

О.В. Черниш, к.е.н., доц.

А.Д. Пирожкова, студ.

Житомирський національний агроекологічний університет

УМОВИ ТА ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто поняття «експортного потенціалу», підходи до його визначення та умови формування на підприємстві. Визначаються важелі, що будуть стимулювати розвиток експортного потенціалу на підприємстві. Зазначається необхідність покращання та підвищення вказаного для максимально перспективного виходу на зовнішній ринок, поява можливості конкурувати на міжнародних ринках. Наведено чотири науково-технічні підходи до визначення «експортного потенціалу», що розглядають його з точки зору чотирьох означень: структурного, каузального, функціонального та порівняльного. Запропонована характеристика факторів, що впливають на формування такого потенціалу на підприємстві. Доведено, що, незважаючи на зміни в середовищі, експортний потенціал залишається незмінним, а отже, необхідно створити його та підтримувати весь час на підприємстві для подальшого розвитку.

Ключові слова: експортний потенціал; експорт; системно-структурний підхід; ресурсний підхід; функціональний підхід; компаративний підхід.

Постановка проблеми. Проблеми, що пов'язані з процесом формування експортного потенціалу, не є новими і виникали вони на різних етапах економічного розвитку багатьох країн світу. Та останнім часом дане питання стає все більш актуальним і набуває все більшого розголосу, а викликано це поширенням процесів глобалізації національної економіки, що охопили майже всі країни світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «експортний потенціал підприємства» глибоко розвинуте українськими фахівцями В.Пономаренком, Л.Піддубною, А.Поручником. Серед зарубіжних вчених, які розкривають сутність експортного потенціалу з позиції системно-структурного підходу, варто зазначити П.Діксона, В.Нордхауса, П.Клівець, М.Портера, І.Скорнякову, Т.Гордєєву, Т.Мельник, Л.Піддубну, М.Дудченко.

Метою статті є визначення джерел підвищення експортного потенціалу підприємства та пошук важелів для стимулювання його розвитку, адже саме від рівня експортного потенціалу більшою мірою залежить якість існування підприємства на зовнішньому ринку.

Об'єктом дослідження є експортний потенціал підприємства, чинники та фактори впливу на нього.

Результати дослідження. Підприємство як відкрита система є суб'єктом еколого-економічних систем, а також рушієм систем менеджменту природоохоронної діяльності. Формуючи і використовуючи експортний потенціал, підприємства взаємодіють із чинниками зовнішнього середовища.

Експортний потенціал підприємства – це обсяг конкурентоздатної продукції, що потребує зовнішній ринок та яку можуть виробити й реалізувати господарюючі суб'єкти в існуючих ринкових умовах [4]. Існує доволі багато тверджень і суджень щодо експортного потенціалу з точки зору різних науково-методичних підходів (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «експортний потенціал підприємства» з позицій альтернативних науково-методичних підходів

Науково-методичний підхід	Вид означення	Визначення
1	2	3
Системно-структурний	Структурне	Експортний потенціал є частиною економічного потенціалу підприємства, що перебуває у взаємодії і взаємозалежності з усіма іншими

видами потенціалу, якими володіє підприємство		
Закінчення табл. 1		
1	2	3
Ресурсний	Каузальне	Експортний потенціал є сукупністю ресурсів, що підприємство має можливість використовувати для виробництва продукції на експорт
Функціональний	Функціональне	Експортний потенціал є можливістю підприємства виконувати функцію задоволення потреб іноземних ринків у готовій продукції
Компаративний	Порівняльне	Експортний потенціал є сукупністю можливостей підприємства виробляти і реалізовувати продукцію, що має порівняльні переваги щодо аналогічної продукції на іноземних ринках

Є певна група факторів [5], що впливають на експортний потенціал підприємства, які дають, у свою чергу, можливість виділити різні умови формування та реалізації даного потенціалу (рис. 1).

