvod@gmail.com