

- удосконалення правових засад регулювання зовнішньоекономічних зв'язків туристичних підприємств, зокрема уніфікація державних стандартів туристичних послуг відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм, надання пільг для вітчизняних туристичних підприємств-експортерів послуг, надання статусу території з особливим режимом зовнішньоекономічної діяльності перспективним туристичним центрам України, створення правових засад транскордонного співробітництва в галузі туризму;

- підвищення рівня фінансування привабливих для іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури, передусім у регіонах із достатнім туристичним потенціалом та низьким рівнем його використання (Волинська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області);

- забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам шляхом проведення повної інвентаризації об'єктів туристичної інфраструктури, активного розвитку міжнародних пасажирських перевезень мережею міжнародних транспортних коридорів, стимулювання міжнародного франчайзингу, системи логістики в туризмі, істотної зміни системи підготовки кадрів тощо;

- створення національної туристичної рекламно-інформаційної мережі;

- стимулювання всебічного використання національними підприємствами туристичних ресурсів країни, переваг місце розташування шляхом створення державного кадастру туристичних ресурсів України та її регіонів, використання як традиційних на рекреаційно-оздоровчому та пізнавально-розважальному сегментах зовнішніх ринків туристичних ресурсів Кримського, Причорноморсько-Приазовського, Карпатського регіонів, Києва та Львова, так і нових ресурсів зеленого та екологічного туризму.

Отже, з зазначеного вище можна стверджувати, що необхідно розвивати та сприяти підвищенню ефективності функціонування туристичної сфери України через поліпшення структури та стимулювання вітчизняного туристичного ринку. Завдяки активізації розвитку внутрішнього туризму відбуватиметься зростання валютних надходжень до бюджетів різних рівнів, що призведе до економічного зростання країни в цілому.

### Література

1. Ложачевська О.М. Аспекти розробки стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / Ложачевська О.М. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009\\_3/Lojachevska\\_309.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_3/Lojachevska_309.htm)

2. Прейгер Д.К. Міжнародний туризм в Україні як форма інтеграційних комунікацій / Д.К. Прейгер, І.А. Малярчук // Стратегічна панорама. – 2005. – № 3. – С. 37–40.

Надійшла 18.05.2012; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

УДК 658.012.4: 339.654 (477)

М. М. ЧУБАР

Хмельницький національний університет

## МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Розглядаються різноманітні методи оцінки експортного потенціалу підприємства. Наведена специфіка оцінки експортного потенціалу підприємств різних галузей економіки. Висвітлено деякі недоліки існуючих методів оцінки експортного потенціалу підприємства*

*Different methods of evaluating the export potential of an enterprise are considered. The peculiarities of evaluating the export potential of enterprises of different branches of economy are shown. Some imperfections of the existing methods of evaluating the export potential of the enterprise are highlighted.*

*Ключові слова: експортний потенціал підприємства, методи оцінки, конкурентоспроможність, виробництво, ресурси.*

**Вступ.** Зовнішньоекономічна діяльність підприємств за умов членства України в СОТ набуває високого пріоритету для покращення економічної діяльності цих підприємств. Саме зняття або послаблення значної частини зовнішньоторгівельних бар'єрів для вітчизняних підприємств уможливує набуття ними нових можливостей до розширення та розвитку через освоєння нових іноземних ринків збуту власної продукції. Посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах СОТ означає, що вітчизняним підприємствам доведеться (і вже доводиться) розраховувати, здебільшого, на власні сили у конкурентній боротьбі з іноземними підприємствами як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

**Постановка проблеми.** У таких умовах як ніколи актуальне опанування та використання підприємствами усіх можливих шляхів удосконалення власної діяльності (зокрема, експортної). Це також означає, що підприємство, перед створенням або удосконаленням власної стратегії експортної діяльності, повинне визначити та оцінити внутрішні чи зовнішні, по відношенню до самого підприємства, чинники, які сприяють чи, навпаки, не сприяють здійсненню на підприємстві експортної діяльності. Оскільки створення визначеної стратегії передусім її безпосередньому втіленню в життя, визначаючи та оцінюючи параметри

впливу на експортну діяльність, фактично визначаємо та оцінюємо експортний потенціал підприємства. Проте єдиного методу чи методики оцінки експортного потенціалу підприємства не існує.