До економічних умов належать: система обмежень кількісного обсягу видобутку експортної сировини, інвестиційний та інноваційний клімат у регіоні; розвиток консалтингових та маркетингових компаній; існуюча система взаємодії підприємств, науково-дослідних та конструкторських організацій тощо.

До політико-правових умов варто зарахувати існуючі міжнародні домовленості про співробітництво, наявність чи відсутність протекціоністських заходів у країні-імпортері, нормативно-правове регулювання експортної діяльності, враховуючи експортні квоти, різноманітні пільги експортерам-виробникам, у тому числі спрощені схеми документообігу тощо [2].

До соціально-культурних умов належать вікова та кваліфікаційна структури населення регіону, рівень культури праці робітників, ступінь володіння сучасними інформаційними технологіями, а також середній рівень володіння іноземними мовами, мобільність персоналу. До технічних умов варто зарахувати рівень розвитку ринкової інфраструктури регіону, рівень використання сучасних засобів зв'язку, наявність науково-дослідних інститутів та напрямки виконуваних ними робіт. До природно-кліматичних умов: географічне розташування регіону, забезпеченість природними ресурсами, характеристика кліматичних умов.

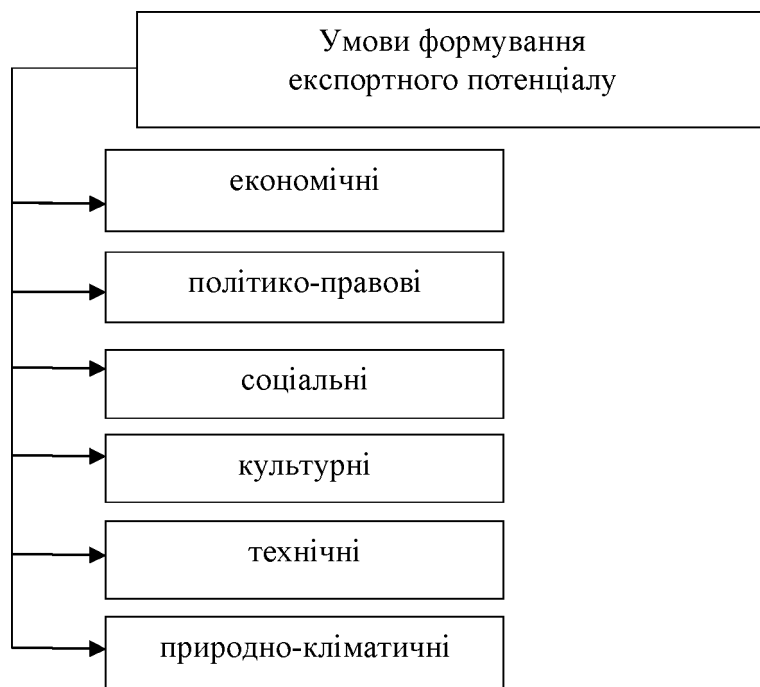


Рис. 1. Умови формування експортного потенціалу

На експортний потенціал впливають різні фактори [1]: як внутрішні, так і зовнішні; як контрольовані, так і неконтрольовані; як кількісні, так і якісні, а також фактори науково-технічного, інвестиційного, кадрового, логістичного, маркетингового та іншого порядків (табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика факторів, що впливають на експортний потенціал

Фактори, що впливають на експортний потенціал	Характеристика факторів
Внутрішні	Вплив на експортний потенціал відбувається безпосередньо в середині підприємства (впливають внутрішній стан, розвиток підприємства)
Зовнішні	Вплив на експортний потенціал ззовні
Контрольовані	Ті, до яких безпосередньо причетне підприємство, це власне його організаційні структури, фінансові, виробничі, економічні служби, підрозділи матеріально-технічного постачання, збуту, реклами тощо
Неконтрольовані	Політичні, соціальні, економічні, міжнародні, технологічні, ринкові, конкурентні
Кількісні	Можливість оцінити стан експортного потенціалу (розрахунки)
Якісні	Використання експертних методів
Науково-технічного порядку	1. Інновації в галузі створення товарів. 2. Інновації в технології. 3. Інновації в менеджменті. 4. Інновації в маркетингу
Інвестиційного порядку	Спроможність заощаджувати, інвестування коштів у прибуткові проекти
Кадрового порядку	Управління персоналом (мотивація, стимулювання до роботи)
Логістичного порядку	Можливість якісно та своєчасно забезпечувати рух інформаційних та матеріальних потоків на підприємстві від виробника до споживача)
Маркетингового порядку	Реклама, здатність «втриматися» на ринку, виробляти конкурентоспроможну продукцію

