

*Шкрібляк Н.В., магістрант,
Михайлишин Л.І., к.е.н., доцент,
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах кризового стану майже в усіх сферах національного господарства України, експорт є стабілізуючим фактором, який сприяє розв'язанню першочергових економічних та соціальних проблем. Крім того, експорт у цілому виконує роль акумулятора передумов майбутнього оздоровлення економіки нашої держави та переходу до фази активних структурних перетворень. За цих умов, стимулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності стає важливим державним пріоритетом, а проблеми розробки ефективних механізмів нарощування експортного потенціалу підприємств набуває особливої актуальності.

Сучасна економічна наука свідчить про суттєві переваги та вигоди участі країни в міжнародному поділі праці, що пов'язується з використанням потенціалу експортного сектору економіки. На практиці прослідковується прямо пропорційна залежність між рівнем розвитку експортного потенціалу та ефективним функціонуванням економіки країни. Як правило рівень розвитку внутрішньої економіки тим вищий, чим потужнішим потенціалом володіє держава, і навпаки [2].

Сформована і функціонуюча у даний час на вітчизняних підприємствах структура управління експортним потенціалом, побудована на функціональній основі і не пристосована до жорсткої конкуренції на зовнішньому ринку. У зв'язку з цим, більша частина експортоорієнтованих підприємств України потребують розробки комплексної стратегії виходу на зовнішній ринок і підвищення ефективності управління цією діяльністю. Такий підхід в системі менеджменту, здебільшого, розглядається як загальні положення в діяльності і розраховані на довгострокове впровадження. Важливо зауважити, що алгоритм обґрунтування стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства повинен бути заснований на принципі визначення цілей і засобів розвитку, а тому повинен включати такі етапи:

Етап 1. Визначення цілей розвитку експортного потенціалу підприємства: встановлення актуальності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, оцінка власної компетентності щодо обґрунтування стратегії, визначення стратегічної мети розвитку експортного потенціалу й географічне проєкціювання (декомпозиція) цілей розвитку.

Етап 2. Обґрунтування засобів розвитку експортного потенціалу: впровадження змін до виробничої політики, зумовлене цілями розвитку експортного потенціалу, нововведення в системі управління персоналом, зміни в системі фінансового менеджменту та обґрунтування нових принципів управління реалізацією.

Етап 3. Прийняття рішення щодо просторово - часових параметрів реалізації стратегії: визначення допустимого часового лагу між формулюванням стратегії і моментом її безпосередньої реалізації, синхронізація внутрішніх функцій підприємства і корекція часової перспективи, уточнення діапазону допустимої модифікації стратегії з огляду на місце її реалізації, ринкова синхронізація етапів реалізації стратегії і врахування часу на підготовку менеджменту. Здійснення тих чи інших стратегічних перетворень проводиться як правило за своєрідними моделями [3]:

1. Компенсаторна модель (Випереджальний позитивний розвиток);
2. Оптимізуюча модель (Співмірний позитивний розвиток);
3. Стимулююча модель (Відстаючий переважно позитивний розвиток);

Практичне застосування тієї чи іншої моделі для розвитку експортного потенціалу підприємства передбачає формування відповідної системи управління, що включає визначену послідовність етапів посиленої уваги до певних параметрів системи експортного потенціалу підприємства.

З метою зниження економічних ризиків, а також розосередження капіталу між різними об'єктами вкладень, в експортній діяльності підприємства можуть застосовувати різні види диверсифікації діяльності, як напряду розширення експортного потенціалу підприємства. Серед напрямів диверсифікації можна виокремити такі складові [1]:

а) банківські активи, тобто розміщення їх серед можливо більшого числа позичальників з метою скорочення кредитного ризику, пов'язаного з нездатністю окремих позичальників повернути кредит;

б) валютні резерви банків і держави шляхом включення до них (резерви) різних валют з метою безперебійного забезпечення розрахунків і захисту їх від валютних ризиків;

в) інвестиції, тобто розосередження їх по різних сферах вкладення і на різні терміни (довгострокові, короткострокові) з метою мінімізації втрат, пов'язаних з можливими змінами умов кон'юнктури світового і внутрішнього ринків;

г) вкладень в цінні папери, тобто розподіл наявного капіталу на покупку різних цінних паперів за видами, галузями, термінами погашення з метою зниження економічних ризиків;

д) продукція, що випускається, тобто розширення числа модифікацій однієї і тієї ж продукції з метою утримання завойованих позицій на даному сегменті ринку;

е) виробництво, тобто одночасне розвиток багатьох, не пов'язаних між собою видів виробництв з метою завоювання нових ринків збуту продукції, зниження можливих ризиків, пов'язаних із можливим скороченням попиту на який-небудь раніше освоєний вид виробництва;

ж) економічна діяльність, тобто розширення активності великих фірм, об'єднань, підприємств і цілих галузей, що виходить за рамки основного бізнесу, з метою забезпечення ефективності роботи, зміцнення свого становища на різних ринках;

з) імпорт, тобто розосередження закупівель сировини, продовольства, технологій між різними джерелами (країнами) з метою ослаблення критичної залежності від якогось одного джерела поставок.

Отже експортний потенціал являє собою багатогранну динамічну категорію, ефективне функціонування якої забезпечує численні вигоди як для самого підприємства, так і економіки в цілому. У зв'язку з цим, забезпечення експортного потенціалу підприємств повинно передбачати комплекс якісних стратегічних дій і ефективного моделювання. Важливим інструментом забезпечення експортного потенціалу підприємства в глобальному економічному середовищі є диверсифікація. Диверсифікація експорту означає збільшення кількості видів і найменувань продукції і послуг, призначених для експорту. Вона створює умови для господарського маневру, що підвищує експортний потенціал, розширює можливості подолання негативного впливу на економіку несприятливої господарської кон'юнктури.

Література

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь 4-е изд., перераб. и доп. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 480 с.
2. Сличішин П.П. Експортний потенціал підприємства: концепція механізму формування та реалізації / П.П. Сличішин // Зовнішня торгівля: проблеми та перспективи: зб. наук. праць. — К.: УАЗТ, 2009 – Вип. 4. Ч. 1.
3. Фомишин С.В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: учеб. пособ. – Херсон: Олди-плюс, 2002. – 560 с.