

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Чечетова Н.Ф., д-р екон. наук, Григоришук А.О., магістр Харківський національний університет міського господарства ім. О.М.Бекетова

На сучасному етапі розвитку економіки країни питанням розвитку експортного потенціалу підприємств приділяється значна увага. В своїх роботах багато дослідників відзначають важливість та затребуваність розвитку експортного потенціалу підприємства як основи модернізації економіки країни в цілому.

Вагомий внесок у розробку теоретичних та методологічних основ розвитку експортного потенціалу зробили як зарубіжні вчені, так і вітчизняні науковці: А. А. Мазаракі, Л. І. Піддубна, І. І. Дахно, Г. В. Бабіч, В. М. Барановська, З. М. Борисенко та інші.

Діагностика рівня експортного потенціалу підприємства є першим і необхідним кроком при плануванні освоєння зовнішнього ринку. Рішення про вихід товарів на зовнішні ринки передбачає оцінку на відповідність вимогам міжнародних ринків самого підприємства та продукції, яка виробляється на підприємстві.

Діагностика експортного потенціалу підприємства має включати наступні етапи:

аналіз і оцінка власних експортних можливостей підприємства, зокрема, аналіз фінансового стану, аналіз технологічних переваг, кадрового потенціалу, наявності державних та регіональних програм підтримки експортерів в регіоні;

оцінку стану міжнародного ринку та ринку тієї держави куди планується експорт продукції: наявність та позиції конкурентів на обраному ринку, умови, необхідні для виходу на обраний ринок тощо;

оцінку конкурентоспроможності продукції, що виробляється на обраному ринку: аналіз необхідного рівня якості продукції, ціноутворення, виявлення резервів зниження собівартості продукції.

Водночас, для оцінки рівня експортного потенціалу підприємства слід визначити методи оцінки експортного потенціалу та інструменти оцінки експортного потенціалу.

Найбільш поширеною є методика побудови економіко-математичної моделі лінійного програмування. Ця методика дає можливість всебічно оцінити експортний потенціал та оптимізувати випуск зовнішнього та внутрішнього об'ємів продукції. Водночас, вона складна у розрахунках та тлумаченні отриманих результатів.

Методика побудови рівняння множинної регресії дозволяє виявити взаємозв'язок між чинниками виробництва з урахуванням ймовірності їх впливу на кінцевий результат. Проте така методика свого часу була розроблена для підприємств АПК і її застосування для промислових підприємств потребує певної адаптації.

Графоаналітична модель діагностики експортного потенціалу підприємства чітко відображає динамічні зміни того чи іншого показника, та її

відмінністю є легкість у розрахунках. Проте така методика може використовуватися тільки як ілюстрація певних розрахунків [1].

Заслуговує на увагу методика, яка використовується для оцінки експортного потенціалу лісопромислового комплексу. Це побудова 5-тиблочної системи оцінки, яка дозволяє виділити складові, що негативно впливають на ефективність використання експортного потенціалу та перевірити побудовану модель на адекватність. Ця методика також потребує певного адаптування у разі її застосуванні до підприємств промисловості [2].

Використовуючи методику витратного підходу можна здійснити повний аналіз витрат на виробництво експортної продукції. Недолік цієї методики полягає в тому, що розрахунки здійснюються на конкретну дату отримання прибутку, і, таким чином, в розрахунках відсутня динаміка [3].

Також при оцінці рівня експортного потенціалу пропонується використовувати його якісну і кількісну характеристики. Кількісну оцінку експортного потенціалу промислового підприємства пропонується визначати як відношення обсягу експорту продукції, робіт промислового характеру, послуг, нематеріальних активів до обсягу продажів на внутрішньому ринку. Натомість, якісна характеристика експортного потенціалу промислового підприємства представляє собою систему показників, до яких належать рівень сертифікації продукції, послуг, бізнес-процесів підприємства, ступінь брендування продукції, послуг, щорічний темп приросту вартості підприємства, частка інноваційних нематеріальних активів в структурі активів підприємства, рівень імпортозаміщення при застосуванні імпортних комплектуючих тощо. Водночас у випадку використання такої методики також неможливо всебічно оцінити експортний потенціал підприємства [3].