Експортна діяльність та експортний потенціал на рівні підприємства були предметом дослідження багатьох українських та зарубіжних вчених, серед них Л.А. Петренко, Л.С. Серова, А.О. Фатенок-Ткачук, М.Б. Швецова, Л.І. Михайлова, С.М. Козьменко, Т.М. Мельник, Д.В. Солоха, В.В. Дружиніна, Л.В. Різніченко, О.Ю. Слабоспицька, Є.О. Шелест, В.М. Соколовська, Л.І. Піддубна, О.Ю. Семікоп та інші. Оскільки значна частина науковців, що розробляли проблематику експортного потенціалу підприємства, тією чи іншою мірою торкалися питання його визначення та оцінки, на даний час існує велика кількість методів оцінки експортного потенціалу підприємства. Такий плюралізм підходів не дозволяє виробити єдину універсальну методику і вносить додаткову плутанину у вирішення даної наукової проблеми.

Метою дослідження є аналіз основних методів оцінки експортного потенціалу підприємства, що застосовуються на даний період у вітчизняній економіці, задля узагальнення та уточнення методологічного забезпечення для вирішення даної наукової проблеми.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Експортний потенціал підприємства являє собою, на нашу думку, здатність підприємства в умовах забезпеченості ресурсами виробництва, керуючись адекватною економічною стратегією розвитку віднайти і використати необхідні можливості для виробництва і реалізації оптимального для отримання максимального прибутку об'єму конкурентоздатних на міжнародних цільових ринках товарів, послуг та інших суспільних благ з дотриманням принципів недопущення шкоди національному господарству та економічній безпеці країни. Здебільшого, експортний потенціал суб'єкта економічної діяльності розглядається у якості головної передумови фактичного здійснення експортної діяльності підприємством, а його наявність – як наявність можливості до здійснення експортної діяльності на підприємстві, її початку [1].

Досліджувати експортний потенціал підприємства, на нашу думку, потрібно з визначення самої його наявності, що вимагає проведення оцінки експортного потенціалу на окремо взятому підприємстві і підводить нас до необхідності розгляду та аналізу методів оцінки експортного потенціалу підприємства.

Великий енциклопедичний словник дає наступне визначення методу: «Метод – (від грец. Methodos – шлях дослідження – теорія, вчення), спосіб досягнення якої-небудь мети, розв'язання конкретної задачі; сукупність прийомів або операцій практичного або теоретичного освоєння (пізнання) дійсності» [2].

Деякі дослідники взагалі сумніваються у можливості кількісної оцінки експортного потенціалу через надзвичайно велику кількість факторів, що на нього впливають та суб'єктивність самої категорії експортного потенціалу, а також відбору показників, за якими здійснюється його оцінка. Так, науковець Т. М. Мельник вважає, що у більшості випадків дослідження експортного потенціалу становить собою прогнозування товарної та галузевої структури експорту продукції на основі результатів аналізу динаміки експортування, його товарної та галузевої структури за періоди, що передували даті проведення дослідження. Дослідник обґрунтовує неможливість кількісної оцінки експортного потенціалу, спираючись на суб'єктивний характер даного поняття та відсутність прямого зв'язку між потенціалом та позицією підприємства на ринку. Поняття експортного, промислового чи виробничого потенціалу не використовуються серед дослідників Заходу.

У роботі автор стверджує, що підходи до оцінки експортного потенціалу різних суб'єктів бізнесу, які наведені у вітчизняній науковій літературі, базуються на припущенні, що внутрішня структура потенціалу визначається складом і співвідношенням його структурних елементів. Справді, заперечувати дане твердження означало б відкидати системний підхід за розгляду експортного потенціалу, тобто відмовлятися від уявлення експортного потенціалу у вигляді цілісної множини елементів з урахуванням співвідношень та взаємозв'язків між ними.

Складовими експортного потенціалу (ЕхП) є потенціал внутрішніх ресурсів (ПВР), потенціал зовнішнього ринку (ПЗР) та умови виходу на ринок.

