

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
“КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА”**

На правах рукопису

Петренко Людмила Анатоліївна

УДК 658.8:338.459.5:339.564

РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

(за матеріалами молокопереробних підприємств України)

Спеціальність 08.00.04. – Економіка та управління підприємствами

(за видами економічної діяльності)

Дисертація

на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Науковий керівник:

Швиданенко Генефа Олександрівна -

кандидат економічних наук, професор

Київ – 2007

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ, ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу підприємства.....	9
1.2. Методичні засади оцінки експортного потенціалу підприємства.....	34
1.3. Розвиток експортного потенціалу підприємств: фактори та пріоритети.....	59
Висновки до розділу 1.....	80
 РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОКО-ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	 82
2.1. Комплексна характеристика умов формування експортного потенціалу підприємств	82
2.2. Аналіз експортного потенціалу підприємств з урахуванням впливу показників господарської діяльності.....	115
2.3. Аналітична оцінка використання експортного потенціалу підприємств та тенденції його розвитку.....	144
Висновки до розділу 2.....	164

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО

ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ..... 166

3.1. Вибір перспективної стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств..... 166

3.2. Обґрунтування моделей розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств України..... 184

3.3. Передумови та ефективність впровадження моделей розвитку експортного потенціалу підприємств..... 200

Висновки до розділу 3..... 211

ВИСНОВКИ..... 213

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 216

ДОДАТКИ

ВСТУП

Сучасний розвиток суб'єктів світової економічної системи відбувається в умовах глобалізації ринків товарів і послуг, тому участь країни в міжнародному переміщенні факторів виробництва і продуктів споживання та місце її на світовому ринку є ознакою рівня розвитку її господарства. Потoki експорту, які генерує країна, визначаються експортним потенціалом підприємств.

Науковий інтерес до проблемних питань управління розвитком експортного потенціалу промислових підприємств визначає необхідність дослідження накопиченого теоретичного досвіду. Витоки наукового осмислення проблеми прослідковуються в працях Томаса Мана, Давида Рікардо, Фрідріха Листа, Йозефа Шумпетера. Вагомий вклад в дослідження проблеми зроблено такими вченими, як К.Г. Воблій, С.Г. Струмилін, В.С. Немчинов, О.І. Анчишкін, Л.І. Абалкін, В.М. Архангельський. В останні десятиріччя наукові та прикладні питання розвитку експортного потенціалу перебували в центрі уваги багатьох науковців: П.П. Стичишина, О.О. Кириченка, Г.Б. Крушницької, Т.І. Ломаченко та інших. Традиційно в полі зору наукових досліджень знаходяться проблемні аспекти експортної політики на рівні національної економіки, регіонів та галузей, тоді як теоретичним, методологічним і прикладним питанням розвитку експортного потенціалу промислових підприємств не приділяється достатньої уваги. Зокрема відсутній системний підхід до діагностування експортного потенціалу підприємства, недостатня увага приділяється стратегічним аспектам його розвитку та вдосконаленню моделей управління ним.

Теоретико – методологічне та прикладне значення вирішення вказаних проблем зумовлює актуальність обраної теми, визначає мету, завдання та логіко-структурну побудову дисертації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконана у відповідності з планами науково-дослідних робіт Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана (тема: "Сучасний розвиток і система управління підприємствами (об'єднаннями) у ринкових умовах господарювання", реєстраційний номер 0100U004558). Автором самостійно розроблено підрозділ "Управління розвитком експортного потенціалу підприємства" розділу "Аналіз потенціалу промислових підприємств України”.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертації є розробка теоретико-методичних засад й інструментарію управління розвитком експортного потенціалу підприємств та надання практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності його використання молокопереробними підприємствами України.

У відповідності з метою, в роботі поставлено і вирішено наступні *завдання*:

- визначено передумови та фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу підприємства та удосконалено класифікацію проявів експортного потенціалу підприємства;
- обґрунтовано основні організаційно-економічні елементи механізму управління розвитком експортного потенціалу підприємства;
- запропоновано методи вимірювання експортного потенціалу підприємства для обґрунтування процесів розвитку молокопереробних підприємств України;
- здійснено діагностику рівня розвитку експортного потенціалу підприємств галузі з врахуванням тенденцій світового ринку;

- обґрунтовано алгоритм вибору стратегії розвитку експортного потенціалу і напрямки оптимізації процесів функціонування відповідних складових потенціалу підприємства;
- розроблено рекомендації щодо створення, удосконалення та оцінки ефективності системи управління розвитком експортного потенціалу різних стратегічних груп підприємств галузі.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку експортних можливостей підприємства.

Предмет дослідження – система управління розвитком експортного потенціалу підприємств.

Методи дослідження. Теоретичну основу роботи складає система загальнонаукових і спеціальних методів, що дозволяють вирішувати проблемні наукові завдання. В ході обґрунтування теоретичних основ роботи використовувались методи абстрагування, порівняння, аналізу та синтезу, формалізації, моделювання та ін. Отримані прикладні результати ґрунтуються на методах інтерполяції, екстраполяції, системної оптимізації, індексному методі статистичного аналізу і методах вимірювання та оцінки потенціалу підприємств.

Інформаційну базу дослідження складають наукові монографії, статті зарубіжних і вітчизняних вчених, нормативно-правові акти, що регулюють діяльність підприємства на державному та міжнародному рівнях, статистичні матеріали за проблематикою дисертації, матеріали підприємств, інформаційних агенцій та Інтернету.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в наступному:

вперше:

- запропоновано алгоритм обґрунтування стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства та визначено сукупність критеріїв побудови перспективної моделі розвитку експортного потенціалу;

- розроблено складові процесу управління розвитком експортного потенціалу підприємства та принципи функціонування системи управління у відповідності до запропонованих моделей розвитку експортного потенціалу підприємств;

удосконалено

- організаційно-економічний механізм управління потенціалом підприємства відповідно до потреб розвитку його експортної складової;
- методи вимірювання рівня розвитку експортного потенціалу відповідно до процесної концепції розвитку;

одержали подальший розвиток

- концептуальні засади визначення впливу рівня розвитку експортного потенціалу на ефективність діяльності підприємства;
- інструментарій моніторингу і прогнозування стану та структури експортного потенціалу підприємства.

Практичне значення отриманих результатів. Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці й обґрунтуванні напрямків удосконалення системи управління розвитком експортного потенціалу на молокопереробних підприємствах. Основні наукові положення дисертації доведені до рівня методичних узагальнень і прикладного інструментарію, що дає змогу оптимізувати діяльність молокопереробних підприємств за умов динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища їх функціонування шляхом впровадження відповідних моделей управління розвитком експортного потенціалу підприємств. Завдяки універсальності запропонованої технології прикладні розробки можуть використовуватися в управлінні підприємствами різних сфер бізнесу.

Прикладне значення розробок підтверджується їх впровадженням у практику діяльності конкретних молокопереробних підприємств. Отримані автором результати використані у діяльності асоціації „Укрмолпром” (довідка № 47–1/267 від 29.01.2007 р.) та ВАТ "Шосткинський

міськмолкомбінат" (довідка № 18 від 25.01.2007 р.). Загальні науково-методичні положення та результати дослідження знайшли відображення у навчальному курсі „Управління потенціалом підприємства” та „Економіка підприємства” (10 кредитів), що викладаються у ДВНЗ „Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана” (довідка від 22.01.2007 р.)

Особистий внесок здобувача. Дисертація є одноосібно виконаною науковою працею. Наукові статті підготовлені автором особисто і відображають основний зміст дослідження.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, результати, висновки та пропозиції роботи доповідались на Міжнародних науково-практичних конференціях:

- „Економіка підприємства: теорія і практика” (Київ, 23-24 березня 2006р.);
- „Динаміка наукових досліджень, 2005” (Дніпропетровськ, 20-30 червня 2005 р.);
- „Розвиток обліку і аудиту як основи інформаційно – аналітичної системи підприємства” (Харків, 17-18 листопада 2005 р.);
- „Наука і освіта, 2005” (Дніпропетровськ, 7 – 21 лютого 2005р.).

Публікації. За результатами виконаних досліджень опубліковано вісім наукових праць загальним обсягом 2,65 д.а., які належать особисто автору, зокрема, 4 праці у наукових фахових виданнях загальним обсягом 1,9 д.а., 4 – в інших виданнях загальним обсягом 0,75 д.а.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ, ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу підприємства

Спостереження за функціонуванням будь-якої природної чи штучної системи обов'язково призводить до висновку про залежність результату діяльності від її (системи) стану та властивостей. Прояв зазначеної закономірності носитиме ймовірнісний характер, що пов'язано з нестійкістю (періодичною чи неупорядкованою) дії внутрішніх і зовнішніх факторів на систему. Водночас він свідчить про можливість корегування наслідку функціонування системи шляхом впливу на її властивості. Важливість отримання конкретного результату спонукає до пошуку форми взаємозалежності між властивостями діючого об'єкта і характеристиками підсумкового показника його роботи, до застосування заходів щодо формування і розвитку здатності досягати поставленої мети.

Здатність досягати мети системами різних рівнів і сфер функціонування часто ототожнюється з категорією „потенціал”:

- в фізиці під потенціалом розуміють характеристику векторних полів; різниця потенціалів двох точок поля визначає роботу, яку здійснить тіло, рухаючись з однієї точки в іншу [161, с. 579];

- в біології вирізняють поняття „потенціалу дії” і „потенціалу спокою” клітини як здатність мембрани і цитоплазми до швидкої зміни (стабільності) електричного потенціалу [143, с. 481 - 482];

- в хімії існує „потенціал іонізації”, який характеризує здатність хімічного елементу (речовини) до втрати або придбання електронів [166, с. 227, с. 475].

Спільними рисами потенціалів природних систем є, по-перше, їх об’єктивність; по-друге, несуперечність розуміння сутності категорії (як прояв єдності навколишнього світу), а значить придатність до вимірювання фізичними величинами, які можуть бути взаємно перетворені в залежності від цільового орієнтиру управління природною системою.

З природничих і точних наук термін „потенціал” поширився на суспільні науки, зазнавши при цьому відповідних змін:

- розширення наукових уявлень про феномен потенціалу як складну багаторівневу систему;

- суб’єктивізації змісту (а як наслідок її – утворення напрямків і шкіл), постійного руху думки в пошуку більш об’єктивної основи для означення сутності;

- втрати ідеї єдиного (фізичного) вимірника, з чого випливають складності в побудові системи потенціалів і в рамках окремої науки, і на співвідносному рівні між науками;

- заміни категорій „характеристика”, „величина” і т.п. у визначенні потенціалу на „система факторів”, „сукупність альтернатив”, „визначальні ресурси”, що пов’язано з порівняно меншою придатністю суспільних систем до математичного вимірювання і моделювання¹.

Зазначені тенденції в жодному разі не заперечують доцільність застосування потенціалу як категорії економічних знань, а лише окреслюють специфіку суспільнонаукової термінології. Етимологічно термін „потенціал” походить від латинського „potentia” і означає „сила, міць” [30, с. 732]. У Великій Радянській Енциклопедії наводиться визначення потенціалу як „засобів, запасів, джерел, що є в наявності і можуть бути іммобілізовані задля

¹ «Алгоритмизации и математическому исследованию поддаются в настоящее время менее 1% реально существующих систем.» [57,с.37].

досягнення певних цілей” [29]. Таке широке трактування значення потенціалу дозволяє застосовувати його для означення сукупності засобів та можливостей в будь – якій області. Великий Економічний словник звужує область значень, окреслюючи потенціал економічний як „сукупну здатність економіки країни, її галузей, підприємств, господарств, здійснювати виробничо-економічну діяльність, випускати продукцію, товари, надавати послуги, задовольняти запити населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва та споживання” [30, с. 732], підкреслюючи при цьому, що економічний потенціал країни визначається її природними ресурсами, засобами виробництва, трудовим та науково-технічним потенціалом, накопиченим національним багатством.

На сьогодні термін „потенціал” прикладається до різномірних економічних об’єктів: від країн і регіональних економіко-політичних об’єднань, таких як ЄС або НАФТА, до підприємств і навіть їх окремих підрозділів. Ми спробували прослідкувати, як поняття потенціалу у вітчизняній науці поступово змінювало сферу застосування з означення масштабних економічних об’єктів до середніх і елементарних (рис 1.1). Хронологія зазначених визначень не є абсолютним орієнтиром процесу формування поняття потенціалу підприємства. Але вона підтверджує переважно дедуктивний шлях видозмінення терміна і ескалацію інтересу до потенціалу мікроекономічних структур починаючи з 80-х рр. ХХ ст.

Різні автори в ході побудови власних концепцій потенціалу підприємства включали до його складу різні ресурси [10; 15]: А.І.Анчишкін – набір ресурсів, які в процесі виробництва набувають форми факторів виробництва; Т.С.Хачатуров – виробничі фонди та кваліфіковані кадри; Е.Б.Фігурнов – ресурси робочої сили, засобів та предметів праці, створені людиною, а також задіяні у виробництво запаси корисних копалин ; С.А.Хейнман – виробничий апарат і рівень технології, природні ресурси та матеріально сировинний баланс, існуючу систему комунікацій, техніку, організацію і систему утримання, переробки і переміщення інформації,

науково-технічний потенціал. Є.А. Сущенко охарактеризував потенціал підприємства як сукупність стратегічних ресурсів, якими розпоряджається підприємство, що мають визначальне значення для можливостей і меж функціонування підприємства [153, с. 239 – 244]. Всіх їх об'єднує ресурсний підхід до визначення потенціалу підприємства.

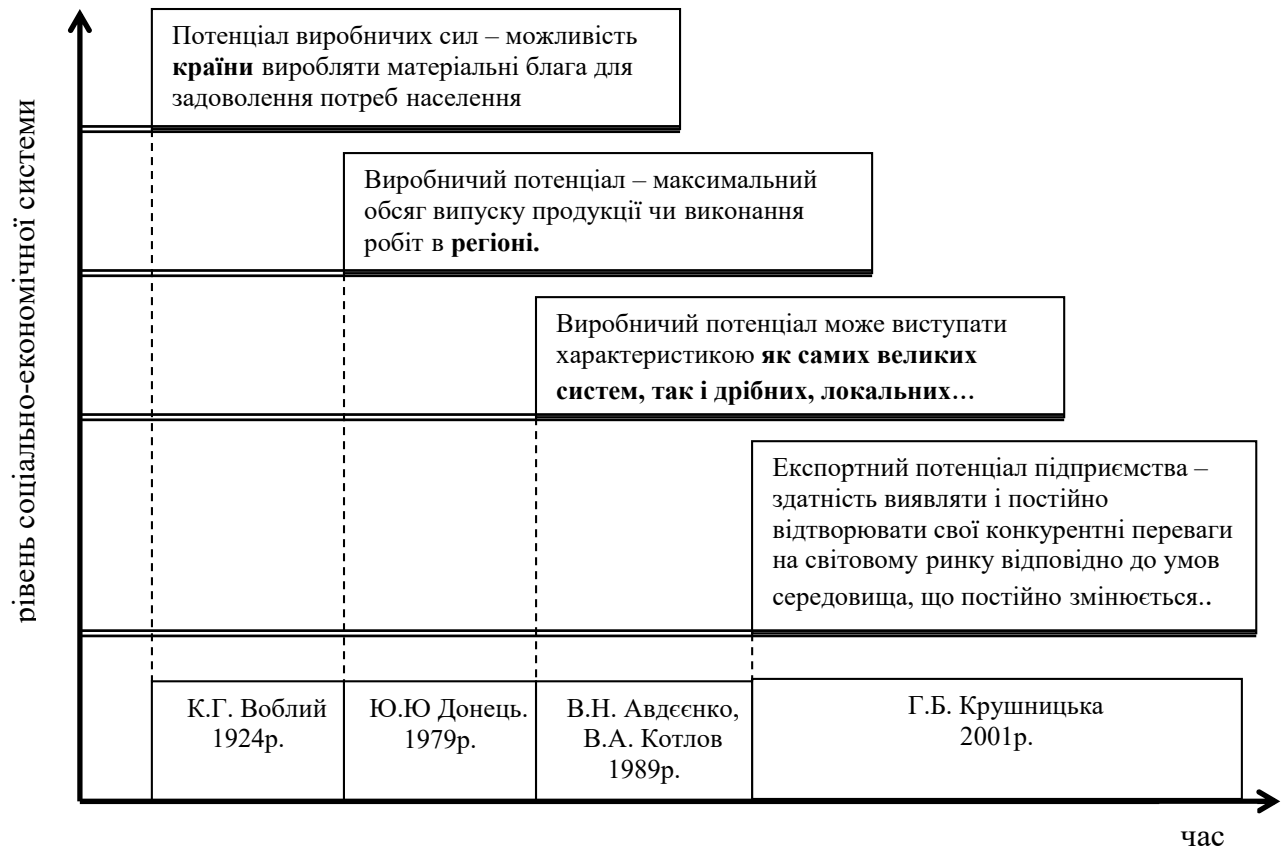


Рис. 1.1. Процес формування поняття² потенціалу підприємства [51,с.10; 10, с. 27; 76, с. 3; 159, с. 7]

В рамках ресурсного підходу і на сьогодні продовжує розвиватись теорія потенціалу [27; 87]. Так, зокрема, Р.М. Бойчук формулює інвестиційний потенціал як організовану сукупність внутрішніх та зовнішніх економічних ресурсів, які можуть бути мобілізовані окремим підприємством на сучасному етапі його розвитку для реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства. Л.С. Мартюшева та В.О. Калишенко, досліджуючи інноваційний

² Поняття – логічно оформлена форма узагальнення предметів і явищ, в якій фіксуються суттєві якості предметів та явищ буття, їх найсуттєвіші зв'язки та відношення [130, с.10]

потенціал, зазначають: „Потенціал – це прихована можливість використання виробничої сили ресурсу, він міститься в самому наявному ресурсі”.

Поряд з ресурсним в останні роки набув поширення процесний підхід, послідовники якого розуміють потенціал як здатність економічної системи трансформувати вхідні ресурси в економічні блага [83; 105]. Так С. О. Лукін визначає потенціал через „сукупність матеріальних і соціально-економічних умов і можливостей, а також досягнуті результати розвитку економічної системи”. В руслі процесного підходу І.І. Новаківський досліджує інформаційний потенціал як „можливості підприємства удосконалювати і розширювати інформаційні зв’язки, а також якісно і кількісно покращувати процеси оброблення інформаційних ресурсів у місцях їх застосування”.

Спираючись на аналіз останніх публікацій можна зробити висновок про поширення комбінованого підходу, направлено на отримання синергії від сполучення ресурсного і процесного підходів в дослідженні потенціалу [33; 46; 47; 110]. Так, зокрема, Я.В. Бурко наголошує, що основу потенціалу складають одночасно дві категорії: ресурси, якими розпоряджається підприємство і те, як ці ресурси організовані для створення вартості. Розвиваючи цю ж думку К.В. Давискиба визначає потенціал як сукупну здатність економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого обсягу матеріальних благ і послуг, що відповідають потребам суспільства на даному етапі його розвитку. О.І. Олексюк також синтезує ресурсний і процесний підходи, пропонуючи розуміти під потенціалом максимально можливу сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень. Згідно з аргументами цього автора основний зміст поняття “потенціал” полягає в інтегральному відображенні поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в

економічні блага і, таким чином, максимально задовольняти корпоративні та суспільні інтереси. Ми поділяємо думку О.І. Олексюка стосовно визначення потенціалу, вважаючи її відправною в нашій роботі.

Експортний потенціал як наукова категорія не має єдиного значення. Розбіжності в розумінні терміну «експортний потенціал підприємства» ускладнюють побудову системи його факторів і проявів, а відсутність системного розуміння експортного потенціалу, в свою чергу, знижує ефективність експортної політики як окремого підприємства, так і держави в цілому.

Оскільки розгляд абсолютно всіх визначень експортного потенціалу є фізично неможливим (та і логічно недоцільним), нами було сформовано вибірку авторських формулювань (Додаток А, табл. 1). В основу відбору визначень для аналізу покладено наступні принципи: мають бути представлені погляди як вітчизняних, так і закордонних вчених, різних наукових економічних шкіл; до уваги беруться як строгі академічні визначення, так і окремі репліки ілюстративно-пояснюючого характеру; близькі за змістом, подібні визначення експортного потенціалу приймаються до розгляду як одне.

В ході аналізу вибірки нами було: визначено причини існуючого різноманіття підходів до дефініціювання експортного потенціалу підприємства; з'ясовано основні закономірності та розглянуто найбільш поширені суперечності в трактування терміну «експортний потенціал».

Проведений структурно-логічний аналіз дозволив виділити причини, що на нашу думку зумовлюють різноманіття визначень експортного потенціалу і віднести їх до однієї з двох груп: сутнісних або похідних. Серед сутнісних причин різноманіття визначень експортного потенціалу:

1. Динамізм (постійний розвиток) феномену: економічна думка еволюціонує в напрямку найбільш повного, точного і сучасного відображення сутності експортного потенціалу, в ході якого утворюються нові підходи та розвиваються вже існуючі.

2. Поліструктурність (складність структури) феномену: експортний потенціал підприємства є інтегральною характеристикою, результатом впливу різноманітних факторів і логічно, що різні дослідники в залежності від цілей і можливостей власного наукового пошуку намагаються визначити його через найактуальніші на їх думку на даний момент фактори.

3. Поліваріантність (різноманітність проявів) феномену: експортним потенціалом характеризуються підприємства різних галузей, регіонів, країн і, відповідно, при визначенні експортного потенціалу об'єктів різних рівнів робляться спроби специфікації особливих, найвпливовіших саме для цього об'єкту факторів.

Крім сутнісних на різноманіття визначень експортного потенціалу підприємства впливають похідні причини, що мають етимологічне коріння. Так в літературі «змішано» представлені визначення, які відображають досить довгий процес розвитку експортного потенціалу як цілісного самостійного терміну і визначення тих авторів, які повсякчас повторюють спробу утворення категорії „експортний потенціал” від сучасного значення термінів „експорт” і „потенціал” за схемою: «експортний потенціал – це здатність до експорту, а експорт – це...»

Розвиток експортного потенціалу перебуває в полі уваги не лише вітчизняних, а й зарубіжних вчених, що закономірно призводить до термінологічних запозичень. Відсутність же повної відповідності в передачі лексичного значення між мовами зумовлює: з одного боку, появу різночитань одного й того ж іноземного терміну, з іншого, нівелювання при перекладі сутнісно різних значень, зведення їх до одного. Подібна конотаційна плутанина при перекладі продовжує ширитись, тим самим збільшуючи різноманіття визначень експортного потенціалу.

В результаті аналізу вибірки визначень експортного потенціалу ми дійшли висновку, що, як правило, автори визначають експортний потенціал принаймні через три його компонента: об'єкт, мету і засоби.

Будь яке визначення розкриває, в першу чергу, сутність об'єкту, тобто, відповідає на питання «що це?» Тут слід зауважити, що з точки зору законів логіки недопустимою є побудова визначення через сам об'єкт, і конструкції типу „експортний потенціал – це потенціал експортування” з точки зору логіки є хибними, не є визначеннями [100, с. 409]. Крім відповіді на перше питання, визначення експортного потенціалу, як правило, передбачають з'ясування двох наступних проблем: „для чого?” (тобто, питання мети існування та розвитку експортного потенціалу) та „за допомогою чого, за рахунок чого” (питання засобів, використовуючи які передбачається досягти мети).

Звичайно, не всі автори включають у визначення експортного потенціалу відповідь на всі три наведені запитання, але такий анатомічний аналіз, результати якого узагальнено в табл.1.1, покликаний спростити техніку дослідження визначень через співставлення їх основних складових: об'єкту, мети і засобів формування та розвитку експортного потенціалу підприємства.

Таблиця 1.1

Анатомічний аналіз визначень експортного потенціалу

Об'єкт (Що це?)	Мета (Для чого?)	Засоби (За рахунок чого?)	Автор
1	2	3	4
Можливості підприємства	зберігати або збільшувати обсяг експорту в довгостроковій перспективі	використовуючи сукупність національних і зовнішніх чинників, що дають можливість ефективно конкурувати на світовому ринку	О.М.Кириченко [62, с. 68]
	проводити міжнародну підприємницьку діяльність	шляхом виходу та закріплення на зовнішніх ринках зі своєю продукцією	О.І.Олексюк [110, с. 5]
Можливість	виробництва необхідного обсягу продукції (з метою експортної реалізації та максимальною користю для країни)	яка за показниками якості й конкурентоспроможності відповідає вимогам світового ринку	С. М. Бойко [26, с. 6]
	виробництва експортної продукції	з врахуванням конкурентоспроможності даної продукції і ринкового попиту на неї	Т. І.Ломаченко [82, с. 73]

Продовж. табл.1.1

1	2	3	4
Здатність підприємства організації, корпоративної структури	до контролю максимально можливої для нього частки ринку	що визначається ресурсами системи, особливостями їх використання у спрямуванні на формування властивостей продукту та можливих стратегій, які забезпечують йому необхідну конкурентноздатність	П.П.Стичишин [148, с. 33]
		при конкретних обмеженнях	Л.Кобиляцький [67, с. 70]
	виявляти і постійно відтворювати свої конкурентні переваги на світовому ринку	відповідно до умов середовища, що постійно змінюється	Г.Б.Крушницька [76, с. 3]
	відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені	управляючи організаційно-технологічною сукупністю виробництв, результати діяльності яких реалізуються з використанням зовнішньоекономічного фактору	Т.В.Пепа [166, с. 165]
	виробляти конкурентоспроможні товари та реалізовувати їх на міжнародних ринках	за умов постійного зростання ефективності використання природних ресурсів, розвитку науково-технічного потенціалу при забезпеченні економічної безпеки країни	Н.М. Пирець [126, с. 168]
	виробляти і реалізовувати на конкретних закордонних ринках у перспективі конкурентоспроможні товари та послуги	при досягнутому рівні розвитку економіки і системи організаційно-економічної підтримки експорту	В.В. Коломієць [69, с. 72]
	до ефективної експортної діяльності	яка передбачає наявність конкурентноздатних на світовому ринку товарів, технологій та послуг; забезпеченість висококваліфікованими кадрами науки, виробництва, системи збуту та сервісу; здатність транспортних засобів до ефективного перевезення експортних вантажів; здатність до швидкої структурної перебудови по виробництву експортної продукції в умовах зміни кон'юнктури зовнішнього ринку	Ю.В. Каракай [60, с. 6]
Частина загального економічного потенціалу	що здатна відтворювати свої конкурентні переваги на зовнішньому ринку	через обсяг благ, які підприємство може створити і реалізувати за межі держави	В.М. Бегма, Г.І. Мазуров [22, с. 46]
Складна система виробничого та ресурсного потенціалу підприємства	що розвивається з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності та розширення ринків збуту продукції	шляхом оптимізації виробництва, створення умов інноваційного менеджменту, моніторингу та диверсифікації виробництва	Н.А. Клименко [65, с. 192]
Складова системи	зовнішньоторговельних зв'язків	що реалізується через експорт товарів (послуг)	О.М.Кисельова [63, с. 8]

Анатомічний аналіз дозволяє зробити ряд висновків:

1. У визначенні об'єкту досліджуються два погляди: розуміння експортного потенціалу як частини складної системи потенціалу (О.М. Кисельова, Н.А. Клименко) або самостійної, що акумулює в собі здатність підприємства до діяльності на зовнішньому ринку, підкріплену іншими складовими виробничого потенціалу (більшість авторів). На нашу думку, саме від визначення співвідношення понять експортного та виробничого потенціалів залежить в подальшому побудова моделі вимірювання потенціалу.