За результатами проведеної діагностики підприємство може прийти до наступних висновків. По-перше, експортний потенціал незначний, рівень конкурентоспроможності продукції низький, підприємству необхідно утриматися від виходу на зовнішній ринок. По-друге, експортний потенціал може бути середнім, оскільки мають місце певні проблеми та складнощі і існує ряд проблем, труднощів, водночас вони можуть бути вирішені в найближчий час. По-третє, експортний потенціал може бути достатній. В такому разі рівень конкурентоспроможності продукції задовольняє потребам обраного ринку і вихід на міжнародний ринок вже можливий найближчим часом і продукція буде затребувана ринком.

Дослідивши методичні підходи до оцінки експортного потенціалу можна дійти висновку, що загальноприйнята методика його визначення відсутня. Це, в першу чергу, пов'язано з неможливістю кількісної оцінки експортного потенціалу через певну суб'єктивність цього поняття, відсутністю прямої залежності між потенціалом і ринковою позицією фірми, а тим більше – країни. Крім того, відсутність у пропонованих методиках практичних розрахунків пояснюється складністю отримання інформації про діяльність фірм-конкурентів. Інформацію також важко отримати в силу високої динаміки кон'юнктури ринку. Адже розрахунки, які виконані сьогодні, на завтра вже будуть невірними в силу зміни валютного курсу (що дуже важливо для

визначення ціни продукції, що експортується) або фондових індексів, що (при несприятливій кон'юнктурі) може послабити фінансові позиції експортера [4].

Серед інструментів, які використовуються для діагностики рівня експортного потенціалу, можна виділити три групи: кількісні показники, параметричні показники та оцінку експертів різних галузей діяльності підприємств машинобудування. Такий поділ інструментів оцінки експортного потенціалу підприємства є досить умовним.

До першої групи інструментів належать кількісні показники, які ґрунтуються на застосуванні різних статистичних даних та коефіцієнтів для аналізу виробничої діяльності, фінансового стану, ефективності інвестицій, фондовіддачі тощо. Найбільш інформативними показниками вважаються ті, що відображають реальний обсяг проданої на міжнародному ринку продукції.

Порівняльні параметричні показники належать до другої групи інструментів та ґрунтуються, зазвичай, на оцінці первинної інформації у випадку вибору параметрів порівняння та з'ясування думки споживачів, продавців, постачальників щодо цих параметрів. Перевагою використання цього інструменту є швидкість і відносна дешевизна, але, в той же час, існує небезпека суб'єктивності та неточності висновків, оскільки складно простежити вплив порівнюваного параметру саме на потенціал конкретного підприємства, та складно будувати прогноз щодо його розвитку.

Третя група інструментів - оцінка за допомогою експертів, а також рейтингова оцінка, а саме отримання інформації та відомостей шляхом інтерв'ювання незалежних експертів в різних галузях та менеджерів підприємств.

Використання того чи іншого набору інструментів визначається рівнем рішень, що потребують вирішення: оперативних, тактичних або стратегічних [5].

Список використаної літератури:

1. Дахно І. І., Бабіч Г. В., Барановська В. М. Зовнішньоекономічний менеджмент. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 568 с.

2. Денисова А. Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества: моногр. / А. Л. Денисова, Т. М. Уляхин / под науч. ред. А. Л. Денисовой. – Тамбов: Изд. Тамб. гос. техн. ун., 2006. – 120 с.

3. Ємельянов С. США: Міжнародна конкурентоспроможність національної промисловості. – М.: Міжн. відн., 2001. – 405 с.

4. В. І. Блонська, Н. Т. Депа «Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції» [Електронний ресурс] / В. І. Блонська, Н. Т. Депа // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20. – С. 115-120.

5. Борисенко З. М. Основи конкурентної політики: Підручник. – К.: Таксон, 2004. – 704 с.