

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ САЛЬДО У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ

*Непран А. В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Зовнішньоекономічні зв'язки, перш за все зовнішня торгівля, стали важливим фактором економічного розвитку України. Питома вага експорту та імпорту у валовому внутрішньому продукті за 2020-2023 рр. складала 85-110 % валового внутрішнього продукту, що значно вище багатьох розвинених країн світу. Уже той факт, що питома вага експорту та імпорту перевищує 50 % внутрішнього виробництва, свідчить про значимість для неї зовнішньоекономічних зв'язків. Тісний зв'язок України із світовим ринком, її активна участь у міжнародному розділі праці у значній мірі сприяли економічному розвитку країни, будучи джерелом доходів багатьох компаній, визначеного підвищення життєвого рівня населення.

Стан зовнішньоторговельних відносин у значній мірі характеризує сальдо зовнішньої торгівлі. За останні роки величина сальдо зовнішньої торгівлі товарами набуває загрозливих значень (табл. 1).

Таблиця 1 - Стан зовнішньої торгівлі товарами за 2021-2023 рр., млн дол. США

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Усього	-4770,8	-11160,2	-27384,1
В тому числі:			
продукти рослинного походження	13407,5	11545,7	9603,8
продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	-6927,3	-4926,6	-6549,4
мінеральні продукти	-6554,4	-8801,0	-8218,2
текстильні матеріали та текстильні вироби	-1796,5	-1812,2	-2037,6
машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	-8945,8	-5427,0	-8636,9

Джерело: [1].

Як свідчать наведені дані, пасивне торговельне сальдо зросло з 4,8 млрд дол. у 2021 р. до 27,4 млрд дол. у 2023 р. При цьому спостерігається, з однієї сторони, зростання абсолютних розмірів негативного сальдо за тими товарними групами, за якими обсяг імпорту перевищував експорт, а з іншої – скорочення позитивного сальдо за традиційними статтями українського експорту – продукція рослинництва (зерно), металургійне виробництво. Як наслідок, у 2023 р. негативне торговельне сальдо спостерігалось практично за усіма товарними групами (за винятком продуктів рослинного походження, жирів та олій тваринного походження або рослинного походження, деревини та виробів з дерева), що несе загрозу зовнішньоекономічній діяльності країни.

Література:

1. Джерело: Товарна структура зовнішньої торгівлі за відповідні роки. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

МАТЕРІАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО: КОЛЛАПС ЧИ ІННОВАЦІЙНІ ПРОФЕСІОНАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ?

*Прокопенко М.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно – дорожній університет*

Останні статистичні дані, зібрані по всьому світу свідчать, що кількість нових виробничих підприємств зменшується. Проблемним моментом також є те, що розмір і якість нових підприємств має тенденцію до зниження.

Аналіз даних дає зрозуміти, що більшість нових виробничих підприємств неспроможні з точки зору здатності вирішувати складні проблеми. Іншими словами, ми втрачаємо здатність мислити та діяти творчо, створюючи нові та інноваційні продукти. Дослідження також підкреслило, що зниження здатності вирішувати проблеми лише частково пов'язане зі збільшенням переміщення виробництва в офшори, і попередило, що нові стартапи з нижчою кваліфікацією стикаються з підвищеним ризиком застаріти внаслідок подальшої автоматизації.

Підприємців - практиків ці висновки не шокують. Останнім часом широко поширилася думка про те, що виробництво вмирає, оскільки неможливо конкурувати з низькою вартістю робочої сили в інших країнах. Багато людей вважають, що виробництво - це нудна робота або робота нижчого класу, яка й надалі відіграватиме дедалі меншу роль у майбутньому розвитку ринкової економіки [1].

Одним із поширених аргументів проти виробництва є те, що робоча сила надто дорога, а націнка надто низька, щоб заробляти гроші. Однак нам дійсно потрібна зміна парадигми, коли ми думаємо про виробничий бізнес. Розглянемо приклад рандомного товару, яку продають у роздрібному магазині за 60 гривень. Як правило, цей роздрібний магазин заплатив близько 40 гривень, щоб купити його в оптової компанії, а оптова компанія купувала його у виробника приблизно за 30 гривень. Ми можемо припустити, що виробник, ймовірно, витратив на виробництво товару приблизно 20 гривень, включаючи роботу та матеріали.

У цьому сценарії маржа низька, вартість робочої сили відіграє важливу роль, а конкуренція з боку дешевших країн дуже ускладнює збереження бізнесу. Однак, якщо ми уявімо виробника, який має можливість продавати безпосередньо кінцевим споживачам, умови гри суттєво змінюються. Замість того, щоб боротися з конкурентами за маржу в 10 гривень, тепер у них є маржа в 40 гривень. З вищою маржею вартість робочої сили більше не відіграє такої важливої ролі, компанії мають більше грошей для інвестування в такі сфери як розробка нових продуктів, вони можуть зосередитися на ефективності та оптимізації, але при цьому можуть знижувати ціни, якщо є потреба. Багато надзвичайно успішних світових виробників використовують таку бізнес-модель,