Потенціал внутрішніх ресурсів науковець розуміє як функцію від техніко-технологічної бази (ТБ), кваліфікації кадрів (К), методів управління (М), фінансів (Ф), тобто:

$$\text{ПВР} = f(\text{ТБ}, \text{К}, \text{М}, \text{Ф}). \quad (1)$$

Головним критерієм доцільності експортування на конкретний ринок (наявності експортного потенціалу) є:

$$\text{ПВР} = \text{ПЗР}, \quad (2)$$

У іншому ж випадку, на думку науковця, експортна діяльність підприємства а даному ринку буде недоцільною. Т. М. Мельник під ПЗР розуміє вимоги зовнішнього ринку до підприємства. Та якщо ПЗР – це вимоги зовнішнього ринку для діяльності на ньому даного підприємства, то підприємство може ефективно діяти на ньому і за:

$$\text{ПВР} > \text{ПЗР}, \quad (3)$$

Умови виходу на ринок (УВР), за Т. М. Мельник, складаються з національних умов (торговельної політики країни, системи підтримки експортного виробництва) та зовнішніх умов (торговельного режиму країни експортування). Враховуючи умови виходу на ринок, Т. М. Мельник вважає, що ознакою наявності експортного потенціалу у суб'єкта бізнесу на конкретному ринку є:

$$E_{\text{П}}=f(\text{ПВР}, \text{ПЗР}, \text{УВР}) \text{ за умов, що: } \text{ПВР}=\text{ПЗР} \text{ і } \text{УВР} @ \text{max}, \quad (4)$$

З цим можна погодитись лише частково, оскільки, як було зазначено вище, у разі наявності експортного потенціалу на підприємстві ПВР може і перевищувати ПЗР (за трактування ПЗР як вимог зовнішнього ринку до підприємства).

Науковець наводить застереження щодо використання даної моделі: дослідження ПВР потрібно проводити лише відносно конкретного ринку та умов виходу на нього, визначати потенціал лише окремого товару або номенклатурної групи, пересвідчитись, що складові умови потенціалу порівнянні (за рахунок одночасності їх оцінювання), досягати поліваріантності у зіставленні ПВР та ПЗР. На основі цього в [3, с. 232–234] пропонується неможливість використання даної методики для оцінювання експортного потенціалу суб'єктів мезо- та макроекономіки, таких як галузь чи країна.

Науковець Д. В. Солоха, визначаючи теоретико-методичні основи оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового регіону, визначає експортний потенціал як такий, що визначається здатністю та можливостями вітчизняних підприємств (їх виробничим потенціалом) до виробництва продукції, що є конкурентоспроможною, а значить, насамперед, інноваційною. Експортний потенціал Д. В. Солоха розраховує наступним чином:

$$E_{\text{П}}=\text{ВП} \times K_{\text{к}}^{\text{інт}} \times K_{\text{п}}/K_{\text{пр}}, \quad (5)$$

Автор зазначає, що у даному методі експортний потенціал безпосередньо асоціюється з інноваційністю продукції, яка ототожнюється з її конкурентоспроможністю на певному зовнішньому ринку [4, с. 43]. Це не зовсім точне узагальнення, оскільки навіть продукція, що зовсім не має ознак інноваційності, наприклад, сталь, виготовлена у мартенівських печах є досить конкурентоспроможною на певних ринках. Відповідно, у наведеній дослідником формулі присутні коефіцієнти зовнішнього попиту та зовнішньої пропозиції, що, на нашу думку, чудово ілюструють наведене вище зауваження – на експортний потенціал товару підприємства значною мірою впливає також фактичний попит на товар та пропозиція аналогічної продукції з боку конкурентів підприємства.

Науковці С. М. Козьменко та С. І. Колосок, базуючись на результатах ґрунтовного кореляційного та багатовимірного факторного аналізу чинників, що можуть тією чи іншою мірою впливати на експортний потенціал, послідовно визначають формули, за якими можна розрахувати експортний потенціал країни, галузі, підприємства та окремого продукту.

Відповідно до створеної ними моделі, зростання обсягів експорту продукції підприємства, в першу чергу, спричинене зростанням обсягів власного капіталу підприємства, середньої кількості працівників, основних засобів та доходу (виручки) від реалізації продукції (у вигляді товарів, робіт чи послуг), в той час як зростання поточних та довгострокових зобов'язань підприємства (тобто, в тому числі, і обсяги залученого капіталу на підприємстві) позитивно впливають на експорт продукції підприємства лише до певної межі. С. М. Козьменко та С. І. Колосок пропонують наступну формулу для оцінки експортного потенціалу підприємств машинобудування:

$$E_{\text{пн}} = E_{\text{пкр}} \times I_{\text{п}} \times \beta = E_{\text{пкр}} \times \text{КП} \times \text{ОЗ} \times \text{ВК} \times \beta, \quad (6)$$

де  $E_{\text{пн}}$  – експортний потенціал підприємства, грош. од.;

$I_{\text{п}}$  – інтегральна оцінка експортної конкурентоспроможності підприємства;

КП – зважена середня кількість працівників підприємства;

ОЗ – зважені основні засоби підприємства;

ВК – зважений власний капітал;

$\beta$  – поправочний коефіцієнт [5].