2. При означенні засобів досягнення мети ряд науковців (Н.А. Клименко, Т.В. Пепа, Т.І. Ломаченко) вміщують у поняття переважно виробничі складові, таким чином вважаючи їх визначальними в формуванні експортного потенціалу підприємства. Представники іншого підходу (Є.В. Попов, В.Л. Ханжина [162, с. 156; 131, с. 35]), зміщують акцент в бік маркетингового, ринкового потенціалу елімінуючи значення внутрішніх факторів успішної діяльності на світовому ринку.

3. Відмінною рисою більшості досліджень експортного потенціалу є намагання авторів конкретизувати мету зовнішньоекономічної діяльності підприємства. За критерієм мети ми виділили наступні підходи:

- Масштабно – орієнтований підхід, в рамках якого експортний потенціал розуміється як здатність зберігати або збільшувати обсяг експорту (О.М. Кириченко, Т.І. Ломаченко, С.М. Бойко). Зазначене тлумачення сутності потенціалу не враховує фактора доцільності такої поведінки підприємства. Можливо, зростанню експортного потенціалу сприятиме зменшення кількості експортованих товарів за умови зміни країни-імпортера або форми присутності на ринку.

- Просторово – орієнтований підхід, послідовники якого визначають експортний потенціал як здатність до контролю максимально можливої частки світового ринку (П.П. Стичишин, Л. Кобиляцький). Але, по-перше, засоби контролю ринку значно ширші за експорт; по-друге,

формулювання „максимально можлива” не відповідає критерію оптимальності. Підтримання високої частки не обов’язково буде вигідним. Подібна мета має узгоджуватись з етапами життєвого циклу ринку і підприємства та може бути прийнятною доти, доки ефект від максимізації перевищуватиме затрати на завоювання і утримання цієї максимальної частки ринку.

- Конкурентно – орієнтований підхід за мету експортного потенціалу вважає здатність виявляти та відтворювати конкурентні переваги на світовому ринку (Г.Б. Крушницька, Т.В. Пепа, В.М. Бегма, Г.І. Мазуров). Але, на нашу думку, цілі підтримання конкурентних переваг і розвитку можуть бути конфліктуючими, оскільки перше в окремих випадках вимагає редукції системи потенціалу.

- Підхід, орієнтований на розвиток, під експортним потенціалом розуміє здатність розвиватись на зовнішніх ринках (Н.А. Клименко, Ю.В. Каракай, О.І. Олексюк). Розвиток передбачає закономірну зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності, причому не лише як вимушений, але і як превентивний захід для підтримання максимальної ефективності організації. Так, підприємство може лише виробляти продукцію для зовнішнього ринку, але може і займатись її збутом на території іншої країни, відкривати за кордоном філіали тощо. Враховуючи сучасний динамізм міжнародних економічних відносин даний підхід до дослідження експортного потенціалу є найбільш актуальним. Доповнюючи і уточнюючи зміст категорії „експортний потенціал” в руслі даного наукового підходу зазначимо, що надалі будемо розуміти під експортним потенціалом підприємства його здатність до розвитку на світовому ринку через зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності при оптимальному використанні внутрішнього і зовнішнього економічного потенціалу підприємства.

Критерієм істинності теорії є її призначення, і з різних точок зору визначені нами підходи в дослідженні експортного потенціалу будуть

вірними, не антагоністичними. Необхідно лише чітко окреслити межі їх ефективного застосування (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Компетенції підходів в дослідженні експортного потенціалу підприємства

№ з/п	Науковий підхід	Компетенції
1	Масштабно – орієнтований	- Виробнича стратегія підприємства являється визначальною відносно маркетингової. Пріоритет сьогоденних прибутків над розвитком. - Ринок є недостатньо прогнозованим, зростає (початкові стадії життєвого циклу). - Ефект масштабу є суттєвим. Недостатній (в порівнянні з можливостями виробництва) попит на внутрішньому ринку. Зовнішні умови реалізації привабливіші за внутрішні.
2	Просторово – орієнтований	- Ринкова стратегія організації пріоритетніша за виробничу. - Як правило, межі ринку чітко окреслені, тобто зростання (скорочення, стабільний стан) є досить прогнозованими. - Підприємство має „ринкову владу” і володіє засобами її зміцнення. - В галузі визначальну роль відіграє географічно розпорошена сировина (наприклад, традиційні підгалузі АПК, добувна промисловість). Галузі, де ефект від територіальної присутності є привабливішим (важливішим), ніж максимізація обсягів продажу (наприклад, деякі види банківських послуг).
3	Конкурентно – орієнтований	- Підприємство „усвідомлює” власні конкурентні переваги, які є об’єктивними і відносно стійкими, відповідно стратегія спрямована на використання конкурентних переваг. - Застосування засобів підтримання і відтворення конкурентних переваг є економічно ефективним для організації.
4	Орієнтований на розвиток	- Розвиток – стратегічний орієнтир і визнана умова існування підприємства. - Підприємство постійно змінює форму присутності на світовому ринку, причому вдосконалення форми (за інших рівних умов) є пріоритетнішим за нарощення обсягів експортування.

Як вже зазначалось, експортний потенціал належить до категорій, які не залишатимуться незмінними, а еволюціонуватимуть разом з теоретичною та практичною економікою. Спрогнозувавши тенденції зрушень в структурі і спрямованості експортного потенціалу, ми спробували передбачити і зміни у його дефініціюванні (табл. 1.3).

**Трансформація поняття експортного потенціалу підприємства (ЕПП)
в контексті тенденцій розвитку економіки**

№	Прогнозовані зміни	Прояв змін в ЕПП	Відображення тенденцій у понятті ЕПП
1	Посилення глобалізації економіки	Лібералізація зовнішніх контактів. Плюралізм форм прояву ЕПП. Монополізація глобальних галузей. Функціональна інтеграція у світових масштабах різних видів діяльності.	Розширення розуміння експорту (поступове наповнення категорії ЕПП іншим змістом або відмова від неї на користь, приміром, категорії „Світовий ПП”).
2	Зростання ресурсо-дефіцитності економіки	Виснаження запасів традиційних природних ресурсів, їх подорожчання. Розвиток ресурсозберігаючих і ресурсогенеруючих складових потенціалу, в т. ч. науково-дослідних структур. Водночас метод (спосіб) отримання ресурсу стає дорожчим (ціннішим) за сам ресурс.	Зміщення акценту з володіння ресурсом на здатність генерування ресурсу.
3	Екологічні проблеми	Екологічний фактор стає обов'язковим елементом ЕПП: від необхідності врахування його в одних випадках до свідомого (зумисного) використання його як економічного ресурсу в інших.	Внесення у визначення екологічного фактору.
4	Загострення проблеми безпеки	Зрушення в структурі традиційних експортних ринків. Необхідність віднайдення нових транспортних коридорів та альтернативних джерел забезпечення ресурсами.	Зміщення акценту з специфіки ЕПП для „відкритої” і „закритої” економіки на специфіку відносно терористично безпечних і небезпечних місця, форм, засобів реалізації (виявлення) ЕПП.
5	Лібералізація економіки	Окреме підприємство стає могутнішим за державу. Випереджальний розвиток ЕПП відносно розвитку державних регулятивних засобів, і, як наслідок, посилення ролі системної здатності ЕПП до самоорганізації і розвитку.	Складність в розрізненні таких традиційних понять як „внутрішньо-” і „зовнішньо-економічний”, бо по мірі росту потенціалу „зовнішній світ” стає його внутрішньою економікою.
6	Актуалізація людського фактора	Зміни в системі культурних цінностей: боротьба тенденцій глобалізації і ствердження національної ідентичності. Інтелект - ключовий ресурс ЕПП; експорт інтелекту. Нерівномірність демографічного процесу на Заході і Сході; робоча сила як об'єкт ЕПП.	Потенціал - здатність інтелекту (характеристика ноосфери). Необхідність врахування у визначенні культурної складової потенціалу.
7	Розвиток інформаційних технологій	Зменшення впливу фактора просторової віддаленості в певних сферах економіки. Трансформація структури експотоорієнтованих галузей. Інформація стає ресурсом ЕПП.	Інформація входить в число основних (таких, що не можуть бути замінені повністю) ресурсів ЕПП.

З посиленням глобалізації можна прогнозувати поступове „старіння” змісту категорії експортний потенціал як наслідок заміни власне експорту іншими формами розвитку підприємства на світовому ринку (переміщення товарів поступається місцем переливу капіталів). Але залишатимуться економічні ресурси, які не можливо перемістити або на сьогодні економічно неефективно створювати, такі як: особливості ґрунту і клімату, природні ландшафти тощо. До факторів, що продовжуватимуть визначати розвиток експортного потенціалу в майбутньому, на нашу думку, належать і національні особливості виробництва та культури споживання продуктів. Таким чином, з часом розвиток ЕПП (в теперішньому розумінні) залишиться актуальним для рекреаційно-оздоровчого бізнесу, добувної промисловості та традиційних галузей, пов’язаних з АПК.

Функціональний зміст експортного потенціалу визначається його будовою: структура розкриває можливості цілеспрямованого впливу на ЕПП, шляхи формування або перебудови його функцій. В основу структуризації потенціалу покладено системний підхід, в рамках якого кожний структурний елемент може розглядатися і як самостійна система, і як підсистема в рамках системи більш високого порядку.

В ході аналізу системи ЕПП дослідниками, як правило, не розрізняються поняття компонента і елемента експортного потенціалу. Означена термінологічна невпорядкованість, на нашу думку, стає на заваді чіткій структуризації ЕПП, а значить існує необхідність етимологічного дослідження означених категорій.

Згідно з тлумачним словником, елемент³ – частина архітекtonіки, що має чітко окреслені границі; як правило, частина системи. Компонент⁴ – просто складова. Елемент може мати вагу, об’єм, конкретні просторові та

³ Елемент – від лат. Elementum – стихія. Елемент (хім.) – проста речовина, не розкладена хімічними методами на складові частини, що є складовою частиною інших складних речовин. Елемент - у давньогрецьких філософів-матеріалістів - одне з начал, одна із складових природи (вогнь, вода, повітря, земля), які перебувають в основі всіх речей, явищ; стихія [144, с. 758].

⁴ Компонент – складова частина будь-чого. Від лат. Componens, componentis – складовий [145, с. 86].

часові координати, тоді як компонент означених характеристик сам по собі не має.

З огляду на вищесказане, приміром, виробничий потенціал можна розглядати і як компонент, і як елемент експортного потенціалу підприємства, але:

- говорячи про виробничий потенціал як про компонент експортного потенціалу, наділяємо його лише найзагальнішими властивостями, не обмежуючи їх кількісними і специфічними для різних часів, для різних підприємств параметрами. Тобто, виробничому потенціалу як компоненту експортного потенціалу можуть бути притаманні певне місце, функції, роль в забезпеченні нормального функціонування і розвитку підприємства.

- визначаючи виробничий потенціал як елемент експортного потенціалу, підкреслюємо, що існує цілісна система потенціалу з конкретними обсягами задіяних ресурсів, для нормального функціонування якої необхідні саме такий (визначений в конкретних цифрах, чи в пропорціях, чи в функціональній залежності від інших складових системи) виробничий потенціал. І виробничий потенціал, як елемент системи експортного потенціалу, наділяються масою інших конкретних характеристик, які обумовлюються конкретним часом і місцем функціонування цієї системи.

Таким чином, поділ на компоненти слід застосовувати при визначенні сутнісної структури ЕЕП, тоді як елементна структура має бути покладена в основу видової класифікації його проявів. Компонентна (сутнісна) структура – це властивий системі потенціалу в будь-який момент часу набір складових, тоді як видова класифікація розкриває множину можливих комбінацій елементів („кількісно визначених компонентів”), які при цьому отримують конкретні просторово-часові характеристики.

Перелік компонентів експортного потенціалу, що наводять в своїх роботах економісти-дослідники, варіює як з об’єктивних (множини

ефективних комбінацій факторів), так і з суб'єктивних (цілей і можливостей дослідження) причин.

Аналізуючи підходи до структуризації експортного потенціалу підприємства, ми використали наступне гіпотетичне положення: розбиття будь-якого цілого на складові покликане спростити управління останнім. З цього слідує, що дієвість управління системою обернено пропорційна кількості її компонентів, тому процес виокремлення складових підпорядкований принципу „мінімального достатнього”, а не „максимального можливого”. Принцип економічності управління, в свою чергу, спонукає до пошуку внутрішніх важелів, „ініціативних” складових, здатних скерувати і підсилити вплив зовнішнього джерела змін на систему, що надає пріоритет ієрархічному впорядкуванню компонентів.

Крізь призму зазначеної гіпотези ми проаналізували наукові погляди на структуру потенціалу і виявили існування чотирьох основних підходів: політ-економічного, алгоритмічного, підприємницького та ринково-виробничого.

Перший підхід об'єднує спроби структуризації потенціалу, в яких домінує погляд на управління потенціалом через розкриття внутрішньої діалектики складових (структуризація як пошук внутрішньої причини розвитку системи), назовемо його політекономічним або загальносистемним. Так Р.Б. Матковський [91, с. 193] виокремлює речовий зміст, який розкриває зв'язок потенціалу з розвитком сучасної системи продуктивних сил, та суспільну форму, що розкриває і характеризує взаємозв'язок потенціалу з відносинами економічної власності. С. О. Лукін [83, с. 45] окреслює основні структурні елементи потенціалу за фазами процесу розширеного відтворення: потенціал виробництва, потенціал перерозподілу, потенціал обміну і потенціал споживання. В рамках означеного підходу робиться акцент на здатності ЕПП до саморегуляції, самовідновлення та саморозвитку, людина як творча сила є внутрішнім компонентом системи потенціалу, і управління останнім розуміється, в першу чергу, як використання об'єктивних закономірностей розвитку систем.

Другий підхід - алгоритмічний - побудований на принципі поетапності управління потенціалом, підпорядкованості його компонентів, виділенні „критичної” складової, здатної до активного суб’єктного ініціювання видозмінення системи. Так П.В. Осіпов [113, с. 83] виділяє потенціалоформуючі та потенціалозабезпечуючі фактори, „які пов'язані з усіма елементами виробництва в кількісному і якісному відношеннях”. Економістом Н.М. Пирець [126, с. 168] виявлено як головні складові експортного потенціалу “експорт” та “конкурентоспроможність”, що зумовило класифікацію структурних елементів експортного потенціалу залежно від рівня формування конкурентоспроможності, залежно від рівня диверсифікації експорту (товарна і географічна структура) та залежно від рівня використання конкурентних переваг (порівняльні національні переваги та перспективні конкурентні переваги, засновані на використанні досягнень науки і науково-технічного прогресу).

В рамках третього підходу, який ми означили як підприємницький, структуризація експортного потенціалу підприємства заснована на визначенні ресурсів та факторів, здатних вплинути на успішність експортної діяльності. Зокрема, О.О. Колесніковим [68, с. 753] пропонується представити потенціал як сукупність чотирьох складових: управлінської, маркетингової, інноваційної й виробничої, які забезпечуються відповідними кадровими, матеріально-технічними, фінансовими, інформаційними й технологічними ресурсами. В роботі Р.М. Бойчук [27, с. 44] визначено як складові потенціалу підсистему інформаційно-аналітичного забезпечення; підсистему стратегічних та тактичних цілей підприємства; фінансово-ресурсну підсистему; організаційно-економічну підсистему та особисту складову потенціалу. В.В. Коломієць [69, с. 71] наводить наступні фактори, що формують експортний потенціал: ресурсно-сировинний потенціал, промисловий потенціал, фінансовий потенціал, організаційно-технічний потенціал, маркетинговий потенціал, кадровий потенціал, соціально-культурний потенціал, інфраструктурний потенціал, науковий та

інноваційний потенціал, інвестиційний потенціал. К.В. Давискиба [47, с. 272], досліджуючи ЕПП, виділяє такі його підсистеми: інвестиційний, інноваційний, природно-ресурсний і трудовий потенціали, кожен з яких характеризується певним кількісним і якісним станом відповідних видів економічних ресурсів. Структуризація ЕПП в рамках даного підходу заснована на відокремленні активної підприємницької складової від системи компонентів потенціалу, винесення її назовні. Таким чином управління ЕПП розуміється як цілеспрямована композиція (перекомпонування), пасивних по суті, факторів та ресурсів системи ЕПП.

Всі три вищенаведені підходи побудовані на розумінні експортного потенціалу як виробничої системи. Але чи є експортний потенціал внутрішньою (іманентною) характеристикою підприємства? Змінивши точку відліку і розглядаючи експортні можливості організації не лише з точки зору виробництва, а й ринків споживання, можна побачити: експортний потенціал одного й того ж підприємства на різних ринках буде різним. Так, широкий спектр українських товарів є конкурентоспроможним на ринках країн „третього світу” і не конкурентоспроможним на Заході (або здатним конкурувати в групі товарів з невисоким співвідношенням „ціна-якість”). Тобто, якщо виробничий потенціал можна оцінити, спираючись на внутрішні риси організації, то експортний потенціал має враховувати рівень розвитку країни-імпортера. Тому ми приходимо до висновку, що слід оперувати поняттям не експортного потенціалу абсолютно, а експортного потенціалу підприємства стосовно певного ринку.

Обмеженість „внутрішнього” підходу можна проілюструвати і так: підприємство Х випускає високоякісну продукцію і успішно експортує її в країну У. Але раптом з’являються бар’єри міждержавного (наддержавного) рівня, унеможливають експорт – і експортний потенціал організації на ринку цієї країни знижується до нуля.

Вищенаведені розмірковування підводять нас до висновку, що межі ЕПП ширші за внутрішній потенціал підприємства. Подібні думки

висловлюють і дослідники, які включають до системи ЕПП компоненти не лише внутрішнього, але і зовнішнього середовища господарювання підприємства (ми віднесли їх до четвертого – ринково-виробничого – підходу). Так С.М. Бойко [26, с. 6] представлено експортний потенціал через ієрархічну структуру потенціалу ринку, згідно з якою визначено, що „потенціал ринку – це виробничі й споживчі можливості суб’єктів ринку, що обумовлюють врівноважений рівень попиту і пропозиції. Якщо виробничий потенціал більший за місткість ринку, то на цьому ринку спостерігається перевищення пропозиції над місткістю ринку, наслідком чого є виникнення експортного потенціалу, а отже, експортний потенціал є визначальною можливістю рівноваги виробничого і споживчого потенціалів”. Думку спорідненого формату висловлює П.П. Стичишин [148, с. 34]: „Експортний потенціал системи визначається виробничо-технологічним потенціалом (здатністю її до випуску продукту у кількості, якості та ціні відповідно до вимог цільового ринку) та маркетинговим потенціалом системи (сукупністю її засобів та можливостей у міжнародній маркетинговій діяльності щодо просування конкретного продукту на конкретний ринок)”. В працях Г.Б. Крушницької [76, с. 3] експортний потенціал виступає як складноорганізована динамічна система, яка має структуру у вигляді трьох підсистем: внутрішнього потенціалу, потенціалу експортних бар’єрів та потенціалу зарубіжних ринків.

Слід зазначити, що паралельно з дослідженнями ЕПП проблема включення сфери безпосереднього впливу у зовнішньому середовищі підприємства в структуру його потенціалу вирішується в рамках теорії визначення „функціональних границь” економічної організації з позицій стратегічного менеджменту та антимонопольного регулювання [94; 74; 176; 11]. Серед розробників даної теорії Ч.Бернард, Р. Коуз, Г.Саймон, Ф.Каст, В.В. Щербина, В.Я. Омельченко.

Розвиваючи ідею необхідності врахування в структурі експортного потенціалу підприємства не лише внутрішніх (виробничих), але і зовнішніх компонентів, ми пропонуємо розглядати проблеми і перспективи розвитку

ЕПП крізь призму формально-логічної моделі, яка включатиме три складові: потенціал виробництва продукту виробником, потенціал споживання цього продукту цільовим експортним ринком і потенціал нормативно-правового (державного і міжнародного) регулювання переміщення продукту від виробника до закордонного споживача. Експортний потенціал графічно визначатиметься як спільна (заштрихована) область на перетині трьох „логічних кіл”, позначених квадратами структуроутворюючих потенціалів.

На сьогодні переміщення товарів в світі і, відповідно, розвиток експортного потенціалу підприємств-виробників, визначають дві тенденції, які ми означили як полюс „технологічності” та полюс „оригінальності”. Ознакою (наслідком) наближення до полюса оригінальності є обмеженість розвитку потенціалу виробництва експортного продукту, при цьому обмежуючим фактором виступають ресурси, їх фізичні обсяги. Натомість розвиток експортного потенціалу підприємств, які тяжіють до полюса технологічності, обмежується можливостями споживання їх продукції цільовим ринком, обмежуючим фактором при цьому можуть бути потреби ринку і норма прибутку.

На рис. 1.2 представлено графічну інтерпретацію структури експортного потенціалу підприємства з огляду до тяжіння його до полюса оригінальності чи полюса технологічності.

Компоненти формально – логічної схеми можуть бути описані системою показників, побудованих на факторах розвитку експортного потенціалу підприємства. Так на потенціал виробництва впливають виробничі можливості, доступність ресурсів, ціна факторів виробництва; до чинників потенціалу споживання належать місткість ринку, рівень конкуренції і ринкових цін, структура і культура споживання; потенціал державного (міжнародного) регулювання визначається стандартами щодо виробництва і торгівлі товарами, експортними і імпорними квотами, наявністю податкових бар’єрів тощо.

В разі постачання підприємством товарів в декілька країн його експортним потенціалом є сума потенціалів на кожному з зарубіжних ринків. Але не механічне додавання: синергія виходу на споріднені ринки призведе до більшого, ніж просто сума (можливо, мультиплікативного) зростання експортного потенціалу, а вихід на „несумісні ринки” здатен знизити сукупний потенціал експортування. Безперечно, між компонентами ЕПП існують складні діалектичні взаємозв'язки, система потенціалів взаємопов'язана і замкнута.

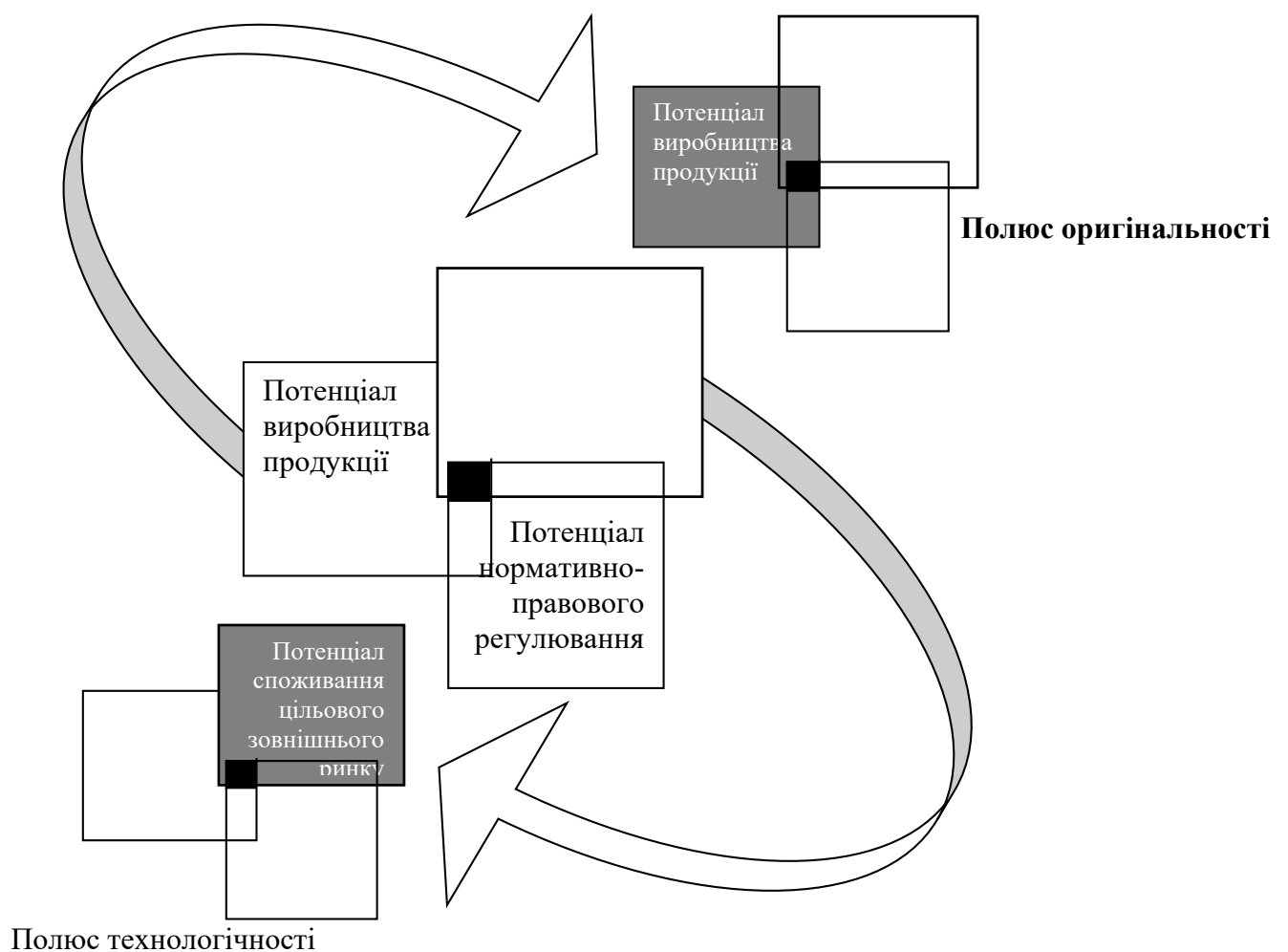


Рис.1.2. Формально-логічна схема експортного потенціалу підприємства

Примітка:

	Експортний потенціал підприємства
	Критична складова експортного потенціалу

Як вже зазначалось, компонент системи, який отримує кількісні характеристики і просторово – часові координати, стає її елементом. Комбінації елементів системи експортного потенціалу підприємства формують множину його проявів, які ми, розв’язуючи задачу системного аналізу категорії „експортний потенціал”, узагальнили у видовій класифікації (табл.1.4).