Експортний потенціал підприємства визначається багатьма складовими, що характеризують різні аспекти його функціонування. В цілому діяльність підприємства у зовнішньоекономічній сфері складається із взаємопов'язаних процесів, кожний з яких під час визначення експортного потенціалу розглядається окремо. В свою чергу, результати дій цих процесів утворюються внаслідок не лише їх функціонування, але і їх взаємодії та ланок зовнішнього середовища.

Також експортний потенціал [3], безпосередньо підприємства, визначається як готовність, спроможність підприємства здійснювати зовнішньоекономічну діяльність, зокрема, експортну діяльність, що полягає у виході на цільові зовнішні ринки збуту. Експортний потенціал є основою для розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок [6]. Отже, фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу, також опосередковано впливають і визначають процедуру формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок та рівень репрезентативності підприємства на цьому ринку.

З одного боку, використання експортного потенціалу, здебільшого, призводить до певних змін, тобто цей потенціал або зростає, або знижується. Ці зміни відбуваються внаслідок впливу на потенціал як суб'єктивних, так і об'єктивних факторів. Проте, з другого боку, дослідження показали, що є випадки, коли, незважаючи на зміни середовища, в яких формується і

використовується експортний потенціал, з часом він залишається незмінним. Тут йдеться про те, що коли експортний потенціал підприємства перебуває у стані відтворення, то він залишається незмінним з точки зору можливостей виробництва і реалізації підприємством продукції на експорт.

Висновки та перспективи майбутніх досліджень. Отже, експортний потенціал підприємства є невід'ємною його часткою. На підприємстві необхідно створити всі належні умови для виходу на зовнішній ринок та для здатності знаходитися на внутрішньому. Важливо максимально забезпечити такі умови експортного потенціалу, як економічні, політико-правові, соціальні, культурні, технічні, природно-кліматичні тощо.

Список використаної літератури:

1. *Авксентієва І.В.* Оцінка експортного потенціалу підприємства / *І.В. Авксентієва* // Економіка та держава : міжнародний науково-практичний журнал. – 2006. – 4. – С. 55–57.
2. *Бурлака О.О.* Розробка системи напрямків розвитку експортного потенціалу України / *О.О. Бурлака, Н.Я. Питель* // Збірник студентських наукових праць, присвячений 155-річчю з дня народження професора Левка Платоновича Симеренка. – 2010. – Ч. II. – С. 73.
3. *Піддубна Л.І.* Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / *Л.І. Піддубна* // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – 37. – С. 223–228.
4. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / *М.Портер*; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. – 715 с.
5. *Серова Л.П.* Управління експортним потенціалом підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / *Л.П. Серова*. – К., 2002. – 21 с.
6. *Юхименко В.В.* Експортний потенціал України / *В.В. Юхименко* // Політика і час. – 2001. – 12. – С. 35–41.

ЧЕРНИШ Ольга Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту ЗЕД Житомирського національного агроекологічного університету.

Наукові інтереси:

- перспективи розвитку регіональної інтеграції в агропродовольчому секторі економіки;
- європейська інтеграція, сучасні тенденції розвитку зовнішньоторговельних відносин.

ПИРОЖКОВА Анастасія Дмитрівна – студентка (магістр) Житомирського національного агроекологічного університету.

Наукові інтереси:

- принципи і методи управління підприємством;
- особливості маркетингового менеджменту в аграрній сфері;
- шляхи покращання експортного потенціалу підприємства.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2015.