Науковці В. В. Дружиніна та Л. В. Різніченко, вивчаючи експортний потенціал машинобудівного підприємства, формують основну мету аналізу експортного потенціалу – вивчення попиту на продукцію, що виробляється підприємством і формування портфеля замовлень

В.В. Дружиніна та Л. В. Різніченко, погоджуючись з іншими науковцями, метою оцінки експортного потенціалу вважають визначення обсягу (кількості) продукції, яка може бути експортована. Для цього вони використовують наступні формули:

$$E_{\text{П}} = \text{ПП} \times K_{\text{кон}} \times K_{\text{п}} \times K_{\text{пр}}, \quad (7)$$

де ЕП – експортний потенціал;

ПП – виробничий потенціал;

$K_{\text{кон}}$  – коефіцієнт конкурентоспроможності продукції;

$K_{\text{п}}$  – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахування конкретної країни експортування);

$K_{\text{пр}}$  – коефіцієнт пропозиції на світовому ринку (з урахуванням конкретної країни експортування);

Виробничий потенціал дослідники обчислюється наступним чином:

$$\text{ПП} = \text{РП} + K_{\text{тех}} + \text{П}_{\text{пер}} + \text{П}_{\text{інф}}, \quad (8)$$

де РП – ресурсний потенціал;

$K_{\text{тех}}$  – коефіцієнт технології виробництва;

$\text{П}_{\text{пер}}$  – потенціал переробних виробництв;

$\text{П}_{\text{інф}}$  – потенціал виробничої інфраструктури.

Ресурсний потенціал у праці дослідників обраховується так:

$$\text{РП} = \text{I} + \text{ТР} + \text{МТР} + \text{П}_{\text{рз}}, \quad (9)$$

де I – сума інвестицій;

ТР – трудові ресурси (у вартісній формі);

МТР – матеріально-технічні ресурси (сукупність основних і обігових засобів у виробництві);

$\text{П}_{\text{рз}}$  – сукупність підприємницьких рис менеджерів, що організують виробництво.

Через те, що деякі елементи експортного потенціалу виражені у вартісній формі, дослідники вважають за можливе дещо скоротити кінцеву формулу обрахунку експортного потенціалу, що набуває наступного вигляду:

$$\text{ЕП} = (\text{I} + \text{ТР} + \text{МТР}) \times K_{\text{кон}} \times K_{\text{п}} \times K_{\text{пр}}, \quad (10)$$

І нарешті, дослідники пропонують на початку оцінки наявного експортного потенціалу визначити виробничий потенціал та ступінь його залежності від факторів виробництва (з огляду на те, що експортна продукція є лише часткою загального обсягу виробленої на підприємстві продукції):

$$Y = a \times x_1 + b \times x_2 + c \times x_3, \quad (11)$$

де  $a, b, c$  – коефіцієнти множинної регресії;

$x_1$  – оцінка робочої сили;

$x_2$  – інвестиції;

$x_3$  – активи підприємства [6, с. 248–249].

Як бачимо, вплив маркетингу на експортний потенціал підприємства окремо не виділяється, хоч можна зробити припущення, що він частково залежить від підприємницьких рис організаторів виробництва, а також, до деякої міри, відображений у коефіцієнтах попиту та пропозиції на продукцію підприємства та аналогічну їй для кожного окремо розглядуваного закордонного ринку збуту. Метод оцінки експортного потенціалу машинобудівного підприємства В. В. Дружиніної та Л. В. Різніченко базується на методі обчислення експортного потенціалу підприємства АПК О. І. Попова.

О. І. Попов, визначаючи експортний потенціал підприємства АПК, користується такими характерними для АПК категоріями, як агро-ресурсний потенціал (АрП), природно-ресурсний потенціал (ПрП), біопотенціал (БП), потенціал ґрунтів (ПГ), кліматичний потенціал (Кл), потенціал водних ресурсів (Вр), потенціал рослин (Пр), потенціал тварин (Пт), потенціал мікросвіту (Пм). Експортний потенціал О. І. Попов обраховує наступним чином:

$$\text{ЕП} = \text{ПП} \times K_{\text{кон}} \times K_{\text{п}} \times K_{\text{пр}},$$

$$\text{ПП} = \text{АрП} + K_{\text{тех}} + \text{П}_{\text{пер}} + \text{П}_{\text{інф}}, \quad (12)$$