Таблиця 1.4

Класифікація проявів експортного потенціалу підприємства

Ознака	Прояви експортного потенціалу
1	2
За функціональним складом	– Маркетинговий – здатність підприємства виявляти, стимулювати та задовольняти потреби зовнішнього ринку у власній продукції (послугах) через цілеспрямований вплив на внутрішнє та зовнішнє середовище господарювання. – Виробничий – можливості підприємства з випуску продукції (надання послуг) для зовнішнього ринку за умови найбільш ефективного поєднання факторів виробництва. – Кадровий – сукупна спроможність персоналу до реалізації цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – Інноваційний – можливості генерувати ідеї, опробовувати та впроваджувати їх в практику діяльності задля реалізації цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – Фінансовий – здатність до віднайдення та найбільш ефективного використання фінансових ресурсів для забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. – Інші (з урахуванням специфіки галузі).
Залежно від складності внутрішньої будови	– Елементарний – можливості щодо розвитку експортної діяльності сфокусовані на реалізації однієї з функцій в ланцюжку „вітчизняний виробник – зовнішній ринок”, що створює як додаткові переваги, так і обмеження для розвитку за принципом спеціалізації та взаємодоповнення елементів економічної системи. Наприклад, до даного типу можна віднести експортний потенціал підприємства, яке лише виробляє продукцію для потреб зовнішнього ринку, не займаючись її постачанням на цільовий ринок; або потенціал фірми – посередника в збуті тощо. – Функціональний – можливості визначаються сукупністю необхідних для реалізації основних функцій елементів потенціалу, забезпечуючи при цьому просте відтворення останніх. – Розширений (або системний) – характеризується здатністю до реалізації функції розвитку експортного потенціалу, що забезпечується системністю його елементного складу.
За формою реалізації	– Виробничий, торговельний, посередницький, інвестиційний; – Комбінований.

1	2
Залежно від пропорційності розвитку внутрішніх складових	– Збалансований – можливості елементних складових сукупного експортного потенціалу домірні між собою, що полегшує планування і координацію його розвитку, – Домінантний – має місце, коли складові структури потенціалу диспропорційні в своєму розвитку; може проявлятися в двох формах: – моноцентричний – відрізняється чіткою ієрархічною підпорядкованістю елементів експортного потенціалу, що може бути зумовлена як самою природою бізнес-процесів підприємства, так і невиправленою диспропорційністю попереднього розвитку; – поліцентричний – характеризується наявністю декількох визначальних складових, які перебувають в стані дружнього або опозиційного лідерства, що в будь-якому разі може бути причиною нестійкості системи експортного потенціалу, а в останньому випадку створює загрозу її розпаду.
За критерієм (часом) реалізації	– Наявний –реалізовані в конкретних показниках експорту продукції або послуг (ретроспективні) можливості підприємства. – Перспективний –визначені на основі аналізу ринкових, техніко-технологічних, фінансових, організаційних та інших факторів можливості підприємства щодо виробництва та експорту продукції.
Залежно від стадії життєвого циклу	– Зростаючий – пріоритетним є розвиток виробничої складової потенціалу: нарощення потужностей, відлагодження системи ресурсного забезпечення, організаційно – управлінський розвиток тощо. – Розвинений – характеризується збалансованістю структури і високою здатністю до саморегуляції функцій і відтворення. – Старіючий – визначальною складовою стає ринкова (потенціал споживання продукту цільовим зарубіжним ринком): зусилля спрямовуються на пошук нових каналів збуту, заходи з просування товару, модифікацію самого продукту відповідно до деталізованих потреб ринкових сегментів і т.п.
За спрямованістю реалізації	– Моноспрямований – заснований на використанні єдиного географічного вектору, що спрощує процес транспортування та збуту, однак призводить до залежності (уразливості) і загрожують втратою гнучкості та деградацією потенціалу. – Поліспрямований – з метою диверсифікації зовнішньоекономічних ризиків розпорошенням зусиль зростанням транспортних витрат в разі, коли ці витрати лягають на фірми-посередників максимізується ефект виробника від поліспрямованості власного експортного потенціалу.
За масштабами охоплення зовнішнього ринку	– Можливості на ринку іншої країни, – Можливості на зовнішньому регіональному ринку, – Можливості на світовому ринку (глобальний).
Залежно від спільності тенденцій розвитку зарубіжних ринків	- Додатньосинергійний – має місце при використанні ринків, близьких за рядом суттєвих ознак, таких як географічне розташування і компактність території, рівень зрілості, традиції споживання тощо. - Від’ємносинергійний – може виявлятися в наслідок позиціонування на різномірних ринках, що пов’язано з додатковими затратами на дослідження ринку, позиціонування продукту, створення та трансляцію реклами і т.п.

1	2
За придатністю до вимірювання	- Явний – придатний до вимірювання методом прямого обрахунку; - Прихований – потребує застосування спеціальних методик (наприклад, визначається як вплив залишкового фактора) і може бути вимірний з обмеженою точністю.
Залежно від „точки відліку” при оцінюванні	- Внутрішній – обмежуючим фактором виступають можливості виробництва, які, в свою чергу, не можуть перевищувати найменш розвиненої з своїх складових: потужностей, можливостей фінансового, сировинного, трудових ресурсів, науково-технічного та інформаційного забезпечення. - Зовнішній - обмежується можливостями споживання готового продукту (послуги) цільовим ринком.
Залежно від вибору інерціальної системи відліку при вимірюванні	- Абсолютний – величина потенціалу, що визначається його об’єктивними властивостями, як правило, за допомогою вартісного або натуральних показників; - Відносний – результат порівняння з потенціалом об’єкта – еталона (іншого підприємства, конкурента тощо), вимірюється, як правило, в частках одиниці або відсотках.
За рівнем відповідності плановим значенням	- Достатній, - Вище достатнього, - Низький.
За спрямованістю розвитку	- Прогресуючий, - Стабільний, - Регресуючий.

Формування – це процес надання компонентам експортного потенціалу підприємства кількісних характеристик і просторово – часових координат. Процес формування – це встановлення цілісності системи складових потенціалу, який включає: формулювання мети, цілей і завдань; віднайдення відповідних джерел ресурсів і способів їх задіяння.

В ході формування ЕПП слід дотримуватись наступних принципів [109; 113; 28], які забезпечують відповідність основних характеристик структури експортного потенціалу вимогам середовища господарювання:

- Цілісності, що ґрунтується на принципі цілеспрямованості, оскільки тільки наявність мети може забезпечувати цілісність системи. Закономірності системи потенціалу, в свою чергу, можуть бути розкриті не через окремо узяті властивості його складових, а тільки через їхнє сполучення. Цей принцип формування ЕПП заснований на властивостях

систем: коаліція компонентів, через яку здійснюється формування деякої системи, повинна підпорядковуватись правилу нададитивного нелінійного додавання, при якому деяка функція F системи, що самоорганізується, більша за суму функцій її частин.

- Структурованості на основі принципів функціональності, взаємодоповнюваності та взаємозамінності (здатності до „мутації”, адаптивності) елементів потенціалу.

- Керованості, вихідними принципами якої є самоорганізація системи потенціалу, ієрархічність її будови, оптимальність вибору управлінських засобів та економічність їх використання.

Процедура формування передбачає реалізацію логічного (а значить традиційного) переліку етапів: встановлення цілі на основі аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища формування ЕПП, визначення обмежень (фінансових, сировинних, потужнісних, кадрових, часових), планування, організацію, мотивацію і контроль процесу формування. Іншими словами, процес формування ЕПП можна представити як обґрунтування і реалізація стратегічного набору: загальної (базової), конкурентної, виробничої, маркетингової (експортної) та продуктово-товарних стратегій [32, с. 98].

Процес формування можна вважати частковим проявом або першим етапом розвитку ЕПП, особливостям якого присвячено підрозділ 1.3. Водночас існує методологічна проблема розрізнення процесів формування і розвитку системи.

Критерієм сформованості системи потенціалу є здатність досягати мети: з позицій внутрішнього потенціалу - мети створення конкурентноздатного продукту у необхідній кількості, якості та за ціною, яку сприймає зарубіжний ринок; з позицій зовнішнього потенціалу - мети просування продукту на цільовий ринок [148, с. 34].

Розвиток можна представити як постійний процес становлення, певну послідовність процесів формування, зазначивши при цьому, що процес

розвитку передбачає якісний стрибок в означенні мети. Розвиток як послідовність процесів формування являє певну систему, що крім самих процесів формування включає і „взаємовідносини” між ними, тобто механізм перетворення одного формуючого процесу в інший, заснований на встановленні принципово відмінної мети. Звідси узагальнюючим критерієм несформованості системи ЕПП можна вважати її нездатність до розвитку.

Управління формуванням і розвитком експортного потенціалу підприємства передбачає аналіз і контроль його стану та динаміки, методичним засадам здійснення якого і присвячується наступний підрозділ.

1.2. Методичні засади оцінки експортного потенціалу підприємства

Необхідним елементом спрямованого розвитку експортного потенціалу є постійний контроль за його динамікою, розміром та структурою. Для здійснення контролю, в свою чергу, необхідним є обґрунтований вибір методичного інструментарію. Дослідження методичних основ оцінки експортного потенціалу підприємства проводилось нами в наступній логічній послідовності:

- по-перше, аналіз та узагальнення підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства;
- по-друге, з'ясування складних питань оцінки експортного потенціалу;
- по-третє, визначення шляхів розв'язання зазначених проблем з врахуванням галузевої специфіки.

Постановка проблеми оцінки експортного потенціалу підприємства (ЕПП) в літературі пов'язана, щонайперше, з питанням „чи піддається

потенціал як такий вимірюванню?” Ряд дослідників відповідають, що „ні”, оскільки „потенціал – це лише ідеал, в асимптотичному наближенні до якого полягає сутність ефективного функціонування певної системи, тому виміряти його неможливо” [112, с. 72]. Аргументом Е.А. Суценка на користь невимірності потенціалу є його динамічність: „потенціал підприємства не являється скільки-небудь простійною величиною: він піддається постійним змінам і є свого роду реакцією на впливи зовнішнього середовища” [153, с. 240]. Невимірність пов’язують і з імовірнісною природою потенціалу: поняття „потенціал” характеризується можливостями на даний момент часу нереальними з якихось причин, а значить і встановити його точне значення не можливо.

На нашу думку, всі вищенаведені аргументи підтверджують, скоріше, складність, ніж неможливість оцінки потенціалу (ЕПП). Складність ця знаходить прояв в існуванні ряду взаємопов’язаних наукових проблем щодо меж застосування кількісних і якісних методів в оцінці потенціалу, виправданої глибини декомпозиції чинників розвитку потенціалу, можливості і доцільності оперування узагальнюючим показником (величиною) потенціалу та природи цього узагальнюючого показника.

Так, В.О. Кунцевич зазначає, що серед елементів потенціалу є ті, які виміряти математично неможливо (наприклад, такий фактор як „кваліфікація менеджменту”), тому надання точного математичного значення потенціалу також неможливе. Пропонованим шляхом вирішення цієї задачі вважається надання не чисельної, а вербальної оцінки, що базується на аналізі ряду чисельних показників. Наприклад, негативна оцінка діяльності менеджменту має бути об’єктивно підкріплена чисельними оцінками таких факторів, як зменшення продажів та погіршення фінансових показників [80, с. 130]. Таким чином усвідомлення обмеженості кількісної оцінки потенціалу, логічно, призвело до поширення експертних („якісних”) методів, на чому ми більш детально зупинимось далі в ході аналізу методичних основ оцінки.

Як кількісна, так і якісна оцінка потребує суттєвих витрат ресурсів, в першу чергу часу. Альтернативою громіздкій і затратній процедурі оцінки може бути виправданий обмеженістю ресурсів та вимог до глибини результатів експрес-аналіз.

Проблему можливості і доцільності конструювання узагальнюючого показника потенціалу ми проаналізували під формалістичним та синергетичним ракурсами.

Ще в 60 – 70-х рр. в економічній літературі активно дискутувалось питання єдиного загального показника, який би характеризував ефективність роботи підприємства [96, с. 44]. Привабливість оцінки підприємства за допомогою одного показника можна пояснити тим, що в кожному конкретному випадку підприємство, забезпечивши високе значення одного показника (наприклад, рентабельності), отримувало не зовсім сприятливі значення інших показників (наприклад, фондівіддачі). З переходом до ринкових умов означена формалістична основа узагальнюючого показника, логічно, набула нової актуальності.

Синергійність як основа узагальнюючого показника знаходить прояв в тому, що сукупний потенціал не обчислюється шляхом простого додавання складових – великий вплив на його величину справляє збалансованість і пропорційність елементів [146, с. 16]. Таким чином, узагальнюючий показник враховує ті (синергійні) якості системи потенціалу, які відсутні в характеристиках кожного з її елементів взятого окремо.

Контраргументом застосуванню єдиного узагальнюючого показника в оцінці ЕПП є наголос на його поліструктурності. Ряд вчених [146; 16] притримується думки, що потенціал – багатопланове економічне поняття, тому оцінка його за допомогою якогось одного універсального показника не можлива. Для цього необхідна комплексна система показників, що характеризують загальну ефективність потенціалу і ефективність його окремих елементів.

Дискусійною є проблема вимірювання статичного та динамічного рівня потенціалу. Так В.І. Щелкунов розрізняє величину потенціалу в момент часу і швидкість зміни величини потенціалу, а Е.А. Сущенко виокремлює досягнутий і перспективний рівні потенціалу [175; 153]. При цьому досягнутий потенціал розраховується на основі фактично досягнутого організаційного рівня розвитку виробничих сил і ступеню використання потенційних можливостей виробничого апарату, а перспективний економічний потенціал розкриває максимальні можливості господарюючої системи, які визначають максимально можливий обсяг виробництва, що може бути досягнутим при ідеальних умовах виробництва і оптимальному використанні ресурсів. О. Страхова та Л. Слепнева зазначають, що для характеристики величини потенціалу можна використовувати різні (статичні) системи показників: функціональну, часову або просторову структуру [150, с. 28]. Але в теорії і практиці управління більш значущою є система показників, що характеризують динаміку змін, повноту використання і відхилення від бажаного або потрібного результату

Альтернативою оцінки може бути використання економетричних та індексних методів, що дають змогу оцінити наявність статистичних зв'язків між окремими факторами ЕПП [44; 31; 18]. Так С.В. Онишко пропонує скористатись методом канонічних кореляцій: знайти найбільше значення канонічного коефіцієнта кореляції між двома латентними відгуками у лінійних рівняннях розвитку потенціалу, де предикаторами виступають певні однорідні сукупності факторів (більше, ніж один фактор), а значення коефіцієнтів цих рівнянь відповідають найбільшому значенню канонічного коефіцієнта кореляції. Автор наголошує: „Методика розрахунку коефіцієнта канонічної кореляції спрямована на пошук його максимального значення, що дає додаткові підстави інтерпретувати результат як потенціал”. Використання індексного методу дає можливість аналізу змін явища (індивідуальний індекс) або групи явищ (груповий індекс) за певний проміжок часу і дозволяє виявити ступінь участі окремого фактора (зміни елементу потенціалу) в зміні його загального

показника. Якщо індексний метод належить до „статичних”, то метод регресійного аналізу є „динамічним” і може застосовуватись для побудови прогнозних значень потенціалу залежно від зміни певного його елемента (або їх групи) на підставі математично доведеної взаємозалежності.

Неоднозначними є методологічні принципи розрізнення абсолютного і відносного рівнів експортного потенціалу підприємства [21; 44; 155; 128; 179]. На думку Г. Башнянина абсолютний потенціал може бути визначений як різниця між абсолютними результатами діяльності і витратами ресурсів. За різного співвідношення витрат і результатів автор виокремлює три типи потенціалу: від’ємний, нульовий, позитивний. Відносний потенціал цей автор визначає як норматив ефективності функціонування системи, який також може бути від’ємним (в діапазоні від -1 до 0), нульовим та позитивним (від 0 до +1, „хоча потенційно може бути як завгодно більшим від 1”). А.В. Гриньовим розрізняється внутрішній (абсолютний) потенціал і зовнішній – порівняння з потенціалом конкурентів. В.А. Ткаченко та С.В. Каламбет вирізняють абсолютну величину потенціалу і відносний потенціал; при цьому під відносним розуміється неконкретизована до рівня точних обрахунків „схема” формування потенціалу, а абсолютний потенціал визначається через проведення відповідних аналітичних вимірювань. А.С. Поважний заглиблюється в дослідження потенціалу через відносні показники, визначаючи потенціал підприємства через приналежність до певного класу. О. Іоффе зазначає, що під експортним потенціалом слід розуміти не лише експортування продукції за кордон (абсолютний потенціал), але необхідно враховувати експортний потенціал підприємств одного регіону країни по відношенню до іншого (відносний потенціал), що особливо актуально для малого бізнесу.

Дискусійною в методології визначення експортного потенціалу підприємства, з огляду не описаний вище методичний „плюралізм”, є і одиниця вимірювання [51; 17]. Вітчизняні дослідження 70-80-х рр. минулого століття об’єднані ідеєю натурального вимірника потенціалу підприємства.

Так, на думку Ю.Ю.Донця, потенціал має вимірюватись в тих самих одиницях, що й обсяг виробництва. В.М. Архипов вважає, що, окрім обсягу виробництва, має враховуватись якість продукції в заданому асортименті. Визначення потенціалу підприємства через обсяг кінцевої продукції та (або) ресурсів, задіяних в ході її виробництва, було виправданим тоді з огляду на централізоване планове ціноутворення та екстенсивний характер розвитку народного господарства.

Впровадження ринкових основ в економіку країни спонукало до зміни “точки зору” на потенціал підприємства з “внутрішньої” (виробничої) на “зовнішню” (споживачів, кредиторів, інвесторів і т.д.). Замість категорії “вимірювання величини потенціалу” в літературі з’являється термін “оцінка потенціалу” [10; 159]. Метою оцінки потенціалу виступають: визначення вартості бізнесу для купівлі-продажу, застави, страхування; визначення межі росту виробництва і збуту продукції підприємства та оптимізація темпів зростання; прогнозування майбутніх грошових потоків тощо.

Таким чином пріоритету набув грошовий вимірник як „втілення” (результат використання) вартісного методу оцінки і просто як універсальна одиниця вимірювання в економіці. Перевагою грошового вимірника є порівнянність складових-потенціалів підприємства, недоліком – ускладнення оцінки загального експортного потенціалу підприємства необхідністю аналізу і врахування динаміки цін, валютних курсів, процентних ставок тощо. З огляду на це в певних випадках доцільно використовувати натуральний вимірник, який, на нашу думку, може застосовуватись за умов:

- традиційного для галузі вимірювання обсягу всієї продукції в натуральних одиницях (наприклад, таким вимірником в молокопереробній підгалузі АПК є „умовний літр молока”, що використовується для перерахунку обсягів виробництва різних молокопродуктів);

- призначення результатів обчислення потенціалу внутрішньому користувачеві (коли потенціал визначається для планування виробництва і збуту, оптимізації його структури та темпів зростання);

- спрямованості розвитку експортного потенціалу на збільшення ринкової частки (як пріоритету), а не на максимізацію поточного прибутку;

- монопродуктового, вузькоспеціалізованого виробництва (коли проблема співставності потенціалів напрямків діяльності для підприємства не є актуальною);

- приналежності галузі до числа тих, розвиток яких (потенціал росту) має фізичні (природні) обмеження. Так, потенціал росту харчової промисловості обмежений фізіологічними можливостями людини щодо споживання продуктів, а потенціал видобувної – обсягами запасів природних копалин і т.п.

В ході аналізу методичних основ оцінки експортного потенціалу підприємства ми виділили наступні підходи:

- ресурсний підхід, в рамках якого були виокремлені сировинно – потужнісний метод, інвестиційний метод, метод „суми ресурсів”, метод продуктивності ресурсів та метод оцінки конкурентоспроможності;
- результатний підхід, який включає вартісний та виробничо – комерційний методи;
- графоаналітичний підхід, що включає методику ГІС – аналізу та картографічного моделювання.

На рис.1.3 узагальнено методичні підходи до оцінки експортного потенціалу. На основних методиках ми зупинимось більш детально.

1. Ресурсний підхід до вимірювання потенціалу базується на наступному принципі: „потенціал – сукупність ресурсів... в процесі оцінювання слід досліджувати фактори внутрішнього середовища підприємства... окреме підприємство саме по собі дуже мало впливає на зовнішні фактори, отже в методиці не слід зосереджувати увагу на їх вимірі” [37, Ст. 25].

1.1. Сировинно – потужнісний метод. Використання даного методу засновується на положенні про необхідність виділення ключового чиннику ЕПП, який обумовлює результат діяльності підприємства. В ході оцінки

визначаються власні обмеження розвитку експортного потенціалу: як обмеження потужностей (якщо сировини достатньо) або навпаки - як обмеження сировинного ресурсу при достатності (надлишку) потужностей. Ефективність застосування даної методики обумовлюється доступом до інформації на сировинних ринках та рівнем насиченості експортного ринку збуту підприємства. В разі, якщо розвиток ЕПП обмежується не сировинно – потужнісними факторами, а конкуренцією на зовнішньому ринку, використання даного методу стає обмежено актуальним. Сировинно – потужнісний метод розробляється і знаходить практичне застосування в роботах П.В. Осіпова, В.Н. Гончарова, З.В. Герасимчук та Л.Л. Ковальської [113; 146; 42].

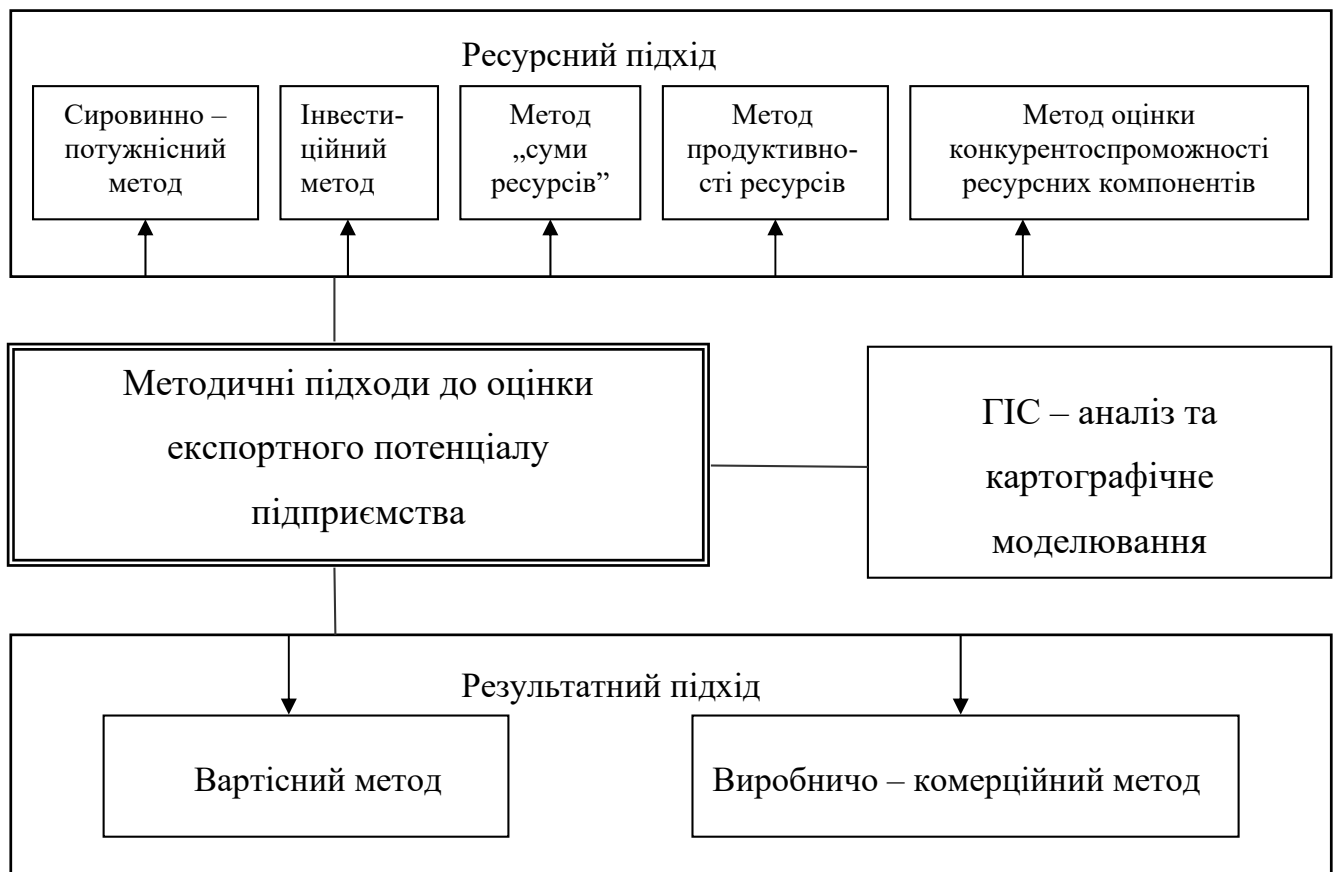


Рис.1.3. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу підприємства

1.2. Інвестиційний метод. Ключове положення даного методу [44; 156]: оцінку експортного потенціалу необхідно здійснювати за критерієм достатності у підприємства фінансово – економічних ресурсів для ефективного забезпечення експортної діяльності без шкоди для інших напрямків. В разі застосування методики А.В. Гриньова до оцінки експортного потенціалу останній рекомендується визначати через показник питомої ваги витрат на розвиток ЕПП в загальній їх сумі, оскільки даним автором потенціал розглядається як інвестиційні можливості підприємства на певний проміжок часу. Інший дослідник - А.А.Тріфілова - оцінюючи потенціал, застосовує методику оцінки фінансової стійкості, що характеризує здатність підприємства забезпечити діяльність власними оборотними коштами, довгостроковими та короткостроковими кредитами.

1.3. Метод „суми ресурсів”. Використання методу базується на принципі [83; 72]: потенціал підприємства – це максимальна спроможність до виробництва матеріальних благ та послуг з врахуванням всіх наявних ресурсів. Виходячи з цього величина потенціалу в гривнях для практичних розрахунків, за І.А. Коршуновою, визначається як сума виробничої потужності, оборотних фондів, фінансових і трудових ресурсів. Для вартісної оцінки трудових ресурсів використовується показник – норматив заміщення трудових ресурсів виробничими фондами, який визначається як відношення нормативу ефективності трудових ресурсів до нормативу ефективності виробничих фондів ⁵.

Кількість напрямків ресурсної оцінки визначається в залежності від цілей дослідження експортного потенціалу і його галузевої специфіки. Так за методикою П.Г.Перерви та А.П.Косенко [177, с. 182] оцінку потенціалу пропонується проводити шляхом виокремлення чотирьох його складових (організаційно – управлінської, ринкової, науково – технічної та виробничо - технологічної) з наступною оцінкою забезпеченості кожної складової

⁵ У відповідності з рекомендаціями Центрального економіко – математичного інституту, норматив ефективності трудових ресурсів дорівнює 20% від середньорічної зарплати в промисловості, а норматив ефективності виробничих фондів дорівнює 10% від вартості фондів.

потенціалу ресурсами різних типів (кадровими, матеріально – технічними, фінансовими, інформаційно - технологічними).

Ресурсні обмеження розвитку експортного потенціалу належать не тільки виробництву. Згідно з методикою Н.І. Басюркиної [19, с. 80], потенціал визначається як сума економічних потенціалів сировинної зони ($ЕП_c$), виробництва ($ЕП_в$) і торговельної мережі ($ЕП_m$):

$$ЕП_i = ЕП_c + ЕП_в + ЕП_m. \quad (1.1)$$

Для виміру потенціалу автор пропонує користуватись сумою показників фондомісткості, трудомісткості і матеріалоємності продукції в сировинній зоні, переробному підприємстві та на підприємствах фірмової торгівлі, що визначаються як відношення витрат елементів виробництва до його результату.

З врахуванням вищенаведених положень, економічна ефективність розвитку підприємства розраховується за формулою⁶:

$$Еф = \frac{ФЕ + ТЕ + МЕ}{X}, \quad (1.2)$$

де $ФЕ$, $ТЕ$, $МЕ$ – фондомісткість, трудомісткість і матеріалоємність всього випуску продукції, включаючи витрати в сировинній зоні, на переробку і реалізацію продукції; X – випуск продукції підприємства.

Використання цієї методики дає можливість визначити стратегію розвитку експортного потенціалу на основі критеріїв мінімізації витрат на виробництво, транспортування і реалізацію продукції та максимізації результату. Згідно з дослідженнями Н.І. Басюркиної в групі підприємств, які мають власні сировинні зони, показник витрат на 1 грн. виробленої продукції дорівнює 0,76, а на підприємствах, де не поєднано сільськогосподарське і промислове виробництво – 0,89 грн.

1.4. Метод продуктивності ресурсів. Застосування даного методу виходить з припущення щодо необхідності врахування не стільки

⁶ Третю складову формули рекомендовано включати до витрат на одиницю продукції тих підприємств, які самі займаються реалізацією своєї продукції.

кількісного, скільки якісного параметру ресурсів – їх продуктивності. Враховуючи це, абсолютна величина експортного підприємства (P_e) може бути розрахована як добуток кількості використаних на його розвиток ресурсів на їх продуктивність і час використання (формула 1.3). Подібну формулу пропонує використовувати для розрахунку трудового потенціалу М. Бухалков, зазначаючи, що його підхід є універсальним [34, с. 30].

$$P_e = \sum_{i=1}^m Q_i W_i T_i, \quad (1.3)$$

де Q_i - величина ресурсів, що використовуються; W_i - продуктивність ресурсів; T_i - час (тривалість) реалізації стратегії розвитку ЕПП.

Крім кількісного показника – величини потенціалу – Г.М. Самостроєнком відзначається необхідність якісної оцінки таких властивостей потенціалу як: тіснота взаємодії компонентів, трудомісткість реалізації потенціалу, можливість нарощування потенціалу в процесі реалізації тощо [138, с. 28].

1.5. Метод оцінки конкурентоспроможності. Дозволяє деталізувати якісну оцінку ресурсних компонентів потенціалу [23; 12; 132; 181]. Ми відносимо оцінку конкурентоспроможності ЕПП до ресурсних методів з певними застереженнями, оскільки ключові компетенції або конкурентні переваги (на визначенні яких ґрунтується оцінка) є, з однієї сторони, результатом цілеспрямованої діяльності підприємства щодо їх розвитку, а, з іншої, ресурсом майбутнього розвитку ЕПП.

Додатковим аргументом є те, що ресурсна концепція управління потенціалом узгоджується з концепцією організаційного потенціалу І.Ансоффа, в якій найбільшої уваги приділяється аналізу сильних і слабких сторін підприємства, а конкурентні переваги підприємства визначаються, в першу чергу, його специфічними матеріальними і нематеріальними ресурсами, а не ринковою кон'юнктурою.

Методики, які базуються на оцінці ЕПП шляхом визначення конкурентних переваг підприємства, передбачають використання бази

(об'єкта, еталона) порівняння і шкали відносних оцінок, оскільки конкурентоспроможність є відносною величиною і змінюється залежно від зміни об'єкта порівняння. Таким чином, стан ЕПП в конкретний момент часу визначається:

- ресурсами підприємства з врахуванням їх цінності, унікальності та рідкості;
- конкурентним оточенням, в особливості ключовими компетенціями конкурентів і їх ресурсами;
- організаційними та управлінськими процесами на підприємстві, спрямованими на розвиток ключових компетенцій, інтеграцію всіх видів діяльності та підвищення здатності до самонавчання.

Методологія визначення потенціалу на основі конкурентоспроможності розвивається, при цьому нові дослідження відкривають ряд нових складових технології оцінки:

- Я.В.Бурко виокремлює групи ресурсів, які мають особливе значення в формуванні конкурентної переваги: виробничо – технологічне обладнання (від характеристик якого напряму залежить отримання підприємством переваг від економії на масштабах виробництва і порівняно вищої якості продукції), фінансова позиція підприємства, кадрові ресурси, торгова марка, лояльні споживачі, активи, пов'язані з географічним місцеположенням та стійкі ділові зв'язки, пропонуючи проводити оцінку зазначених груп ресурсів на відповідність критеріям цінності, унікальності та рідкості [33, с. 18-19].

- А.Челенков та В.Коляда відзначають необхідність аналізу конкурентоспроможності потенціалу на взаємопов'язаних ринках (наприклад, ринку молока і молочної продукції) з метою дослідження можливостей співпраці і кооперації з учасникам суміжних (взаємопов'язаних) ринків та безпосереднього виходу на ці ринки [168, с. 96].

- Н.В.Гайдамак в ході конкурентного аналізу потенціалу наголошує на необхідності врахування не тільки можливостей підприємства, але і небезпек, пропонуючи оцінювати за критеріями сили впливу і рівня ймовірності

наступні небезпеки: можливості появи нових конкурентів, уповільнення росту ринку, несприятливу політику уряду, зростання конкурентного тиску, зміну потреб і смаків покупців, зростання сили тиску покупців і постачальників на виробника, затування ділового тиску [40, с. 330].

- П.П.Стичішин доповнює методику оцінки ЕПП та визначення оптимальних регіональних напрямів його реалізації шляхом побудови багатокритеріальної моделі “конкурентоздатність експортера – привабливість ринку” [148, с. 34].

- Л.Кобиляцький [67, с. 70] розширює методику П.П.Стичішина, здійснюючи оцінку ЕПП і визначаючи регіональні напрямки максимізації експорту на основі багатофакторної моделі „привабливість ринку – конкурентоспроможність експортера – конкурентоспроможність продукції/послуг”. Для оцінки конкурентоспроможності підприємств пропонуються чотири групи оціночних показників: першу складають показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом, другу – фінансами, третю – збутом і просуванням продукції на ринку, четверту – показники конкурентоспроможності продукції (якість і ціна).

Критерій привабливості ринку розраховується на основі показників, що відображають місткість, стабільність і перспективність ринку, рівень конкуренції і можливості експортера щодо ведення конкурентної боротьби на даному ринку.

Алгоритм розрахунку конкурентоспроможності складається з трьох послідовних етапів:

- розрахунку одиничних показників конкурентоспроможності підприємства і переведення їх у відносні величини з наступним співставленням з базовими показниками;

- розрахунку показників конкурентоспроможності підприємства;

- розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності продукції ($K_{кп}$)

– розраховується як відношення цін світового ринку з врахуванням затрат на

забезпечення зовнішньоторговельних операцій, експортних та митних зборів за формулою:

$$K_{kpi} = P_{wi} \cdot P_{di} (I_m + I_v), \quad (1.4)$$

де P_{wi} та P_{di} – ціни на i -ту продукцію на світовому та внутрішньому ринках; I_m – індекс експортного митного збору; I_v – індекс затрат на забезпечення експорту.

Перелік потенційної продукції для експорту визначається за окремими товарними позиціями; мета полягає в виявленні товарних позицій, коефіцієнт яких є максимальним при значеннях більше одиниці: $K_{kpi} > K_{kp} \max$.

2. Результатний підхід до оцінки ЕПП ґрунтується на положенні, що не пасивна складова – ресурси, а активна – результат попереднього розвитку – свідчить про здатність підприємства до розвитку в подальшому. Таким результатом може бути „ринкова позиція, яка забезпечить високу вірогідність появи нових ефективних організаційних і технологічних рішень” [144, с. 253].

2.1. Вартісний метод безпосередньо пов’язаний з поняттям „оцінка” ЕПП [37; 159]. Академічне значення терміна „оцінка” дозволяє суперечливе різночитання: з одного боку, під оцінкою розуміється кінцеве (post factum) вимірювання стану системи, ефективності її функціонування; з іншого – визначення вартості об’єкту. В останньому випадку, оцінка вартості потенціалу підприємства – це упорядкований, цілеспрямований процес визначення у грошовому виразі вартості об’єкта з урахуванням потенційного і реального доходу, який має місце в певний проміжок часу за умов конкретного ринку.

Універсальність вартісної оцінки потенціалу не є беззаперечною. Зокрема, І.В. Журавльова наголошує на тому що до складу потенціалу входить людський капітал, який не може бути об’єктом купівлі – продажу [55, с. 46].

Спираючись на міжнародний досвід, класифікацію методів вартісної оцінки ЕПП можна провести відповідно до різних ознак [114, с. 175]. В якості їх можна використовувати характер взаємозв'язків людини і головних складових процесу її праці. Зрозуміло, що видів таких взаємозв'язків у будь-якій господарській діяльності (економічній системі) може бути тільки три: результати (прибуток, ефект); витрати; порівняння результатів і витрат. На базі цього використовуються три групи методів оцінки: 1) дохідний (результатний); 2) витратний; 3) ринковий (результатно-витратний). Вказані різновиди можуть бути виділені й на основі іншої ознаки — урахування ділянки континуума часу, що приймається до уваги при оцінці. Так, якщо враховується лише минулий час, то методи відносяться до витратних, теперішній — ринкових, майбутній — дохідних.

З метою створення універсального інструменту діагностики змін розміру та структури потенціалу підприємства можна використовувати одномоментні оцінки його вартості [110, с. 7]. При цьому зі стратегічного погляду існують три ключові точки управління цим процесом: 1) розрахункова вартість; 2) фактична (ринкова) вартість; 3) потенційна вартість. Кінцевим результатом оцінки виступає максимально можлива (у деяких літературних джерелах оптимальна) вартість, до якої має прагнути підприємство задля мінімізації альтернативних витрат і максимізації альтернативних доходів.

Використовуючи методику А.Ю. Жулавського та Є.В. Лапіна [54, с. 89], ЕПП слід розраховувати як суму прибутку від реалізації продукції, отриманого від використання в певному році активної і пасивної частин основних фондів, оборотних фондів і нематеріальних активів і амортизаційних відрахувань від залишкової вартості активної, пасивної частин основних виробничих фондів і нематеріальних активів. На основі отриманого показника розраховується дисконтована економічна оцінка потенціалу.

2.2. Виробничо – комерційний метод. Оцінка ЕПП передбачає розрахунок обсягів експорту, як ретроспективного, так і вірогідного в майбутньому [73; 184].

В.М. Бегма та Г.І. Мазуров, фокусуючи своє дослідження на розвиток експортного потенціалу підприємств ВПК, зазначають: „Експортний потенціал визначається як частина виробничого потенціалу, результати діяльності якого реалізуються в зовнішньоекономічній сфері” [22, с. 46]. Звідси оцінка величин фактичного експортного потенціалу дорівнює фактично реалізований за кордон продукції, обчислений в одній з ВКВ. Щодо максимально можливого експортного потенціалу (E_{nn}), то його ці автори рекомендують розраховувати за формулою:

$$E_{nn} = (B_{mn} + B_{mn} (0,98 - K_{\text{вн}})) * K_1 * K_2, \quad (1.5)$$

де B_{mn} - вартість фактично виробленої товарної продукції, млн.дол.; $K_{\text{вн}}$ - коефіцієнт використання виробничої потужності; K_1 - коефіцієнт експортної спеціалізації; K_2 - коефіцієнт відповідності продукції світовому технічному рівню.

Причому:

$$K_1 = (B_{mni} - B_{mnk}) : B_{mnk}, \quad (1.6)$$

де B_{mni} - вартість фактично виробленої товарної продукції i - того виду; B_{mnk} - вартість товарної продукції, що необхідна для задоволення попиту внутрішнього ринку країни.

$$K_2 = B_{mnci} : B_{mni}, \quad (1.7)$$

де, B_{mnci} - вартість фактично виробленої продукції i -того виду, що відповідає вимогам світового ринку.

Як варіант виробничо-реалізаційного методу оцінки ЕПП можна розглядати і формулу Т.І. Ломаченко [82, с. 72], адаптовану до розрахунку потенціалу для виноградарсько – виноробних підприємств:

$$Enn = (ax1 + vx2 + cx3) * K_{екс}, \quad (1.8)$$

де $x1$ – грошова оцінка землі; $x2$ – затрати праці на 1 га землі; $x3$ – вартість матеріально – технічних засобів, що витрачені на цю площу; $K_{екс}$ – частка експортної продукції із загального обсягу продукції, визначена на основі $K_{кон}$ – коефіцієнта конкурентоспроможності продукції, K_c – коефіцієнта попиту.

Відмінністю графоаналітичного підходу від ресурсного і результатного є високий ступінь використання засобів унаочнення при вивченні ЕПП шляхом картографічного моделювання і ГІС-аналізу [157, с. 102].

ГІС-аналіз (географічна інформаційна система) - це процес пошуку просторових закономірностей розподілу даних і взаємозв'язків між об'єктами, його використання передбачає відстеження трансформування експортного потенціалу підприємства, змін визначальних характеристик як економічної системи підприємства, так і зовнішньої суспільно-географічної системи, їх елементів, зв'язків між ними та пропорцій. Результати ГІС-аналізу подаються у вигляді системи карт, значень у таблицях, або відображаються на структурно-динамічних діаграмах і графіках. Найзагальніші завдання, методи і напрями використання просторового ГІС-аналізу представлені у таблиці (Додаток А, табл. 2). Відображення на карті інформації «до» і «після» події в процесі оцінювання наслідків дає можливість спостерігати вплив тих чи інших чинників на розвиток експортного потенціалу підприємства.

В табл.1.5. наведено результати порівняльного аналізу методичних підходів до оцінки експортного потенціалу.

Проведений критичний аналіз методичних підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства дозволяє зробити наступні висновки:

- як правило, використання пропонованих методик потребує збору додаткових первинних даних, що неминуче супроводжується додатковими витратами часу і коштів;

Таблиця 1.5

Порівняльна характеристика основних методів оцінки експортного потенціалу підприємства

Характеристика	Методи оцінки експортного потенціалу підприємства					
	Інвестиційний метод	Метод продуктивності ресурсів	Метод оцінки конкуренто-спроможності	Вартісний метод	Виробничо-реалізаційний метод	ГІС-аналіз та картографічне моделювання
Умови застосування	Наявність детальної інформації про вартість залучення факторів розвитку ЕПП	Відомі продуктивність ресурсів та часова перспектива розвитку ЕПП	Дефіцит внутрішньої інформації, можливість отримання даних про конкурентів	Відомий баланс підприємства, умови господарювання незмінні	Наявні дані щодо обсягів виробництва та експорту продукції	Наявність даних щодо розвитку ринків збуту
Оцінка	Абсолютна	Відносна	Відносна	Абсолютна	Абсолютна	Відносна
Точність оцінки	Середня	Середня	Невисока	Середня	Невисока	Середня
Витрати	Незначні	Середні	Середні	Незначні	Незначні	Значні
Переваги методу	Можливість оптимізувати витрати та підвищити фінансову стійкість підприємства в ході розвитку ЕПП	Можливість використання попереднього досвіду щодо планування розвитку	Можливість оцінки всіх факторів розвитку ЕПП, в т.ч. і тих, що не піддаються прямій кількісній оцінці	Можливість пошуку шляхів зниження витрат та збільшення прибутку	Простота та оперативність розрахунків	Наочність результатів, простота відслідковування розвитку, як виробника, так і зовнішнього ринку
Недоліки методу	Задачі управління інвестиціями можуть суперечити стратегії розвитку ЕПП	Ігнорування фактору зміни умов розвитку, можливість значної похибки з ростом часової перспективи оцінки розвитку ЕПП	Суб'єктивний характер результатів, вірогідність неточного і/або неповного відображення стану ЕПП	Можливість похибки в ході обрахунку якісних складових ЕПП, які погано піддаються вартісній оцінці.	Неможливість вирахування впливу окремих факторів розвитку на результат, а значить обмеженість використання методу в управлінні	Фіксування статичних станів потенціалу, обмежена придатність методу для використання в плануванні розвитку ЕПП

- часто автори користуються експертними оцінками, що вносить значну суб'єктивність в результат;
- структура аналізу часто не відповідає поданий автором структуризації потенціалу як об'єкту оцінки;
- місце оцінки потенціалу в системі управління його розвитком часто не визначається, з огляду на це, оцінка виглядає не інструментом управління, а самоціллю дослідження;
- методи оцінки експортного потенціалу в більшості не враховують ступінь залучення підприємства до міжнародної діяльності та його галузеву специфіку.

Слід відзначити, в наукових дослідженнях часто ототожнюються поняття „експорту” та „експортного потенціалу”. Більшість публікацій під назвою „експортний потенціал” приховує статистику експорту. Подібне не розмежування на рівні категорій причини (потенціалу) і наслідку (обсягу експортування) призводить до неоднозначного розуміння проблеми оцінки потенціалу: як вимірювання величини (причини) чи оцінки ефективності використання (наслідку)?

З огляду на проведені дослідження, за статистикою публікацій можна зробити висновок: експортний потенціал більшістю дослідників визначається через виробничий потенціал підприємства, причому оцінкою потенціалу виступає відсоток експорту в обсязі виробленої продукції. Тобто, єдиним агрегованим фактором ЕПП стає обсяг виробництва продукції підприємства.

На практиці до складу факторів експортного потенціалу, як ми вже зазначали, входять: виробництво, маркетинг, управління, логістика тощо. Представлення їх впливу через обсяг продукції підприємства, по-перше, призводить до неповного врахування складових потенціалу в його величині, по-друге, унеможлиблює виокремлення впливу факторів на потенціал, а значить і ефективне управління величиною останнього через структуру і масштаби задіяних ресурсів. Іншою крайністю може стати занадто широкий перелік факторів (складових) експортного потенціалу підприємства, надмірна

їх деталізація. Оптимальна кількість складових моделі вимірювання ЕПП, на нашу думку, може варіювати в залежності від:

- мети розрахунку величини потенціалу (управлінські цілі потребують більшої деталізації, ніж зовнішні);
- розмірів підприємства (більші підприємства – глибший аналіз);
- диверсифікованості діяльності;
- часу, відведеного на проведення розрахунків, і рівня компетенції виконавців тощо.

Можливо, в окремих випадках через унікальність самого підприємства або умов оточення, в яких воно опинилось, доцільно будувати модель вимірювання експортного потенціалу за особливим переліком факторів.

Зрозуміло, що залежність між факторами (складовими) ЕПП і його величиною не завжди буде прямою та лінійною. Напрямок і величину впливу кожного чинника на експортний потенціал можна визначити (в разі наявності кореляції між показниками), проаналізувавши ретроспективну динаміку їх взаємодії і враховуючи при цьому прогнози змін в динаміці. Перетворення однофакторних моделей в інтегральну багатофакторну пов'язане з проблемою врахування вагомості окремих складових експортного потенціалу організації. Одним з шляхів її розв'язання є визначення вагомості з допомогою методів економіко-математичного моделювання чи експертних оцінок, але слід відзначити: важливість складових потенціалу протягом життєвого циклу підприємства може змінюватись. Постає питання: як врахувати фактор “втрати-набуття” вагомості? Сполучення окремих факторів між собою створює синергійні ефекти, вираження яких через вільний член моделі вимірювання експортного потенціалу не буде важелем для управління ними. В. Н. Авдєєнко і В.А. Котлов [10, с. 65] звертають увагу на відсутність повної замінності факторів потенціалу (тобто, в разі, якщо один з складових потенціалу підприємства дорівнюватиме нулеві, нульове значення прийме і величина потенціалу в цілому). Тому, при будь-якому моделюванні вимірювання потенціалу через його окремі складові, обсяг залучення

останніх має бути більшим за нуль. Визначення наявного і перспективного значення зумовлює необхідність виділення статичної і динамічної складової ЕПП, але тоді як наявний потенціал має точне значення, перспективний – лише імовірнісне, і тут методологічною проблемою стає зниження ризику похибок при його оцінці.

Проблеми у сфері вимірювання експортного потенціалу є поліструктурними і потребують комплексного вирішення. Певним кроком на шляху їх розв'язання може стати розробка загальної методичної схеми оцінки ЕПП (рис.1.4).

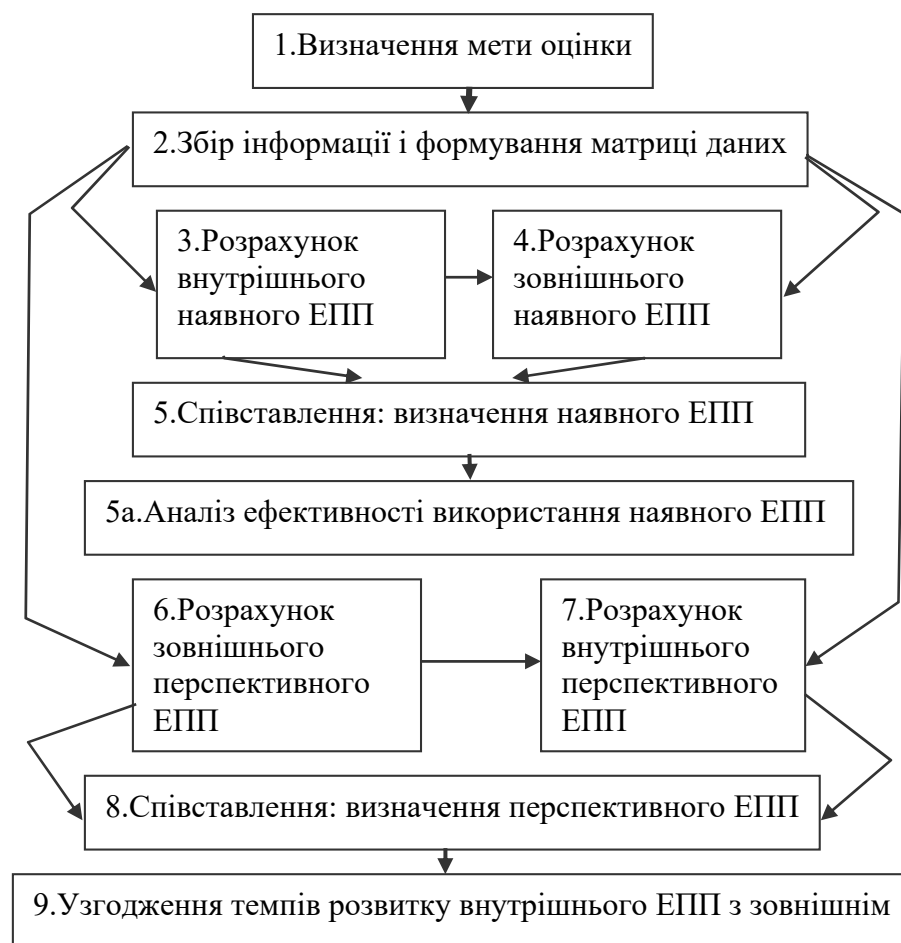


Рис. 1.4. Методична схема оцінки експортного потенціалу підприємства

Розвиваючи ідею необхідності врахування в структурі експортного потенціалу підприємства не лише внутрішніх, але і зовнішніх компонентів,

ми в підрозділі 1.1. запропонували розглядати проблеми і перспективи розвитку ЕПП крізь призму формально-логічної моделі, яка включає наступні складові:

- внутрішню - потенціал виробництва продукту виробником,
- зовнішню - потенціал споживання цього продукту цільовим експортним ринком і потенціал нормативно-правового (державного і міжнародного) регулювання переміщення продукту від виробника до закордонного споживача.

Щонайперше визначається мета оцінки ЕПП. З огляду на призначення результатів і вимог щодо терміновості, точності та необхідного рівня деталізації кінцевих показників планується власне процес оцінки. Встановлюється часова перспектива для розрахунку перспективного ЕПП.

Далі у відповідності з поставленими вимогами проводиться збір інформації і формування матриці даних. Матриця даних як основа для розрахунку ЕПП включає дві осі: вісь часу – розмежовує наявний і перспективний рівні; вісь сукупності чинників – формує внутрішній і зовнішній рівні.