$$\text{АрП} = \text{ПрП} + \text{ТР} + \text{МТР} + \text{П}_{\text{рз}}, \quad (13)$$

$$\text{ПрП} = \text{БП} + \text{ПГ} + \text{Кл} + \text{Вр}, \quad (14)$$

$$\text{БП} = \text{Пр} + \text{Пт} + \text{Пм}, \quad (15)$$

$$\text{ЕП} = (K_{\text{тех}} + \text{П}_{\text{пер}} + \text{П}_{\text{інф}} + \text{ТР} + \text{МТР} + \text{ПрЗ} + \text{ПГ} + \text{Кл} + \text{Вр} + \text{Пр} + \text{Пт} + \text{Пм}) \times K_{\text{кон}} \times K_{\text{п}} \times K_{\text{пр}}, \quad (16)$$

Далі О. І. Попов пропонує, аналогічно до В. В. Дружиніної та Л. В. Різніченко, визначити виробничий потенціал підприємства АПК (у даному випадку – з 1 га землі) та його залежність від факторів виробництва, а також обчислити частку продукції, що буде експортуватись [7].

**Висновки та невирішені частини проблеми.** Таким чином, розглянувши наявні в сучасній науковій літературі методи оцінки експортного потенціалу підприємства, можемо констатувати, що єдиної методики обчислення експортного потенціалу на рівні підприємства у вітчизняній науці не існує. У більшості розглянутих методів за основу проведення обчислень беруться можливості підприємства з виробництва продукції за певної забезпеченості ресурсами. Обов'язково враховується не лише обсяг виробленої продукції, але й її конкурентоспроможність (чи у вигляді коефіцієнтів попиту та пропозиції на продукцію, чи як інтегральний показник конкурентоспроможності, або ж як елемент потенціалу зовнішнього ринку, що розглядається як сукупність вимог даного ринку до діяльності підприємства) на окремо розглядуваному ринку збуту. Невирішеною ж частиною загальної проблеми залишається створення власного методу оцінки та обчислення експортного потенціалу вітчизняного підприємства з урахуванням належності його до певної галузі економіки. Створення такого методу стане метою наших подальших наукових досліджень.

### Література

1. Серова Л.П. Управління експортним потенціалом підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / Серова Людмила Петрівна. – К., 2002. – С. 20, 22, 28–29.
2. Академік : інтернет-збірник слівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/196602>
3. Мельник Т.М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т.М. Мельник // Міжнародна економічна політика: наук. журнал, 2009. – № 8–9. – С. 221–245.
4. Солоха Д.В. Теоретико-методичні основи оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового регіону / Д.В. Солоха // Економіка розвитку, 2010. – № 4 (56). – С. 42–44.
5. Козьменко С.М. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування [Електронний ресурс] / С.М. Козьменко, С.І. Колосок // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=422>
6. Дружиніна В. Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності / В.В. Дружиніна, Л.В. Різніченко // Актуальні проблеми економіки, 2010. – № 7 (109). – С. 246–253.
7. Попов О.І. Підвищення ефективності формування і використання експортного потенціалу підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка підприємств і організація виробництва» / О.І. Попов. – Сімферополь, 1998. – С. 5–6.

Надійшла 18.05.2012; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

УДК 658.012

К. Ю. КВАТЕРНЮК  
Хмельницький національний університет

## ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

*У статті проаналізовано стан розвитку машинобудівної галузі Хмельницької області та здійснено оцінку її експортного потенціалу.*

*The author analyses the development of engineering industry in Khmelnytsky region and estimates its export potential.*

*Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експортний потенціал, машинобудування, підприємство, тенденції розвитку, промисловість.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** В сучасних умовах господарювання, що характеризуються глобалізацією, поглибленням міжнародного поділу праці та відкритістю економіки, спостерігається поступова активізація діяльності суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках. Зовнішньоекономічні зв'язки стають все більш помітною складовою діяльності вітчизняних підприємств. Збільшується інтерес до економічного, виробничого та науково-технічного співробітництва з партнерами із зарубіжних країн.

Зовнішньоекономічна діяльність машинобудівних підприємств стимулює впровадження досягнень науки і техніки, посилює конкурентні позиції підприємств та забезпечує підвищення ефективності їх виробничої діяльності.

Саме тому доцільним є впровадження раціональної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств за умов сучасної конкуренції, оскільки вона перетворюється в сучасний імператив