Поділ величини потенціалу на дві пари значень пов'язаний з необхідністю логічного узгодження кінцевого результату. Для вимірювання наявного потенціалу визначальною є внутрішня складова, для перспективного - зовнішня, оскільки підприємство в довгостроковому періоді може змінювати форму присутності на зовнішньому ринку, не прив'язуючись до поточних сировинних можливостей та виробничих потужностей.

Третім етапом методичної схеми є розрахунок внутрішнього наявного експортного потенціалу підприємства, який включає:

$$\text{ЕПП}_{\text{внпт}} = E + \text{НЕ} + \text{НВ}, \quad (1.9)$$

де $\text{ЕПП}_{\text{внпт}}$ - внутрішній наявний експортний потенціал підприємства; E – обсяг експорту в попередньому часовому періоді; НЕ – “не експортоване з

виробленого”, тобто продукція з експортними характеристиками, що в силу різних причин була реалізована на внутрішньому ринку;

НВ – не вироблена експортпридатна продукція в рамках можливостей потужності підприємства.

Якщо метою підприємства є збільшення власної частки на зовнішньому ринку, розрахунки за формулою (1.9) доцільно проводити в натуральних одиницях.

Четвертим етапом на шляху визначення експортного потенціалу підприємства є розрахунок зовнішнього наявного потенціалу (1.10):

$$ЕПП_{з\text{нпт}} = E + B + P, \quad (1.10)$$

де $ЕПП_{з\text{нпт}}$ – зовнішній наявний експортний потенціал підприємства; E – обсяг експорту в попередньому часовому періоді; B – сегмент ринку, що в силу недовиробництва та недоекспортування виробленої продукції, був незайнятий підприємством; P – згаяні можливості нарощення експорту, що з’явилися з причини росту місткості ринку і змін в структурі попиту, зменшення конкуренції, послаблення дії міжнародних регуляторних обмежень та впливу інших ринкових бар’єрів.

Для визначення місткості можна скористатись базовою формулою:

$$Q = N * K * F * P, \quad (1.11)$$

де N – кількість потенційних споживачів в даному сегменті; K – відсоток покупців, готових придбати товар, що досліджується; F – середня кількість покупок в даному сегменті за досліджуваний період; P – середня ціна товару [169, с. 33].

При цьому слід враховувати, що будь-який ринок менш підвладний змінам, ніж його окремі сегменти [169, с. 37].

П’ятий етап - співставлення внутрішнього і зовнішнього потенціалів. Як наслідок, можливі дві конфліктні ситуації:

$$ЕПП_{з\text{нпт}} > ЕПП_{в\text{нпт}} \text{ і } ЕПП_{з\text{нпт}} < ЕПП_{в\text{нпт}}. \quad (1.12)$$

В силу більшої точності значення внутрішнього потенціалу йому слід надати пріоритету і обрати для подальшого розрахунку. Підсумком попередніх етапів процесу визначення величини експортного потенціалу підприємства має стати аналіз ефективності використання наявного потенціалу, розрахований як відношення обсягу експорту до експортного потенціалу (%) або прибутку (виручки) від експортування до величини потенціалу (грн./од.потенціалу).

Шостий і сьомий етапи – розрахунок внутрішньої і зовнішньої складової перспективного експортного потенціалу. Внутрішній експортний потенціал підприємства в n -році можна визначити, екстраполюючи минулі тенденції виробництва на майбутнє, корегуючи прогноз (фактори корекції – галузеві темпи нарощення потенціалу і їх зміна, доцільні межі росту потенціалу з точки зору технічних можливостей виробництва, забезпечення сировиною, інвестиційними ресурсами тощо).

Величину зовнішнього перспективного експортного потенціалу підприємства харчової галузі, на нашу думку, слід визначати методом інтерполяції. Головний аргумент – обмеження фізіологічних можливостей людини щодо споживання продуктів харчування. (Нижня межа – норми гігієни харчування щодо споживання продуктів населенням, верхня – рівень країн з розвинутою культурою споживання певного продукту, наприклад, сиру у Франції. Проблема неповноцінного харчування є актуальною для більшості країн, де рівень його не досягає гігієнічних норм.) Визначивши потенційну місткість експортного ринку (до уваги беруться демографічні, культурні, економічні фактори), врахувавши частку підприємства на ринку, тенденції її зміни, вплив чинників наддержавного рівня (валютних курсів, глобальної конкуренції тощо), отримаємо верхню межу зовнішнього перспективного експортного потенціалу підприємства.

Далі (восьмий етап) необхідно співставити внутрішній і зовнішній перспективний потенціал експорту. В разі виявлення суттєвих розбіжностей, практичної неможливості досягнення меж зовнішнього потенціалу, потрібно

встановити реальні межі його росту. Узгодження темпів нарощення внутрішнього потенціалу з темпами збільшення споживання надасть можливість визначити експортний потенціал підприємства на майбутнє по роках (дев'ятий етап за схемою рис.1.4). Отримані результати можуть бути використані в плануванні як своєрідне верхнє обмеження планових показників.

Таким чином експортний потенціал підприємства може бути оцінено різними способами: від проведення багатофакторного кількісного аналізу до майже інтуїтивних вербальних висновків. На даний момент найпоширенішими є методики, що нівелюють різницю між експортним потенціалом як першопричиною зовнішньоекономічної діяльності і експортом як результатом реалізації потенціалу підприємства. Негативним наслідком користування даними методиками є неможливість оцінки резервів використання ЕПП, що супроводжується необґрунтованими інвестиціями в його розвиток.

Оцінка експортного потенціалу є необхідною передумовою для прийняття рішень відносно вибору напрямку, обґрунтування цілей і їх ресурсного забезпечення, оптимізації витрат і забезпечення контролю за процесом реалізації заходів щодо розвитку ЕПП.

1.3. Розвиток експортного потенціалу підприємств: фактори та пріоритети

Умовою виживання будь-якого бізнесу є здатність адаптуватись до змін у зовнішньому середовищі. Але успішність діяльності забезпечується здатністю не лише до пристосування, а до передбачення і вчасної перебудови

внутрішніх функцій у відповідності не просто з сучасними, а з майбутніми умовами господарювання. Для означення змін, що відбуваються в системі підприємства, часто застосовується поняття „розвиток”.

Свідченням постійної уваги до проблеми розвитку в економічній науці являється різноманіття тлумачень самого терміну. За відправну точку в дослідженні процесів розвитку експортного потенціалу підприємств можна взяти онтологічне філософське визначення М. Чешкова [170, с. 71]: „Розвиток характеризує іманентну людині (людству) потребу-здатність до створення нових форм буття (свідомості); вказана потреба-здатність реалізується людиною як суб’єктом мислєдіяльності, що переслідує фундаментальні цілі і розгортається у варіативному процесі через різноманітні історичні типи і форми з їх просторовими масштабами і часовими режимами”.

З приводу властивостей розвитку економічних систем точиться наукова полеміка. Так, неоднозначним є прогресивний характер розвитку, суперечності існують у визначенні причин розвитку, відносно розмежовування процесів розвитку і зростання, проблеми стійкості розвитку та можливості управління ним.

Найпоширенішим є погляд на розвиток як на „прогресивний процес переходу об’єкта від одного якісного стану до іншого, досконалішого, від простого до складного, від нижчого до вищого”. [93, с. 3.] Такий дослідник як Моїсєєв М.М. не тільки ототожнює розвиток з прогресом, але і з конкретною формою розвитку – еволюцією”[98, с. 19]. Водночас ряд науковців доводять, що „розвиток не завжди є прогресивним, спрямованим на гармонізацію складових системи... він може мати регресивний характер”[101, с. 53].

Спiрним питанням є і визначення джерела змін в системі потенціалу підприємства або причини її розвитку. Відповідь на означене питання можлива через „внутрішній” і „зовнішній” погляд на систему потенціалу. Прибічники першого вбачають джерело змін в суперечностях, закладених в

самій економічній системі підприємства, інтерпретуючи економічний розвиток як закономірне і багаторазове повторення порядку та хаосу в руслі соціальної синергетики. [50, с. 45]. Іншого погляду притримується І.О.Богатирьов, визначаючи розвиток як сукупність змін, що відбуваються у соціально – економічній системі підприємства під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів [24, с. 74], тим самим розмежовуючи підприємство як об'єкт розвитку і сукупність факторів, що його визначають.

В підрозділі 1.1 нами було визначено, що експортний потенціал підприємства включає в себе окремі компоненти як його внутрішнього потенціалу, так і зовнішнього середовища (потенціал виробництва продукту, потенціал споживання цільових зарубіжних ринків та потенціал державного регулювання експортно-імпортних переміщень продукту від виробника до споживача). З цього витікає, що ряд факторів, які належать зовнішньому для підприємства середовищу, є внутрішніми факторами розвитку його експортного потенціалу, складаючи єдину систему. Таким чином, вважаємо, що розвиток експортного потенціалу підприємства зумовлений наступними факторами: змінами зовнішнього середовища (економіка, політика, етика культура й ін.); змінами внутрішнього середовища (переміщення працівників, перехід на використання нових технологій й ін.); потребами й інтересами людини і суспільства (потреба в додатковому продукті суспільства, потреба в самовираженні людини); старінням і зносом матеріальних елементів (устаткування, технології); змінами екології (забруднення чи очищення середовища); технічним прогресом; глобальним станом світового господарства тощо.

Предметом полеміки є розрізнення процесів зростання і розвитку за критерієм характеру змін в системі експортного потенціалу підприємства. Так ряд науковців стверджує, що зростання може відбуватися і за умов відсутності розвитку, в той час, як розвиток без зростання неможливий [137, с. 264]. Тут ми звертаємо увагу на те, що, виходячи з вищенаведеного визначення, зростання – обов'язкова, але не достатня умова розвитку;

зростання – лише етап накопичення кількості, яка, накопичившись, переходить в якість – розвиток. В.О.Василенко уточнює: „Розвиток – це придбання нової якості, що зміцнює життєдіяльність в умовах середовища, що змінюється” [35, с. 27]. Висновок про „якісний” характер розвитку експортного потенціалу знаходить відгук на методичному рівні, оскільки якісні зміни не піддаються прямому кількісному вимірюванню.

Визначальною сучасною тенденцією розвитку світового ринку, на якому безпосередньо реалізується експортний потенціал вітчизняних підприємств, є його глобалізація. Глобалізація – новітній етап багатовікового процесу інтернаціоналізації господарського життя, що характеризується зростаючою економічною відкритістю країн, лібералізацією національних режимів торгівлі і капіталопотоків, формуванням глобального фінансового ринку і всесвітньої інформаційної мережі. Згідно з аргументами Ю. Шишкова [173, с. 4 – 5], глобалізацію характеризують щонайменше три принципово нових явища: по-перше, світове співтовариство з рихлої сукупності більш-менш взаємопов’язаних країн перетворюється в цілісну економічну систему, по-друге, всесвітні економічні відносини набувають ролі провідних, визначальних над внутрішньокраїнними, по-третє, знецінюється регулююча і протекціоністська функція національних держав. Однак вищенаведені аргументи зовсім не є однозначними. Так М. Загладін зазначає: „Глобалізація не зовсім „глобальна”... сучасний етап світового розвитку характеризується, в першу чергу, поглибленням регіональних інтеграційних процесів [56, с. 6]. Цей автор послідовно доводить тезу про те, що роль національних держав в сучасному світі не зменшується, зокрема через те, що держави зберегли за собою можливість правого регулювання діяльності корпорацій. М.І. Федорчук підтверджує, що стійкий розвиток забезпечує не лише підприємство, але і держава, підтримуючи систему соціальних інститутів [157, с. 126]. Щодо прогнозу впливу глобалізації на діяльність економічних суб’єктів різних країн, то, на думку дослідників [160, с. 36], в

найближчому майбутньому система міжнародних відносин збереже теперішню свою форму „центр - периферія”.

Ідея можливості управління розвитком, в т.ч. розвитком експортного потенціалу підприємства, дискутується в рамках концепції стійкого розвитку [79; 41; 129; 171]. В.В. Куль біда та Л.Г. Кульбіда зазначають, що, з точки зору філософії, стійкість - одна з характеристик руху і розвитку матеріальної субстанції. Серед її можливих форм руху реалізуються лише стійкі форми, а хитливі – швидко руйнуються. З точки зору теорії систем, стійкість – це сталість послідовності з’єднання деяких елементів системи у часі в процесі її перетворень. На рівні підприємства під стійкістю розуміє його здатність протистояти різним негативним, природним та економічним впливам. Це означає не лише можливість переборювати несприятливі явища, але і уміння пристосовуватись до них, використовувати їх з найбільшим ефектом для підприємства. Важливою ознакою є стратегічний характер, на якому наголошується при визначенні стійкого розвитку як процесу, при якому досягнення наявних цілей підприємства не ставить під загрозу можливість досягнення цілей в майбутньому.

Разом з тим в рамках теорії корпоративного управління під здатністю підприємства до стійкого розвитку мається на увазі його здатність задовольняти потреби власника [185; 186]. Так, у випадку з Dow Jones Sustainability World Index здатність корпорації до стійкого розвитку визначалася як вигідність (shareholder value) підприємства, що створюється при використанні наявних можливостей і при зниженні ризиків розвитку. Дж. Фіксель дає більш широке визначення, розвиваючи цю ідею: „здатне до стійкого розвитку підприємство відповідає потребам сьогоденних і майбутніх поколінь власників і споживачів, виходячи з економічного благополуччя і спадковості для підприємства і його власників, соціального добробуту працівників підприємства і суспільної групи, що знаходиться в зоні його впливу, охорони навколишнього середовища і збереження ресурсів”.

Стійкий розвиток експортного потенціалу вітчизняних підприємств на сьогодні можливий при здійсненні державою політики підтримки стійкого розвитку на макrorівні. „Стійкого” - значить, в першу чергу, позбавленого криз, спрямованого на „згладження” піків і падінь циклу економічної кон’юнктури, свідомого обмеження матеріало- і енергомісткого розвитку [171, с. 12].

Основу стійкого розвитку експортного потенціалу підприємства складає його загальносистемна властивість до самоорганізації, універсальні закономірності якої вивчає такий міждисциплінарний науковий напрямок як синергетика [36; 25; 66; 80]. Зокрема Л. Бойко –Бойчук відзначає амбівалентний характер хаосу, який може бути як руйнівним, так і креативним, „підштовхуючи” в точці біфуркації систему до встановлення нового порядку. Виходячи з синергетичної концепції самоорганізації, експортний потенціал підприємства може розглядатися як складна відкрита нелінійна система, що обмінюється енергією, речовиною та інформацією із зовнішнім середовищем і в біфуркаційних станах набуває потенції до самоорганізації. Здатність до самовиживання Кунцевич В.О. пропонує розглядати як „потенціал виживання”. Під виживанням розуміється такий стан розвитку підприємства, який припускає своєчасність і економічність адаптації до змін зовнішнього середовища на основі основних законів розвитку підприємства: цілеспрямованості, динамізму та керованості.

Управлінський вплив на процеси розвитку може бути ефективним тільки тоді, коли він узгоджений з внутрішніми властивостями системи експортного потенціалу підприємства, тобто є резонансним. Слід також підкреслити, що, згідно з концепцією самоорганізації, нав’язування системі певного порядку, який суперечить її природі, неминуче призводить до руйнування „запланованої” схеми у майбутньому.

До внутрішніх закономірностей розвитку експортного потенціалу підприємства, яку необхідно враховувати в процесі управління, належить циклічність. Поведінку підприємства в умовах циклічного розвитку

описують такі концепції як: теорія “спрямованого розвитку підприємств”, теорія “циклічного розвитку підприємств” та концепція “життєвого циклу підприємств”.

Згідно з теорією “спрямованого розвитку” розвиток підприємства трактується як сукупність переходів від одного стану внутрішньої та зовнішньої рівноваги до іншого аналогічного стану, сформованого поточними обставинами і факторами. Траєкторія розвитку окремого підприємства може бути різної форми, але у цілому залежить від його здатності пристосовуватися до змін середовища господарювання та вирішувати внутрішні протиріччя. В основу оцінки та аналізу розвитку підприємства покладено його виробничу функцію та бюджетні обмеження, при цьому базовим критерієм аналізу виступає ефективність виробничої системи (процесу перетворення факторів виробництва у економічні блага). Перехід від одного рівня ефективності до іншого вимагає додаткових витрат ресурсів і часу. Етапність розвитку експортного потенціалу підприємства в площині даної концепції можна представити як: I етап – вихід підприємства – експортера на зовнішній ринок, II етап – концентрація зусиль на збільшенні обсягів реалізації, III етап – акцент на розширення географії збуту, IV етап – інвестування в місцеве виробництво (спільне підприємство).

В основі теорії циклічного розвитку лежать роботи М.Д. Кондратьєва та інших вітчизняних і зарубіжних вчених. Основою розвитку цієї теорії стали емпіричні свідчення щодо періодичного виникнення економічних криз у розвитку соціально-економічних систем різних рівнів. Таким чином, робиться висновок, що експортний потенціал підприємства також розвивається циклічно від однієї кризи до іншої. В основу даної теорії покладено критерій економічної ефективності, яка періодично виявляє тенденцію до зростання та зниження під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Подальшим розвитком цієї теорії стала концепція спірального розвитку підприємств, що характеризується не тільки коливанням ефективності соціально-економічних систем, але й їх переходом на якісно

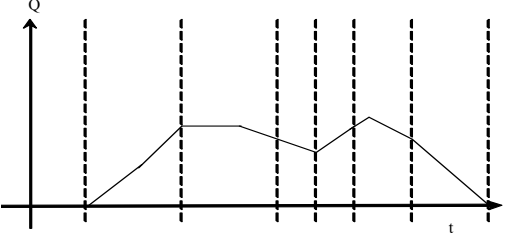
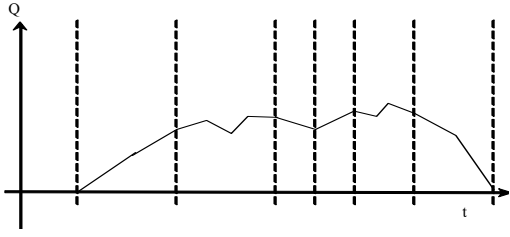
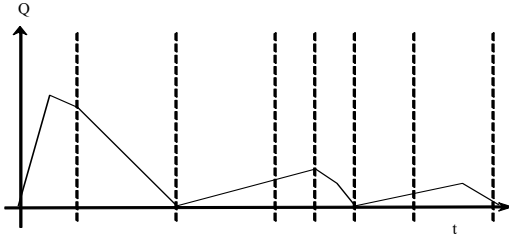
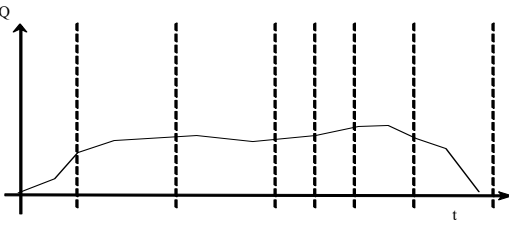
новий рівень. Розглядаючи розвиток експортного потенціалу підприємства крізь призму даної теорії слід звернути увагу на проблему діагностики і профілактики кризових явищ, які здатні скоротити його життєвий цикл і стати на заваді переходу з нижчого етапу розвитку на вищий.

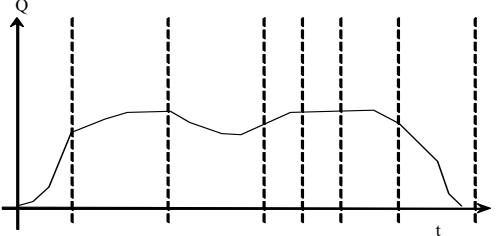
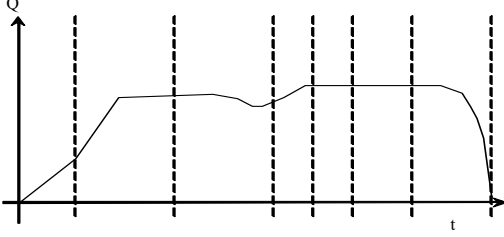
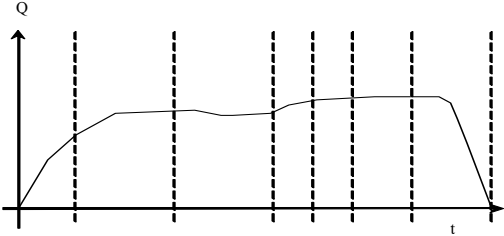
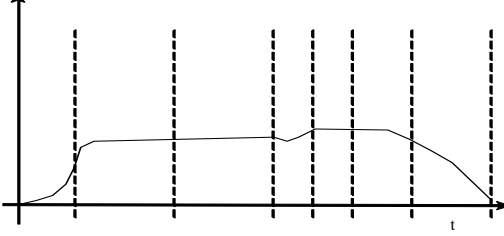
Відповідно до концепції “життєвого циклу” розвиток підприємства аналізується за критеріями витрат та отриманих результатів від моменту створення соціально-економічної системи до моменту її ліквідації, як організаційно самостійного утворення. Теоретичною основою цієї теорії є закон спадаючої віддачі економічних ресурсів та характер розвитку ринків. Кожна з фаз розвитку підприємства характеризується різними особливостями: обсягом та структурою витрат, фінансовими результатами, швидкістю зміни витрат та фінансових результатів і т. ін. Так протягом життєвого циклу експортного потенціалу підприємства відбувається зміна ключової складової його розвитку: на етапі зародження домінує маркетингова, фінансова та інноваційна складова, зростання і зрілості – трудова і виробнича, на етапах спаду і відродження – маркетингова.

Як вже зазначалось нами в п. 1.1., розвиваючи ідею необхідності врахування в структурі експортного потенціалу підприємства не лише внутрішніх (виробничих), але і зовнішніх компонентів, ми розглядаємо проблеми і перспективи розвитку ЕПП крізь призму формально-логічної моделі, яка включатиме три складові: потенціал виробництва продукту виробником, потенціал споживання цього продукту цільовим експортним ринком і потенціал нормативно-правового (державного і міжнародного) регулювання переміщення продукту від виробника до закордонного споживача.

Засновуючись на концепції життєвого циклу і, зокрема, на її інтерпретації В.І. Щелкуновим [175, с. 18], було визначено роль та функції внутрішніх складових експортного потенціалу (потенціалу виробництва продукту) на різних етапах його розвитку (табл. 1.6).

**Закономірності розвитку компонентів потенціалу виробництва
експортного продукту**

Компонент потенціалу	Графічна інтерпретація	Характеристика
1	2	3
Технічний		- Перший етап характеризується випереджальним розвитком технічного потенціалу ЕПП відносно технологічного; - Технічний потенціал потребує порівняно високих витрат не лише на етапах створення і оновлення, а й протягом всього життєвого циклу; - Рівень використання технічного потенціалу досягає максимуму на етапі зрілості ЖЦ ЕПП.
Технологічний		- Адекватний розвиток технологічного потенціалу є можливим тільки при достатньому технічному рівні розвитку ЕПП; - Технологічний потенціал потребує, як правило, частішого оновлення, ніж технічна складова ЕПП; - Накопичений виробничий досвід, що забезпечує перевищення технологічного потенціалу над технічним в кінці ЖЦ, сприяє тривалішому прибутковому використанню ЕПП.
Фінансовий		- Найвищою є потреба в фінансових ресурсах на початковій (інвестиційній) фазі ЖЦ ЕПП, що задовольняється за рахунок залученого та позичкового капіталу; - В періоди оновлення ЕПП фінансовий потенціал закономірно підвищується, з чого слідує стрибкоподібність графіку його ЖЦ; - По мірі „старіння” ЕПП зростає частка власних коштів в забезпеченні фінансового потенціалу.
Трудовий		- Зростання ЕПП на початковій фазі забезпечується переважно кількісною складовою трудового потенціалу; - Розвиток в фазі зрілості супроводжується підвищенням продуктивності праці як за рахунок досягнутого рівня техніко-технологічного забезпечення праці, так і за рахунок накопиченого персоналом досвіду.

1	2	3
Інформаційний		- На етапі формування ЕПП інтенсивно накопичується інформація про зовнішнє середовище; - Етап зрілості ЕПП супроводжується зверненням до накопиченої інформації, підвищується рівень використання інформаційного потенціалу; - В період оновлення ЕПП посилюється увага до інформації про наявність передових технологій та нових конкурентоспроможних ідей.
Управлінський		- Низький рівень управлінського потенціалу на етапі формування ЕПП можна частково компенсувати використанням послуг консалтингових компаній; - Як правило, етап розширення в напрямку диверсифікації ЕПП супроводжується децентралізацією управлінських функцій; - Кадрове забезпечення управлінського потенціалу по мірі зростання його зрілості змінюється з зовнішнього на внутрішнє (кар'єрне зростання).
Організаційний		- Нормальним слід вважати випереджальний розвиток організаційного потенціалу по відношенню до інших складових ЕПП; - Збільшення гнучкості системи управління є основним критерієм результативності розвитку організаційної складової ЕПП; - З розширенням географії реалізації ЕПП зростає роль знань щодо особливостей прийняття рішень в різних країнах світу
Потенціал стійких зв'язків		- Початковий етап розвитку ЕПП пов'язаний з епізодичністю і нестійкістю зв'язків; - В період формування та оновлення ЕПП потребують підвищеної уваги зв'язки, пов'язані з ресурсним забезпеченням; - На прикінцевому етапі ЖЦ саме множина існуючих стійких зв'язків стає запорукою видовження періоду прибуткового використання ЕПП.

В основу поділу життєвого циклу потенціалу виробництва експортного продукту на етапи покладено визначення періодів, протягом яких розвиток потенціалу не змінює властивостей. На цих засадах виділено наступні етапи: формування, освоєння, I етап виробництва, I етап старіння, I етап модернізації

... N-й етап виробництва, N-й етап старіння, ліквідацію. Гіпотетичні життєві цикли компонентів потенціалу виробництва експортного продукту представлені в табл. 1.6.

Узагальнити закономірності розвитку компонентів експортного потенціалу підприємства можна використовуючи графічне моделювання або шляхом представлення їх членами функції розвитку.

Серед графоаналітичних методик аналізу розвитку потенціалу поширеною є модель „квадрат потенціалу підприємства” І.М.Репіної, застосування якої при аналізі стану потенціалу виробництва експортного продукту в динаміці життєвого циклу дасть можливість унаочнити зміну домінуючої складової в системі „виробництво – маркетинг – фінанси – персонал”. Симбіоз „квадрату потенціалу” та графіку „життєвого циклу”, сфокусований нами на розвиток експортного потенціалу підприємства, представлено на рис. 1.5.

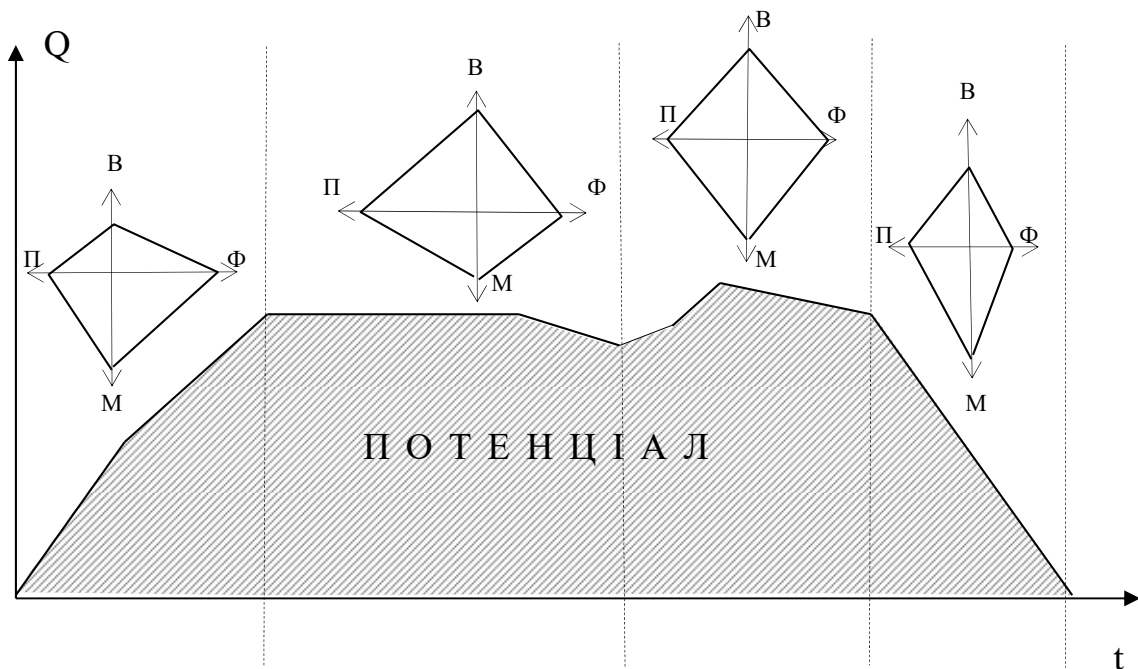


Рис. 1.5. Структура „квадрата” потенціалу виробництва експортного продукту крізь призму концепції життєвого циклу

Примітка: В – виробництво; М – маркетинг; Ф – фінанси; П – персонал.

Графоаналітична модель „квадрат потенціалу” має ряд обмеженостей, які спрощують користування нею, але знижують її функціональність. Зокрема уявлення про характерну форму квадрату потенціалу не дає вичерпної відповіді про її значення як „ідеальної”, „бажаної”, „науково обґрунтованої” або „такої, що забезпечує максимальну ефективність”. Основними напрямками подолання обмеженостей моделі можуть бути зняття обмежень щодо кількості векторів моделі та встановлення можливості зміни кутів між векторами, оскільки зв'язок між складовими потенціалу не завжди є прямим і пропорційним, що дозволить підвищити об'єктивність отримуваних за її допомогою результатів оцінки компонентів експортного потенціалу підприємства.

З прийняттям означених поправок розширяться методологічні перспективи використання моделі, що дозволить:

- визначати внутрішню динаміку (швидкість зміни форми квадрату) експортного потенціалу підприємства в залежності від стадії життєвого циклу;
- спираючись на отримані графіки життєвого циклу потенціалу, класифікувати підприємства галузі за ознакою спільності тенденцій;
- прослідкувати залежність форми квадрату потенціалу від життєвого циклу галузі і закономірності, що слідує з накладання життєвого циклу (ЖЦ) підприємства на ЖЦ галузі у разі співпадіння (розбалансу) їх стадій;
- вслідкувати „споріднені” за однофазними пропорціями галузі, розширивши тим самим можливості ефективного застосування універсальних методів управління потенціалом.

Узагальнення тенденцій розвитку компонентів потенціалу виробництва експортного продукту можливе через представлення їх членами функції розвитку. Означена функція може бути двох типів, ми назвали їх „домінуюча” та „пропорційна” математичні моделі.

Домінуюча модель визначається наявністю в потенціалі виробництва експортного продукту складової – лідера. Суттєвих зусиль (інвестицій)

потребує зміна лише цієї складової, інші є забезпечувальними щодо неї і обмежуються організаційними заходами або вимагають значно менших затрат на розвиток.

Передумовами застосування зазначеної моделі є:

- внутрішня диспропорційність економічного потенціалу підприємства, тобто, неоптимальні пропорції між рівнем розвитку окремих складових, що склались на сьогодні;
- непропорційність впливу чинників зовнішнього середовища на різні складові експортного потенціалу підприємства. Наприклад: експортний ринок підприємства характеризується стрімко зростаючим попитом. За умови відсутності дефіциту на сировинному ринку, стримуючим фактором стає потужність підприємства. Саме розвиток техніко-технологічного потенціалу потребуватиме інвестицій, тоді як зміни інших складових експортного потенціалу підприємства матимуть підпорядкований характер.

Узагальнено домінуюча модель розвитку експортного потенціалу може бути представлена, як:

$$EI = \alpha * E_{q-1} + \sum_{i=1}^n E_i, \quad (1.13)$$

де EI – рівень експортного потенціалу підприємства; α – коефіцієнт приросту домінуючої складової експортного потенціалу; E_{q-1} – попередній рівень розвитку домінуючої складової експортного потенціалу підприємства; n – кількість впливових складових експортного потенціалу; $\sum_{i=1}^n E_i$ – інші (крім визначальної) складові експортного потенціалу, константа.

Пропорційна модель розвитку потенціалу виробництва експортного продукту має місце, якщо не існує пріоритетного напрямку змін його складових. Тобто, в разі зміни однієї складової інші потребують пропорційних, співвідносних по рівню необхідних затрат, зрушень.

Умовами застосування зазначеної моделі є відсутність стратегічного вектора розвитку експортного потенціалу підприємства - приблизно рівна ефективність інвестування в будь-яку складову експортного потенціалу. Так, наприклад, зростання техніко-технологічного потенціалу потребує суттєвих інвестицій в кадровий потенціал, маркетинговий, науково-дослідний і т.ін.

Умовна математична інтерпретація моделі:

$$E1 = \alpha * \sum_{i=1}^n E , \quad (1.14)$$

де $E1$ - новий рівень експортного потенціалу підприємства; α – коефіцієнт приросту складових експортного потенціалу; n - кількість впливових складових експортного потенціалу; $\sum_{i=1}^n E$ - базовий рівень експортного потенціалу.

Графічна інтерпретація домінуючої і пропорційної моделей розвитку потенціалу виробництва експортного продукту може використовуватись з метою унаочнення розривів між його поточним і перспективним рівнем, оскільки пропорційність (диспропорційність) значень векторів складових потенціалу також є передумовою вибору моделі розвитку. Зазначимо, що експортний потенціал підприємства може засновуватись як на одній моделі, так і на послідовній зміні моделей розвитку та використанні їх симбіозу.

Для управління розвитком експортного потенціалу підприємства може застосовуватись і методика управління вартістю підприємства компанії МакКінсі [97,с. 18], яка також використовує основні положення концепції життєвого циклу потенціалу. Згідно даної методики визначаються три горизонти розвитку підприємства, кожен з яких відрізняється від інших за рядом параметрів: розвиток існуючих напрямків діяльності, створення нових напрямків діяльності, формування потенціалу майбутнього розвитку (Додаток А, табл. 3). Кожен з вказаних “горизонтів” дає віддачу протягом різного часу. На думку спеціалістів компанії МакКінсі, небезпечно

обмежувати зусилля менеджерів тільки одним горизонтом. Використовуючи концепцію “горизонтів розвитку” в управлінні експортним потенціалом підприємства необхідно забезпечити збалансований розвиток потенціалу на усіх трьох горизонтах, незалежно від рівня їх “зрілості”. На цій основі виокремлюють шість моделей розвитку підприємства (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Моделі розвитку підприємства (відповідно до методики управління вартістю компанії МакКінсі)

№ з/п	Назва моделі	Коротка характеристика
1	Оборонна модель	Розвитку основних напрямків діяльності підприємства заважають серйозні проблеми, чи вони взагалі знаходяться на межі занепаду. Крім того підприємство не формує нові напрямки діяльності. Довгострокові перспективи діяльності відсутні.
2	Модель “втрата права на розвиток”	Надмірна зосередженість менеджменту на майбутньому розвитку, що призводить до занепаду основної діяльності.
3	Модель “бізнес видихається”	Надмірна зосередженість менеджменту на основних видах діяльності, що призводить до втрати майбутніх перспектив та можливостей.
4	Модель “захоплення винахідництвом майбутнього”	Основна увага менеджменту підприємства приділяється розвитку нового бізнесу, при занепаді основних видів діяльності та неможливості фінансування нових проєктів.
5	Модель “генерування ідей при відсутності нового бізнесу”	Більшість реальних довгострокових можливостей розвитку підприємства не можуть бути реалізовані менеджментом.
6	Модель “неспроможність реалізувати потенціал”	Розвиток підприємства не спрямований на досягнення довгострокової ефективності.

Розвиток компонента ЕПП „потенціал споживання цільового експортного ринку” слід аналізувати з двох позицій: об’єктивної – споживачів, які є носіями попиту, який, в свою чергу, розвивається під

впливом демографічних, економічних, культурних чинників тощо; суб'єктивної – підприємства–експортера з його цілями, засобами та можливостями видозмінювати (формувати) характеристики споживчого ринку. Важливою умовою ефективного розвитку експортного потенціалу підприємства є здатність менеджменту до раціонального аналізу і сполучення обох зазначених позицій.

Так, з точки зору логіки можливі три варіанти сполучень „вік продукту підприємства” - „стадія ЖЦ зарубіжного ринку продукту”: продукт є порівняно старшим, продукт є порівняно молодшим, вік продукту на внутрішньому ринку відповідає його вікові на цільовому експортному ринку. Переваги і недоліки названих комбінацій проаналізовано в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Вплив комбінації „вік продукту підприємства” - „стадія життєвого циклу зарубіжного ринку продукту” на експортний потенціал підприємства

Комбінація	Позитивний вплив на ЕПП	Негативні наслідки для ЕПП
Вік продукту в країні відповідає його вікові на цільовому експортному ринку	Відповідність між маркетинговими заходами на внутрішньому і зовнішньому ринку.	Невизначеність вектора розвитку потенціалу і слабе ринкове стимулювання змін.
Продукт є порівняно старшим на зовнішньому ринку	В разі надання пріоритетності збереженню позиції на зарубіжному ринку підприємство оновить продукт, отримавши при цьому вагомий перевагу перед конкурентами і на внутрішньому ринку.	Оновлення вимагатиме витрат. Акцент на експортній реалізації призведе до недоотримання прибутків на внутрішньому ринку.
Продукт є молодшим на зовнішньому ринку	Незначні зусилля на утримання конкурентної позиції і тривале отримання прибутків без капіталовкладень в оновлення продукту	Орієнтація на ринок з порівняно нижчими вимогами загрожує деградацією потенціалу виробника, втратою його гнучкості.

При виборі цільового експортного ринку слід враховувати принцип переміщення продукту на ринки, де він „виглядатиме молодшим” з метою видовження його життєвого циклу. Закономірно, розвиток потенціалу споживання цільового експортного ринку вимагає еволюції засобів активізації попиту в залежності від стадії зрілості цього ринку та глибини проникнення в нього експортера.

„Корінних, принципових відмінностей між маркетингом внутрішнім (при діяльності на національному ринку) і маркетингом експортним не існує”, - зазначає Ю.В. Каракай [61, с. 112]. Специфіка найчастіше полягає в тому, що зовнішні ринки ставлять високі вимоги до запропонованих на них товарів, їх сервісу, реклами тощо, що пояснюється гострою конкуренцією та переважанням ринку покупця, тобто помітним перевищенням пропозиції над попитом на більшості зовнішніх ринків.

Вплив на потенціал споживання цільового ринку в процесі експортної маркетингової діяльності має включати такі основні складові (Додаток А, табл. 4): маркетингові дослідження зарубіжних ринків збуту, вибір цільових ринків підприємства, формування комплексу маркетингових засобів (експортна товарна, цінова, збутова та комунікаційна політики).

Серед факторів потенціалу споживання зовнішнього ринку, що впливають на процес розвитку експортного потенціалу підприємства, слід відзначити [20; 77; 53]: вплив інфраструктури країни-імпортера, можливість користування окремими місцевими ресурсами з метою скорочення витрат на транспортування, вплив місцевих обмежень по використанню ресурсів, в т.ч. по забрудненню навколишнього середовища, кон'юнктуру взаємопов'язаних ринків країни-імпортера (енергоносіїв, праці, сировини та матеріалів тощо), що також визначають експортну цінову політику підприємства.

Потенціал державного і міжнародного регулювання експортно – імпортних переміщень товару також не залишається незмінним. Експерти відмічають, що зменшується вплив тарифних методів регулювання на міжнародну торгівлю [83, с. 56]. Розширюється перелік країн – учасниць

ВТО; перспективи вступу України до цієї організації на сьогодні пов'язуються з заповненням внутрішнього ринку дешевою і якісною імпоротною продукцією та загрозою втрати конкурентоспроможності вітчизняним виробником. Експерти доводять, що ці загрози дещо перебільшені, оскільки всі учасники ВТО залишають за собою можливість вводити тимчасові обмеження імпорту з метою вирівнювання платіжного балансу, підвищувати імпортне мито і використовувати кількісні обмеження імпорту, вводити обмеження на імпорт сільськогосподарської продукції, використовувати антидемпінгові і компенсаційні заходи та використовувати технічні бар'єри в торгівлі [81, с. 55]. Натомість вступ до ВТО відкриє для вітчизняного виробника ринки країн - членів цієї організації.

Розвиток експортного потенціалу українських виробників відбувається в контексті експортної діяльності країни, періодизацію якої з 1991 р. і до сьогодення наведено в Додатку А (рис.1). К.В. Лобода виділяє такі основні закономірності і чинники розвитку українського експорту [81, с. 57]:

- постійне зростання обсягів експорту в цінових і кількісних показниках упродовж усього періоду (за винятком 1998-1999 рр.);
- експортну спрямованість економіки України (у сукупному обсязі ВВП частка експорту складає близько 50%);
- переважання в товарній структурі експорту продукції з низьким ступенем обробки і досягнень науково-технічного прогресу (домінування сировинного експорту);
- перевагу в географічній структурі експорту частки країн з відносно невисоким рівнем розвитку економіки (за рахунок обмеженого доступу до ринків країн ЄС і США);
- порушення антидемпінгових процесів проти українських експортерів під час спроби прямого доступу на ринки країн ВТО.

Вище приведені моделі, закономірності та фактори розвитку експортного потенціалу підприємств та його окремих складових знаходять безпосереднє застосування в процесі управління розвитком ЕПП. Управління

розвитком ЕПП полягає в сполученні в часі і просторі компонентів експортного потенціалу з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Процес управління на методичному рівні прийнято представляти як визначену послідовність етапів, що закінчується контрольними показниками. Слід відмітити, що бракує досліджень процесу управління саме експортним потенціалом підприємства, але алгоритм управління як такий формується науковцями на основі загальних принципів (логіки) розвитку економічних систем.

Тому, спроекціювавши методику Т.В. Калінеску та О.М. Антіпова [59, с. 107] на управління експортним потенціалом, було виділено наступні етапи алгоритму:

- визначення складових експортного потенціалу підприємства,
- оцінювання експортного потенціалу підприємства,
- виявлення резервів оптимізації потенціалу,
- розробка ефективної експортної політики підприємства,
- планування і дотримання графіку реалізації заходів щодо оптимізації потенціалу,
- контроль і аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища,
- прийняття рішень щодо зміни/корегування розвитку підприємства в залежності від динаміки ЕПП.

На нашу думку, для управління розвитком експортного потенціалу підприємств може бути застосована і методика Н.М. Пирець [126, с. 168; 127, с. 973] (з прийняттям певних обмежень, оскільки вона рекомендована автором для державного управління експортною діяльністю). За даною методикою, управління розвитком експортного потенціалу підприємства включає такі етапи:

1. Вибір стратегічного напрямку розвитку експортного потенціалу на основі загальної макроекономічної політики, яка проводиться країною. За зовнішній орієнтир стратегії розвитку вітчизняних експортерів пропонується обрати експортну експансію.

2. Виявлення внутрішніх та зовнішніх бар'єрів на шляху розвитку експортного потенціалу. Відбір та економічне обґрунтування ендогенних та екзогенних факторів, які впливають на експортний потенціал, і визначення сили їх впливу.
3. Визначення можливостей для розвитку експортного потенціалу. На даному етапі слід проаналізувати рівень конкурентоспроможності підприємства, оцінити кон'юнктуру внутрішнього та світового ринків, розробити прогнози зростання показників, що дозволить виявити можливості нарощування експортного потенціалу.
4. Визначення пріоритетних країн, регіонів, товарів, проектів. Здійснюється на основі розроблених моделей оцінки експортного потенціалу в розрізі його товарної і географічної диверсифікації.
5. Врахування заходів державної підтримки розвитку експортного потенціалу. А саме: торгово-політичних, організаційно-правових, податково -адміністративних, фінансових і спеціальних заходів.

Обов'язковим компонентом управління розвитком є моніторинг та контроль досягнутого рівня експортного потенціалу. Розвиток ЕПП може характеризуватись двома типами показників: загальними (показниками розвитку як такими) і специфічними (показниками саме експортного вектора розвитку).

При аналізі стійкого розвитку підприємства можна використовувати наступні показники [66, с. 125]: економічні (величина підприємства, капіталізація підприємства, продуктивність підприємства, фінансова стабільність, конкурентна позиція, задоволеність споживачів, рівень управління); екологічні (економія енергії, використання природних ресурсів, закритість кругообігу ресурсів тощо); внутрішні та зовнішні соціальні показники.

Розвиток ЕПП відбувається в контексті експортного потенціалу країни. Для аналізу загального стану експортного потенціалу України використовуються найбільш поширені у світовій практиці індикатори [126, с.

169], такі як показник питомої ваги високотехнологічної продукції в загальній структурі експорту промислових товарів та коефіцієнт економічної ефективності експорту, який фактично показує доход на душу населення від кожного експортного відсотку ВВП у порівнянні з середньосвітовими надходженнями, що приймаються за 100%.

Ефективність розвитку експортного потенціалу підприємства визначається відношенням витрат на розвиток до отриманого результату. Для цього розраховується єдиний узагальнюючий показник (В.В. Коломієць та І.В. Журавльова) або висновки робляться за групою індикаторів (Т.В. Міролюбова та А.І. Яковлев).

В.В. Коломієць відмічає, що необхідно розрахувати такий відносний показник, як ефективність експорту, для чого пропонує використовувати рейтингову оцінку [69, с. 73]:

$$R_i = PI_i + EI_i, \quad (1.15)$$

де R_i – підсумковий коефіцієнт рейтингової оцінки показників i -го підприємства; PI_i –приведений індекс промислової спеціалізації підприємства; EI_i – приведений індекс експортної спеціалізації підприємства.

І.В. Журавльова пропонує оперувати показником рівня напруженості (Н) використання ЕПП як співвідношенням двох узагальнюючих показників, які характеризують рівень розвитку та рівень використання потенціалу [55, с. 48]:

$$H = U_p * U_v, \quad (1.16)$$

де U_p і U_v – узагальнюючі показники рівнів розвитку і використання.

Аналіз за методикою А.І. Яковлева [48, с. 24] включає розрахунок валютної, абсолютної ефективності експорту та абсолютного ефекту експорту і дозволяє виявити вплив на ефективність експортної діяльності

таких чинників, як обсяг експортної поставки, валютний курс одиниці розрахунків та собівартість експортованої продукції.

Розрахунок ефективності використання в експорті основних та обігових коштів за методикою Т.В.Міролюбової [182, с. 209] показує частку прибутку від експорту, яка формується за рахунок ефективного використання виробничих та обігових фондів підприємств. Користування цими методиками передбачає обрахунок наступних показників:

- коефіцієнт валютної ефективності експорту (у. о. / грн.),
- абсолютна ефективність експорту (грн./грн.),
- абсолютний ефект експорту (тис. грн.),
- ефективність використання основних та обігових коштів в експорті (%),
- ефективність експорту підприємств (тис. грн.),

До недоліків зазначених методик слід віднести неможливість виявити вплив на ефективність експорту таких вагомих чинників, як інфляція, співвідношення комерційного кредитування та передплати експортних поставок, структури експортованої продукції, вартості власного і позикового капіталу, що використовується для поповнення обігових коштів з метою виявлення ефективності залучення кредитних або нових власних ресурсів. Усе це обумовлює необхідність вдосконалення методів аналізу і оцінки ефективності розвитку експортного потенціалу підприємств.

Висновки до розділу 1

Вивчення, систематизація і узагальнення досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених щодо теоретико-методичних засад оцінки, формування та розвитку експортного потенціалу підприємства дозволили зробити наступні висновки:

1. Встановлено, що зростання відкритості світових ринків ставить високі вимоги до рівня товарів і послуг національних виробників, і розвиток експортного потенціалу стає умовою не тільки успіху, а й виживання підприємства в сучасних соціально-економічних умовах.

2. Досліджено генезис наукових підходів до вивчення експортного потенціалу підприємства (ЕПП), в результаті чого запропоновано розрізняти чотири підходи в розвитку теорії експортного потенціалу: масштабно – орієнтований (експортний потенціал розуміється як здатність зберігати або збільшувати обсяг експорту), просторово – орієнтований (експортний потенціал – це здатність до контролю максимально можливої частки світового ринку), конкурентно – орієнтований (експортний потенціал як здатність виявляти та відтворювати конкурентні переваги на світовому ринку) та підхід, орієнтований на розвиток (під експортним потенціалом розуміється здатність розвиватись на світовому ринку). Враховуючи сучасний динамізм міжнародних економічних відносин, останній підхід до дослідження експортного потенціалу визнано найбільш актуальним. Доповнюючи і уточнюючи зміст категорії „експортний потенціал” в руслі даного наукового підходу запропоновано надалі розуміти під експортним потенціалом підприємства його здатність до розвитку на світовому ринку через зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності при оптимальному використанні внутрішнього і зовнішнього економічного потенціалу підприємства.

3. Виявлено, що на сьогодні переміщення товарів в світі і, відповідно, розвиток експортного потенціалу підприємств - виробників, визначають дві

тенденції, які визначено як полюс „технологічності” та полюс „оригінальності”. Формально-логічна модель, крізь призму якої запропоновано розглядати проблеми і перспективи розвитку експортного потенціалу підприємства, включає три складові: потенціал виробництва продукту виробником, потенціал споживання цього продукту цільовим експортним ринком і потенціал нормативно-правового регулювання переміщення продукту від виробника до закордонного споживача.

4. Встановлено, що необхідним елементом спрямованого розвитку експортного потенціалу є постійний контроль за його динамікою, розміром та структурою; для здійснення контролю, в свою чергу, необхідним є обґрунтований вибір методичного інструментарію. Доведено необхідність розробки альтернативних підходів до оцінки експортного потенціалу, оскільки існуючі методи в більшості не враховують ступінь залучення підприємства до міжнародної діяльності та його галузеву специфіку.

5. Відзначено, що розвиток експортного потенціалу є системним процесом, який пронизує функціональні складові інтегрального потенціалу підприємства. Запропоновано управлінський інструментарій розвитку експортного потенціалу підприємства, а також визначено напрямки розвитку експортного потенціалу підприємства: зміна функціональної структури потенціалу (модифікація складу функцій), оптимізація часу стійкості і нестійкості структури експортного потенціалу, підвищення рівня керованості як внутрішніх, так і зовнішніх складових експортного потенціалу, раціоналізація шляхів реалізації експортного потенціалу з метою підвищення ефективності його розвитку.

Основні результати дослідження теоретико – методичних основ основи оцінки, формування та розвитку експортного потенціалу підприємства розкрито в публікаціях [120, 122, 123].

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

2.1. Комплексна характеристика умов формування експортного потенціалу підприємств

Розвиток експортного потенціалу є умовою не лише успіху, а й виживання підприємства в сучасному динамічному ринковому середовищі. Україні як члену міжнародного політико-економічного простору властива загальносвітова тенденція розвитку - спрямованість на посилення відкритості економіки, котра знаходить прояв у зростанні обсягів «входів» і «виходів»: потоків капіталів, переміщення матеріальних та інтелектуальних факторів виробництва, руху товарів і послуг. Рівень виявлення можливостей країни, певної сфери її компетенцій залежить як від потенціалу продукування цієї компетенції всередині країни, так і від «прихильності» світового співтовариства, зовнішніх передумов сприйняття і використання означеного потенціалу.

Зростання вітчизняної економіки на сьогодні тісно пов'язане з розвитком експортного потенціалу підприємств. У 2001 – 2006 рр., за оцінками Держкомстату України, збільшення ВВП майже на половину забезпечене ростом чистого експорту. Найдинамічніша галузь останніх п'яти років – харчова – виробляє майже 20% промислової продукції України (на рівні з металургією); її частка в структурі експорту постійно збільшується і вже сягнула 13,3% [39, с. 26]).

Унікальне місце в розвитку національного експорту займає сироробна підгалузь харчової промисловості. Про зростання експортного потенціалу сироробних підприємств свідчать такі статистичні дані: з 2000 р. виробництво сирів зросло більш ніж в 4 рази і досягло в 2005 р. 272,6 тис. тонн, і за цей же період експорт збільшився майже в 14 разів [39, с. 27].

Експортний потенціал, як зазначалось, не є внутрішньою, іманентною рисою підприємства - він визначається як здатність задовольняти потреби цільового зовнішнього ринку. Тому логічно, що розгляд проблем і перспектив розвитку експортного потенціалу українських сироробних підприємств передбачає аналіз споживання та виробництва сиру в світі. При цьому ключем до розуміння причин міжнародного руху цього продукту може стати не лише кількісний розрахунок в площині «надлишок - дефіцит», але і констатація якісних відмінностей різнонаціональних традицій виробництва і культур споживання сиру.

Бізнес – активність в сироробній галузі характеризується рядом особливостей, серед яких на експортний потенціал найбільший вплив справляють наступні:

- тривалий, як для харчової промисловості, термін обороту оборотних коштів, корегування останнього шляхом позиціонування підприємства в сегменті ринку сиру з коротким або тривалим терміном визрівання, корегування асортиментного ряду в залежності від браку/достатності/надлишку оборотного капіталу у підприємства;
- сезонні перепади в знаходженні сировини, що зумовлюють взимку – проблеми з завантаженням потужностей, влітку – зі зберіганням та збутом готової продукції;
- висока залежність якості отриманого продукту від характеристик молочної сировини, низький рівень можливості впливу підприємства на якість молока;
- динамічне ринкове середовище, чутливе до змін на суміжних ринках молокопродуктів, до коливань рівня достатку населення,

оскільки сир належить до групи продуктів з високим рівнем цінової еластичності;

- поширена експортоорієнтованість і, як наслідок, «вразливість» сироробних підприємств при зміні умов господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

Технологічні особливості виробництва молокопродуктів здійснюють вплив на розвиток експортного потенціалу молокопереробних підприємств. Так, сир належить до групи молокопродуктів з тривалим терміном зберігання, може мати як м'яку, так і тверду структуру. В ньому міститься значна кількість білків, що легко засвоюються, (як правило, до 27%), жирів (15 – 50%), мінеральних речовин (кальцію, фтору) та вітамінів (А, тіаміну, рибофлавіну та ін.). Загальновизнаними є профілактичні та лікувальні властивості сиру.

Відмінності застосовуваних в різних куточках світу технологій сироваріння визначають розвиток експортного потенціалу виробників сиру. В світі сир виготовляється переважно з молока корів, але окремі регіони зберігають традиції виробництва сиру з використанням молока кіз, буйволиць, овець, яків. За умови проходження одних і тих же стадій технологічного процесу відбувається набуття конкретним видом сиру індивідуальних характеристик під впливом таких факторів як:

- відмінності в параметрах використовуваної молочної сировини (її походження, хіміко – бактеріальні характеристики);
- застосування специфічних прийомів термічної і механічної обробки молока;
- використання спеціальних бактеріальних заквасок та додавання речовин немолочного походження;
- модифікація «сирної голови», вибір індивідуального розміру і форми;
- вибір режиму визрівання сиру і прийомів його подальшої обробки.

Різноманіття виготовлюваних в світі сирів можна класифікувати за наступними ознаками: фізико-хімічним складом, структурою продукту,

технологією виробництва, строком визрівання, оригінальністю, походженням використовуваної сировини, вартісною ознакою (рис. 2.1).

Кількість видів сирів – сотні, лише сайт Міжнародної молочної асоціації наводить опис фізико-хімічних та смакових властивостей 243 видів сирів. На практиці різноманіття їх значно більше, оскільки кожен виробник намагається надати своєму продукту відмінних смакових якостей, зробити „свій сир”.

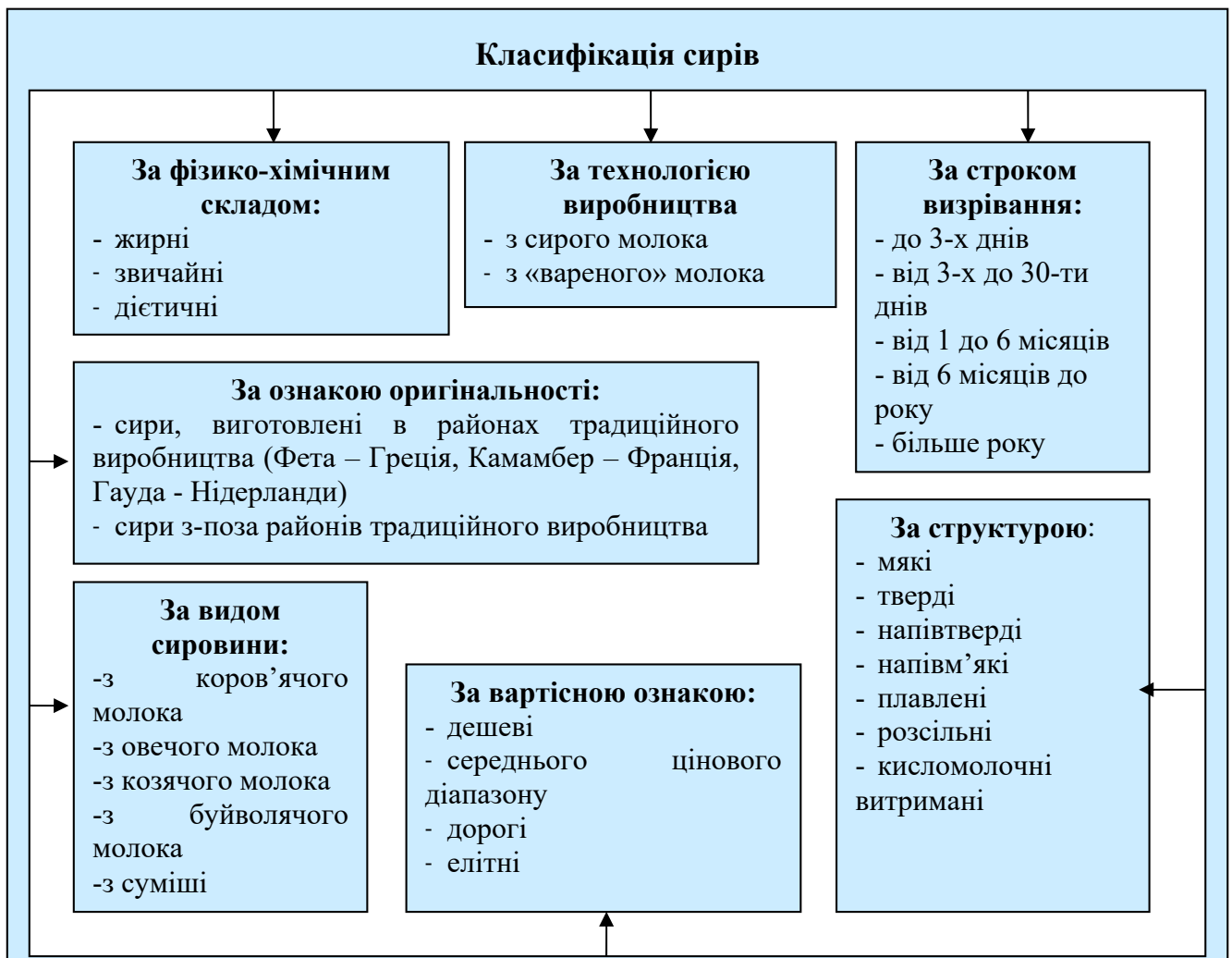


Рис. 2.1. Класифікація сирів за основними ознаками

Сучасний розвиток сироробства і розвитку експортного потенціалу виробників сиру в світі визначають дві основні тенденції, означимо їх як

полюс „технологічності” та полюс „оригінальності” у відповідності з рис. 1.2. підрозділу 1.1 дисертації.

Полюс технологічності передбачає застосування технології стандартизації якостей молока в процесі його промислової переробки з послідовним не тривалим визріванням сиру. Це дозволяє отримувати дешевий сир, при цьому зростання обсягів переробки молока не стримується розширенням радіусу його доставки: транспортування не є критичним фактором сиропридатості молочної сировини. Обмежуючим чинником розвитку виробництва тут стають хімічні і фізичні властивості сиру, отриманого з „мертвого” молока, уніфікація природних смакових відмінностей. Тому виробники „технологічного полюса” або позиціонують свій сир як сировину для вторинної обробки (скажімо, для виробництва піци або плавлених сирів), або створюють модні бренди (так ідеології здорового стилю життя відповідає низькокалорійний сир, вітамінізований сир, сир з рослинним білком і т.п.).

Полюс оригінальності: основним фактором ринкового успіху залишається збереження традицій сироваріння. Традиційне ж сироробство в різних регіонах світу, будь-то Італія, Франція чи Кавказ, прив’язане до молочного тваринництва і переробки молока в безпосередній близькості до місця його виробництва, оскільки таким чином зберігаються природні фізико-хімічні та смакові властивості молока. Обмежуючим фактором розвитку такого виробництва стає обсяг місцевої молочної сировини і дотримання традиційних умов приготування та визрівання сиру. „Традиційний” сир позиціонується на ринку як продукт кінцевого споживання, але оригінальність смаку може стати перепоною до продажу за межами місцевості його традиційного виробництва.

Експортоорієнтованість в сироробстві властива як полюсу технологічності, так і полюсу оригінальності. Але якщо в експортуванні „технологічного” сиру чільне місце посідає просування на експортному ринку торгових марок його виробника і/або продавця, то оригінальний сир

продається під традиційною назвою із зазначенням країни (місцевості) його виробництва, при цьому увага до підприємства-виробника є другорядною.

На розвиток експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств впливає той факт, що Україна не є регіоном традиційного сироробства: сир в нашій країні виробляється майже виключно промисловістю, при цьому технології різних виробників суттєво не відрізняються. Це свідчить про тяжіння до полюса технологічності, на користь даного твердження говорить і концентрація виробництва в сироробній галузі. Так якщо у Франції найпоширенішими є невеликі сироварні, які виробляють 1-2 види традиційного сиру, то українські сироробні підприємства використовують молоко, зібране в радіусі до 300 км і постійно оновлюють (розширюють) асортимент власної продукції.

Споживання сиру в Україні також помітно відрізняється від європейського (Додаток В, табл. 1). Так споживання сиру на душу населення в 2006 році склало 2,1 кг (рис. 2.2).

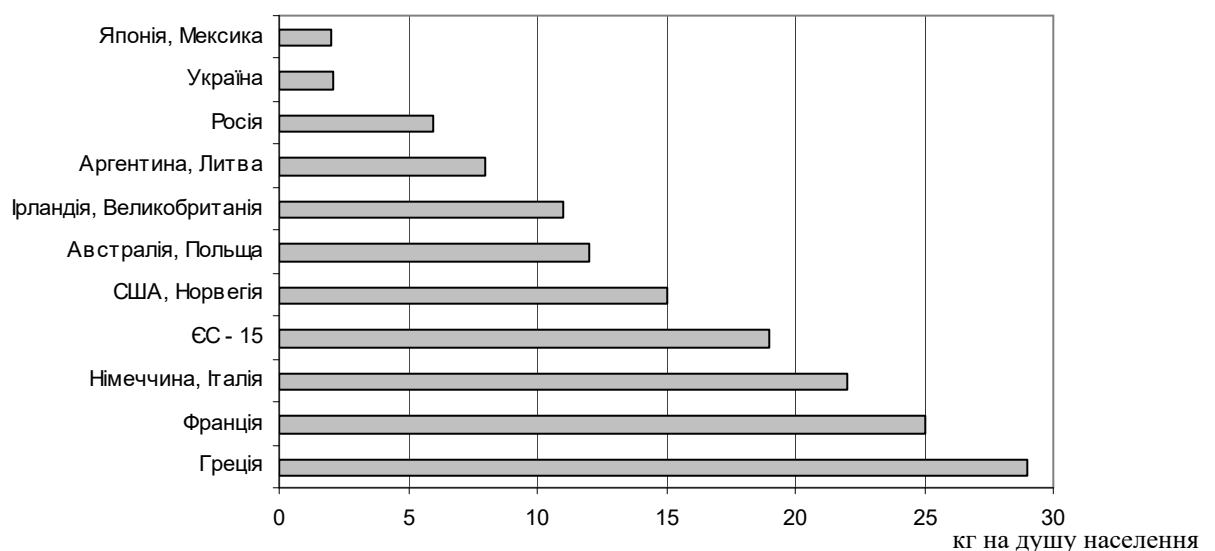


Рис. 2.2. Споживання сиру в різних країнах світу у 2006 р., кг. на душу населення⁷

Рівень споживання сиру не тільки значно відрізняється від середньоєвропейського рівня (15 кг на людину) чи споживання в Німеччині

⁷ Згідно з оцінками департаменту по проблемам харчування СОЗ при ООН

(22 кг на людину), але і помітно відстає від нормативу споживання сиру згідно гігієни харчування. У відповідності до добової норми споживання продуктів⁸, людина має споживати принаймні 20 гр. твердого сиру на добу; а річна норма дорівнюватиме 7,2 кг. І причина такого відносно низького рівня споживання сиру українцями на сьогодні криється не тільки в рівні доходів населення, але і в нерозвиненості культури споживання цього продукту.

На експортний потенціал вітчизняних підприємств впливає і асортимент виготовлюваного ними сиру. Український ринок споживає переважно продукцію внутрішнього виробництва, результати проведеного аналізу засвідчують відносну стабільність вподобань українських споживачів (рис. 2.3).

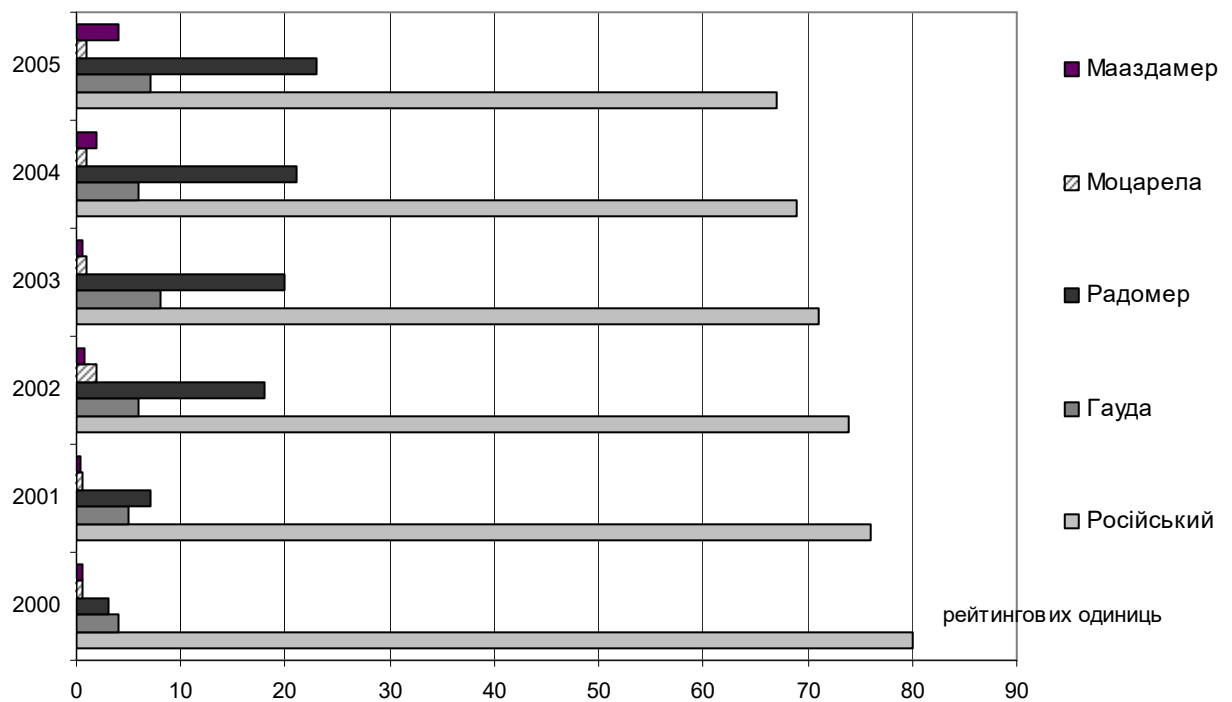


Рис. 2.3. Споживання сирів за сортами в Україні в 2000-2005рр, рейтингових одиниць

⁸ Добові норми продуктів харчування, складені на основі величини фізіологічної потреби людини в харчових речовинах і енергії. Використовувались для розрахунку норм витрат продуктів в їдальнях підприємств галузей народного господарства, дитячих та лікувально-профілактичних закладах СРСР [139, с.87].

На основі рис. 2.3 можна говорити про незначне зміщення в асортиментній структурі на користь видів сиру чеддерного типу («Гауда», «Радамер», «Маасдамер» тощо), протягом 2006 р. зазначена тенденція збереглась. Детальніший аналіз асортиментної структури засвідчує розширення останньої, що супроводжується збільшенням цінового діапазону і поступовим зростанням частки відносно дорогих сирів у споживанні.

Досліджуючи експортний потенціал молокопереробних підприємств, особливо слід відзначити, що найпоширеніші в Україні види сиру, з наведених на графіку 2.3, виробляються з пастеризованого молока. На сьогодні споживання сирів на ринках держав колишнього СРСР відрізняється значним переважанням сирів з пастеризованого молока (типу „Російський”, „Костромський”, „Буковинський” тощо). Означена особливість культури споживання сиру склалася під впливом двох основних факторів: виробництва великих обсягів низькоякісного (бактеріально забрудненого) молока і державної політики розвитку сироробства в Радянському Союзі (цілеспрямований розвиток сироробства в УРСР у 70-ті – 80-ті рр. був пов'язаний з порівняно нижчими затратами на виробництво 1 тонни сиру на її території). Як наслідок інерції технології, пропорції виробництва сирів з сирого і пастеризованого молока в Україні або Росії інших країнах світу помітно відрізняються (рис.2.4).

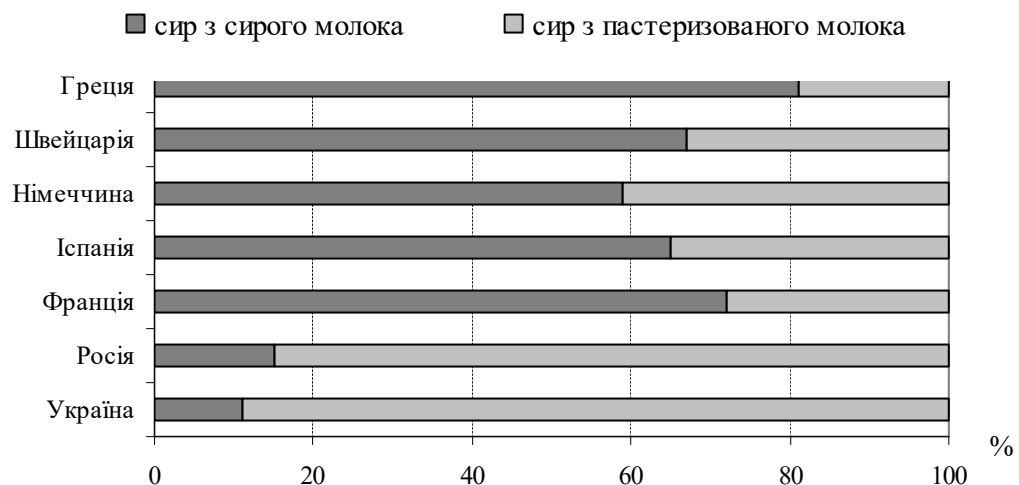


Рис. 2.4. Споживання сирів з пастеризованого і сирого молока в світі, 2006 р., %

Виробництво сирів з пастеризованого і сирого молока відрізняється рядом технологічних процесів (рис 2.5). Відсутність пастеризації впливає і на структуру сиру: остання, як правило, залишається м'якою, тоді як пастеризований сир після визрівання переважно стає твердим. Більш детально технологічні особливості виробництва та основні фізико-хімічні показники сирів розкрито в Додатку В (табл. 2 і табл. 3).

Слід зазначити, що застосовувана підприємством технологія може як створювати додаткові можливості для розвитку його експортного потенціалу, так і накладати певні обмеження. Зокрема, виробництво сирів з тривалим терміном визрівання призводить до видовження циклу обороту капіталу, обмежуючи тим самим ефективність використання останнього.



Рис.2.5. Основні технологічні операції процесу виробництва сиру

Різні режими обробки молока і сирної маси, особливості визрівання сирів формують їх індивідуальні хіміко - фізичні та смакові якості. Серед них є і ті оригінальні якості, умови формування яких практично не можливо

відтворити в „штучних” умовах промислового сироваріння: французький сир „Рокфор”, визрівання якого протікає в природних вапняних печерах на півдні Франції, оригінальна грецька „Фета”, для виробництва якої використовується молоко місцевої породи кіз, яких до того ж годують особливим чином, тощо. Мистецтво сироваріння сполучається з культурою споживання сиру, тому для розвитку і реалізації експортного потенціалу сироробних підприємств в світі визначальним є свідома орієнтація саме на сегмент ринку з спорідненою виробникові культурою споживання сиру.

Технологія виробництва обумовлює форму і розмір сирної голови; для рівномірного просолення та визрівання остання не має бути великою. З цього витікає, що для догляду за сиром з невеликими головами в процесі визрівання потрібно спеціально оснащених приміщень і, відповідно, більше витрат на догляд. Поширеність „дрібного” сиру обумовлюється його привабливістю для роздрібної торгівлі. З погляду експортоорієнтованості слід зазначити, що сир, призначений для подальшої обробки (плавлення або використання в закладах суспільного харчування), є переважно крупним. Про тенденції в технології виробництва сиру в Україні протягом 2000 – 2005рр. свідчить діаграма 2.6. У 2006 р. також спостерігалось випереджальне зростання виробництва крупного сиру.

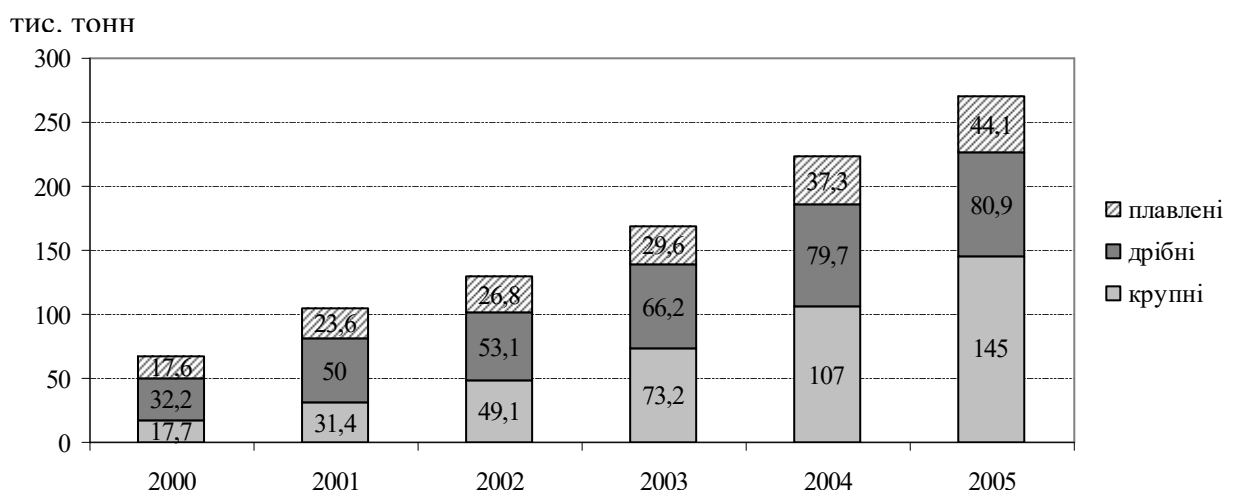


Рис. 2.6. Технологічні різновиди сиру, виробленого в Україні в 2000 – 2005 рр.⁹

⁹ За даними Держкомстату України.

Критичним чинником для розвитку експортного потенціалу виробника сиру, тяжіє він до полюса технологічності чи оригінальності, є сировина – молоко, його кількість і якість. Молокопереробна підгалузь АПК характеризується високою матеріаломісткістю виробництва. І, хоча й набуває поширення використання молокопереробними підприємствами різноманітних продуктів немолочного походження, молоко залишається незамінним фактором технологічного успіху у сироробстві.

Можливість розвитку експортного потенціалу на основі виробництва якісного продукту суттєвою мірою залежить від характеристик молока, і відсутність пастеризації, яка є умовою виробництва сиру високої якості, можлива лише при забезпеченні виробника молоком з прийнятним рівнем бактеріальної чистоти. Висока бактеріальна забрудненість не тільки збільшує затрати на підготовчу обробку молочної сировини, підвищуючи тим самим вартість майбутнього продукту, але і унеможливорює отримання з такого молока цілого ряду дорогих видів сиру.

Тому основним фактором, що стримує розвиток експортного потенціалу вітчизняного сироробства в напрямку відповідності європейським стандартам на сьогодні є якість молока. Брак сировини з високими якісними параметрами збільшує витрати на модифікацію характеристик молока до узгодження з технологічними потребами, з одного боку, та, з іншого, знижує якість готової продукції. Якісні характеристики молока можуть суттєво змінитись (погіршитись) і за проміжок часу від видоювання до надходження в технологічний процес виробництва сиру. Тому в перші дві години після видоювання (поки триває бактерицидна фаза молока) молоко потребує охолодження, при цьому кількість бактерій у перші дві години після охолодження молока зменшується від 10 до 50 % залежно від виду і структури механічних домішок та мікроорганізмів. З метою збереження споживчих якостей молока вітчизняні молокопереробні підприємства використовують цистерни – рефрижератори для його транспортування та створюють пункти охолодження молока в місцях його заготівлі. Європейські

ж виробники тяжіють не до перевезень молока на великі відстані задля його масштабної переробки, а до територіального зближення виробництва молочної сировини і сироваріння, забезпечуючи надходження молока в переробку протягом його бактерицидної фази.

З вищевикладеного слідує висновок: сир є продуктом з міцними традиціями виробництва і розвиненою в багатьох країнах культурою споживання, знання і наслідування яких стає умовою розвитку експортного потенціалу вітчизняних сироробних підприємств. Виявлені технологічні відмінності пояснюють не лише особливості виробництва сиру в різних країнах, але і причини експортно–імпортних переміщень цього продукту у світі: існування відносного надлишку молока і неповторність традиційних технологій сироваріння.

В ході дослідження потенціалу експортування сиру українськими виробниками необхідним є співставлення обсягів виробництва, споживання та імпорту даного продукту Україною (рис. 2.7, рис.2.8).

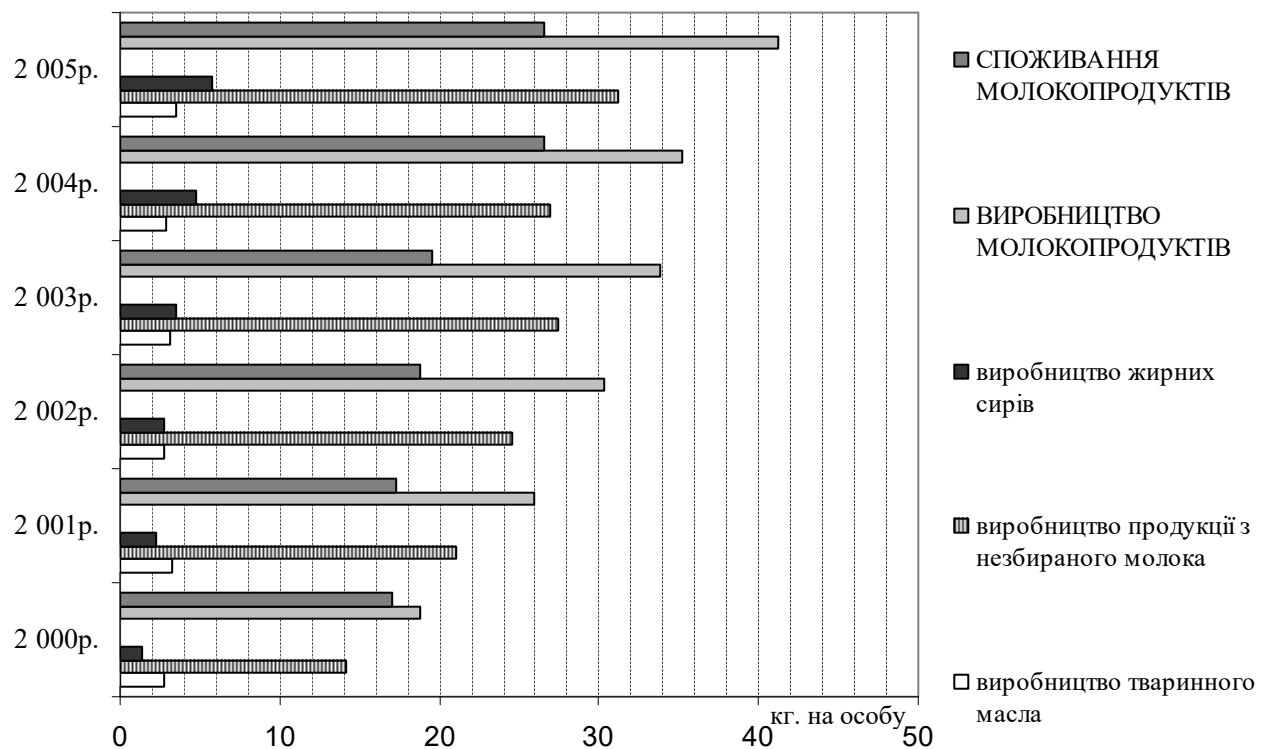


Рис.2.7. Виробництво і споживання основних видів продукції молочнопереробної промисловості в Україні у 2000 – 2005 рр. на одну особу, кг

На основі аналізу динаміки виробництва і споживання основних видів продукції молокопереробної промисловості в Україні в 2000 -2005рр. (рис. 2.7) можна дійти таких висновків:

- виробництво молокопродуктів зростає швидше (середньорічний темп дорівнює 118%), ніж споживання внутрішнім ринком (112%), тобто розвивається експорт;
- відбувається поступова зміна структури споживання молокопродуктів в країні в бік збільшення частки сирів;

Регіональний зріз дослідження виявляє зростання споживання сиру випереджальними темпами в великих містах, що зокрема пояснюється підвищенням рівня урбанізованості і зростанням достатку населення. Незначний вплив на внутрішній ринок сиру здійснює імпорту; в 2000 – 2005 рр. імпортувались здебільшого оригінальні сири з Франції, Іспанії, Швейцарії та Італії. Діаграма 2.8 унаочнює динаміку виробництва, споживання, імпорту і експорту сиру в Україні в 2000 – 2005 рр. Протягом 2006 р. виробництво сиру скоротилось на 21% або на 57,2 тис. тонн, при цьому скорочення експорту склало 57,6%, однак на серпень 2007р. приріст експорту склав 35,3% по відношенню до попереднього року; причина зазначених тенденцій – перипетії „м’ясо – молочної війни” Росії з Україною.

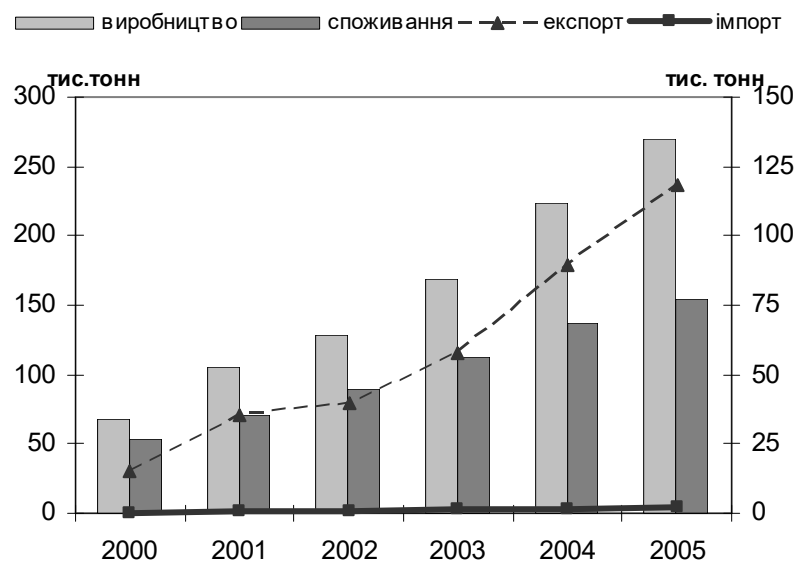


Рис. 2.8. Виробництво, споживання, імпорту та експорту сиру в Україні в 2000 – 2005 рр., тис. тонн

В 2000 – 2005 рр. потенціал українських сироробних підприємств реалізовувався в основному на російському ринку. Так в 2005 р., хоча українські сири купували компанії 10 країн, 96,6% сиру було експортовано до Росії. Причиною такої моноспрямованості експорту стало традиційне, з часів СРСР, виробництво сиру в Україні для російського ринку і налагоджені канали збуту з прийнятним для російської сторони рівнем цін і асортиментом української продукції. Невеликі партії сиру експортувались і до ряду інших країн (рис. 2.9). В 2006 р. у зв'язку з обмеженням імпорту Росією при загальному скороченні українського експорту сиру до 144,24 млн. дол. відбулись зміни в структурі зовнішнього збуту: експорт до Молдови збільшився в 1.8 рази, до Казахстану – в 3,5 разів, до Білорусі – в 15 разів.

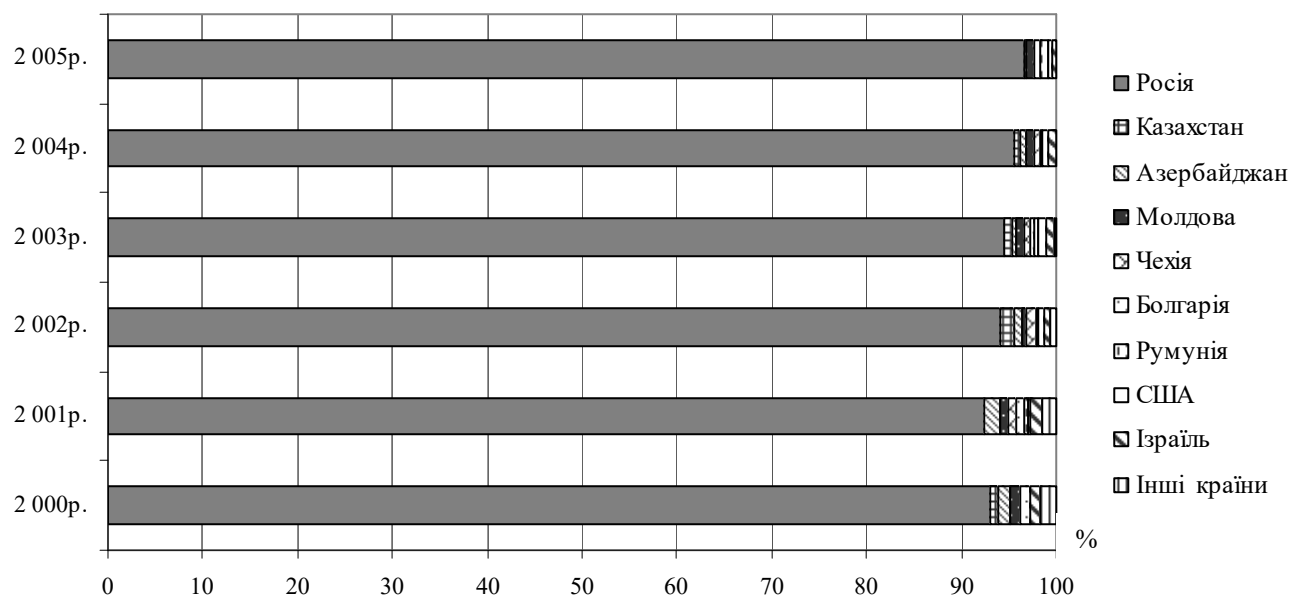


Рис. 2.9. Географія експорту сиру підприємствами України в 2000 – 2005 рр., %

Дослідження засвідчили високий рівень впливу посередників на розвиток експортного потенціалу вітчизняних виробників. Такий висновок закономірно випливає з результатів аналізу рівня концентрації у виробництві, експорті та імпорті українського сиру:

- рівень концентрації виробництва в галузі залишається низьким (10 найбільших виробників контролюють менш як половину ринку, в цілому на ринку 237 підприємств);
- обсяги експорту 20-ки найбільших експортерів протягом аналізованого періоду складають 80 % від загального обсягу експорту (в цілому на ринку експорту сирів присутні більш 150 експортерів);
- частка десятки найбільших імпортерів українських сирів складає майже 60 % від загального обсягу імпорту сирів.

Спираючись на дані Додатку С (рис. 1, табл. 3 та 4), можемо сказати, що на сьогодні існує три варіанти експорту українського сиру: через компанії посередники, через аффілійовані торговельні структури або компанії – трейдери, що входять до складу групи та напряму іноземним компаніям – отримувачам. Серед найбільших компаній – посередників слід виокремити ТОВ «Реґіон-Агро», що експортує продукцію більш як десяти виробників сиру і на яку припадає 26,3 % експорту українських сирів. Яскравими прикладами другого варіанту експорту являються ряд компаній - трейдерів, що входять до складу групи «Клуб Сиру»: ЗАТ "Фінансова компанія "Агропак", ТОВ "Стройград", ТОВ "Альфа-Інвест", ЗАТ "Енергія - Інвест", які експортують продукцію ВАТ "Каневський МСЗ" та ВАТ "Світловодський МСК" (загалом, 12,48% експорту сирів), а також найбільші експортери сирів, що входять до групи компаній «Мілкіленд»: ДП «Мілкіленд-Україна», ДП «Молочний Світ», ТВ "Ромнимолокопродукт" і декілька інших, які експортують продукцію ДП "Аромат", ТОВ "Менський сир" і ТОВ "Миргородський СК", ВАТ "Глухівський маслосирзавод", ВАТ "Роменський молочний комбінат" (сукупна частка в загальноукраїнському експорті сирів складає 14,11%). Одним з найбільших представників третьої групи можна назвати ЗАТ «ТМ «Шосткинський міськмолкомбінат» (2,6% експорту), що самостійно експортує свою продукцію без залучення інших посередників.

В основі експортного асортименту вітчизняних виробників - сири сортів „Російський”, „Пошехонський”, „Голандський”, „Чеддер”, „Гауда”. Середній рівень митної вартості сирів українських виробників на умовах DAF/FOB в 2001 – 2005 рр. коливався від 1500 дол./т (січень 2001р.) до 3000 дол./т (квітень 2005р.); середньорічний її рівень в 2005 р. склав 2745 дол./т. Це вказує на позиціювання українських виробників в нижньому ціновому сегменті російського ринку. Місце України в російському імпорті ілюструє рис. 2.10.

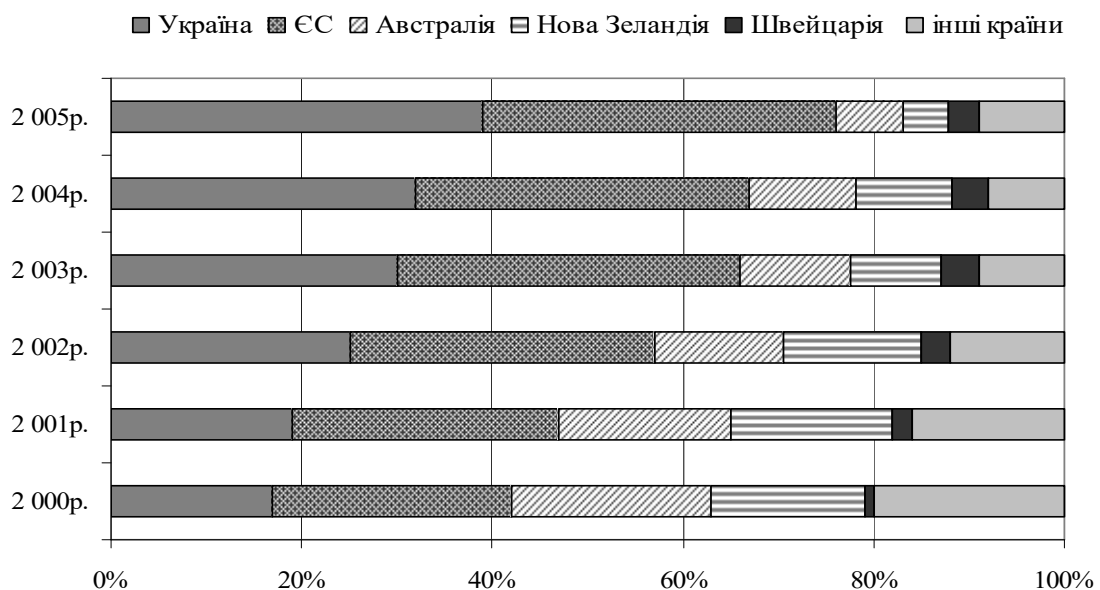


Рис. 2.10. Географія імпорту сиру Росією в 2000 – 2005рр.

На російському ринку сиру в 2000-2005рр. спостерігалось посилення впливу постачальників з країн Євросоюзу, причиною цьому вірогідно послужило підвищення рівня достатку населення, яке стало віддавати перевагу більш дорогим, неукраїнським, імпортним сирам. За цей же час в Росії було запроваджено виробництво сирів такими відомими світовими виробниками молокопродуктів, як Danon. Однак, не зважаючи на ці факти, до 2005 р. частка українського сегменту російського ринку зростала, витісняючи нижчу за співвідношенням „ціна-якість” австралійську і новозеландську продукцію, і в 2005 р. склала 39 % або 102 тис. тонн сиру. Запровадження в 2006 р. ембарго на імпорт української м'ясомолочної продукції Росією

сприяло збільшенню на її ринку частки інших країн, зокрема виробників з Польщі та Литви, що в перспективі може ускладнити реалізацію експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств.

Високий рівень залежності розвитку і реалізації потенціалу українських виробників від російського ринку зумовив необхідність аналізу стабільності економіки Росії. За висновками аналітиків Lehman Brothers and Eurasia Group, які визначають індекс стабільності (LEGSИ) для економік, що розвиваються, як Росія, так і Україна залишаються країнами високого ризику [187]. Показники індексу ґрунтуються на оцінці здатності країни протистояти кризі та стримувати її розростання, індекс враховує вплив політичного (60%) та економічного факторів (40%). Оцінка здійснюється щомісяця за стабільною шкалою; 100 балів за шкалою індексу означає максимально можливий показник стабільності. На даний час оцінка охоплює 14 країн (Аргентина, Азербайджан, Бразилія, Болгарія, Колумбія, Хорватія, Угорщина, Індонезія, Польща, Росія, Таїланд, Туреччина, Україна, Венесуела). Індекс розраховується на основі чотирьох основних параметрів: стабільність уряду, соціальна стабільність, безпека та економічна стабільність. Значення індексу станом на лютий 2005р. та лютий 2006р. представлено на рис. 2. 11.

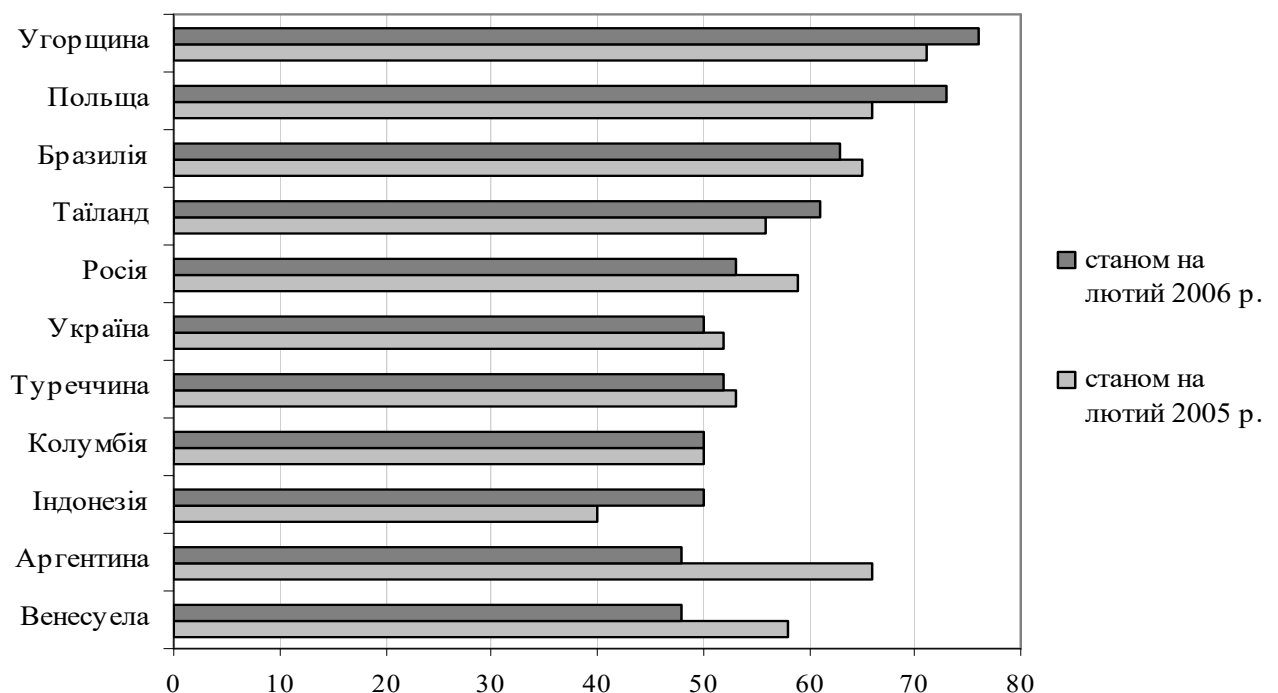


Рис.2.11. Індекс стабільності для країн, що розвиваються

За даними рис. 2. 11, значення індексу стабільності Росії, основного імпортера вітчизняних сирів, знизилось внаслідок погіршення стабільності уряду, безпеки, соціальної й економічної стабільності. Водночас знизився і індекс стабільності України, хоча в результаті економічного зростання, починаючи з 2001 р., знизились ризики, пов'язані зі зростанням бюджетного дефіциту та скороченням обсягів експорту.

В січні 2006 року Росія запровадила ембарго на імпорт м'ясо – молочної продукції з України. В світлі цієї події актуалізувалось питання пошуку інших ринків збуту для продукції українських сироробних підприємств. Тому наступним кроком нашого дослідження, логічно, стає аналіз тенденцій виробництва і споживання сиру в світі, похідних від них експортно-імпортних переміщень цього продукту та місця України в означених процесах.

Конкуренція на світовому ринку сиру представлена такими основними гравцями, як країни Європейського Союзу, Швейцарія, США, Австралія та Нова Зеландія: на зазначені країни в 2000 – 2005 рр. припадало до 80 % світового експорту сиру (рис. 2.12; Додаток В, табл. 4). Розвиток експорту сиру Євросоюзом та США пояснюється, зокрема, тим, що він належить до молокопродуктів високого рівня переробки, які не потребують експортних субсидій.

Проаналізувавши діаграму 2.12, можна відмітити зростання українського експорту, який за абсолютними обсягами в 2005 р. перевищив експорт сиру Швейцарією, що є свідченням перспективності розвитку експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств. У 2006р. світовий експорт сиру збільшився на 1,3%.

Споживання сиру в світі є нерівномірним: на десятку високорозвинених країн в 2005 р. припадало 47% світового споживання сиру, зокрема на Європу – 27%. Споживання сиру в світі зростає в півтора рази швидше, ніж споживання молокопродуктів в цілому. Сир не є традиційним продуктом харчування в багатьох регіонах світу, але в наслідок процесів

глобалізації сир почав «вливатися» в такі культури харчування, як китайська та японська, крім того розширюється географія споживання раніше специфічних для певної географічної області світу видів сиру. Ринок швидше зростає в секторі напівтвердих і м'яких сирів, таких як «Моцарелла» і «Фета», ніж в сегменті ряду твердих. Спостерігається, незначне в цілому, зростання споживання сирів з різних видів молока.

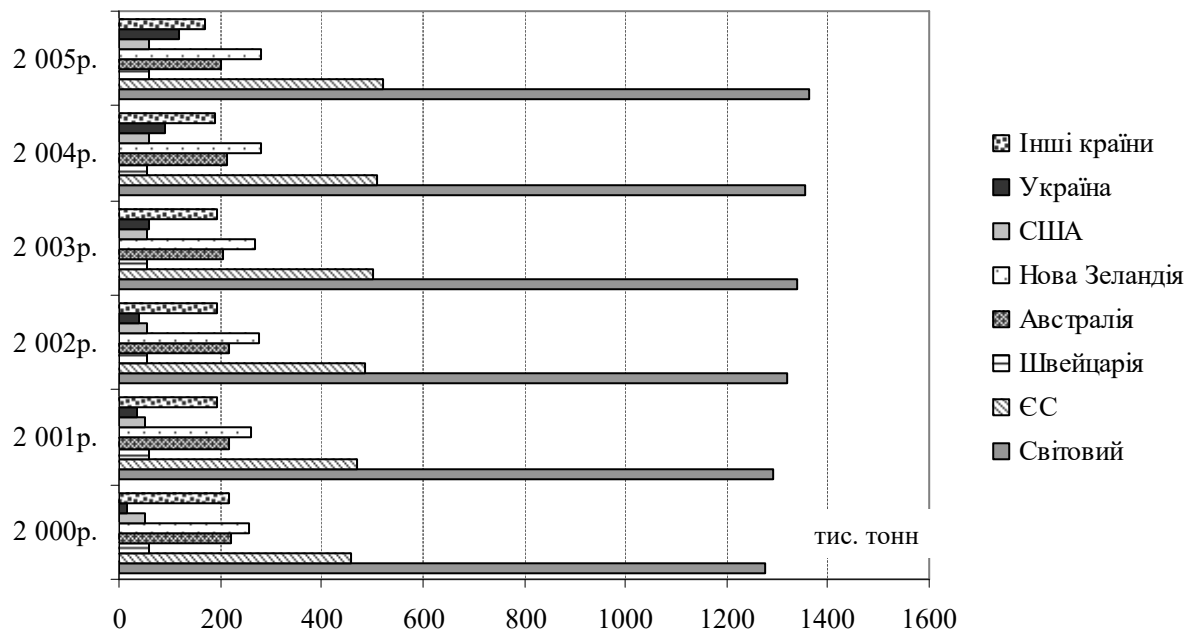


Рис.2.12. Експорт сиру в світі у 2000 – 2005 рр., тис. тонн

На користь перспективності розвитку експортного потенціалу українських підприємств свідчить те, що на сьогодні споживання сиру зростає майже в усіх країнах світу, незалежно від рівня їх економічного розвитку. Навіть у Франції і Греції, які мають найвищий рівень споживання в світі, попит на сир постійно збільшується. Ця тенденція характеризується невеликими коливаннями в усьому світі: так в Європі зростання споживання загальмувалось в 2003 році після значного стрибка в попередньому, а в США, навпаки, прискорилося. Слід зазначити, що в процентному виразі зростання обсягів світової торгівлі сиром в 2000 – 2006 рр. відповідало збільшенню

виробництва. Місце експорту і імпорту сиру в світовій торгівлі молокопродуктами проілюстровано в Додатку В (рис. 1 та рис. 2).

Перспективний географічний вектор розвитку експортного потенціалу українських підприємств формується під впливом тенденцій на ринках імпортерів сиру. Так найбільшим імпортером сирів залишаються США (ввозить оригінальні європейські сири), за ними йдуть Японія, ЄС і Росія (рис.2.13). Сири, які надходять в ЄС з Центральної та Східної Європи, як правило, не мають власного бренду і використовуються для переробки. До основних імпортерів додаються інші країни, обсяги імпорту якими поступово зростають: Мексика, Саудівська Аравія, Австралія, Південна Корея та Швейцарія. В 2003 році спостерігалось незначне зменшення експорту з Європи до США, основною причиною цього стало зниження курсу долару відносно євро. З 2000 року прослідковується стійка тенденція зростання імпорту сирів Росією. Зростання попиту на імпортний сир демонструють Японія, Корея і Китай. Відносно останнього в звіті IDF відзначається: «імпорт сиру Китаєм є ще досить незначним, але його обсяги помітно перевищують необхідні для забезпечення туристів і працюючих там іноземних спеціалістів. Можливо, він знаменує початок прориву на ринок, де він до цього часу залишався практично невідомим продуктом».

Згідно з аналітичними прогнозами IDF, в найближчі роки зростатиме імпорт сиру Росією, Південно-Східною Азією і Китаєм. Стимульована політикою розвинених країн і підтримана несприятливими погодними умовами висока ціна на молокопродукти не сприятиме зростанню міжнародної торгівлі ними в інших регіонах світу.

На розвиток експортного потенціалу сироробних підприємств здійснює вплив ряд міжнародних організацій, серед яких основними є: IDF (міжнародна молочна федерація), комісія по CODEX Alimentarius, яка визначає стандарти, що регулюють міжнародну торгівлю харчовими продуктами, а також ВОЗ (всесвітня організація охорони здоров'я при ООН),

що відіграє важливу роль в розробці стандартів безпеки і харчової цінності молочних продуктів, які, закономірно, впливають на попит на сир.

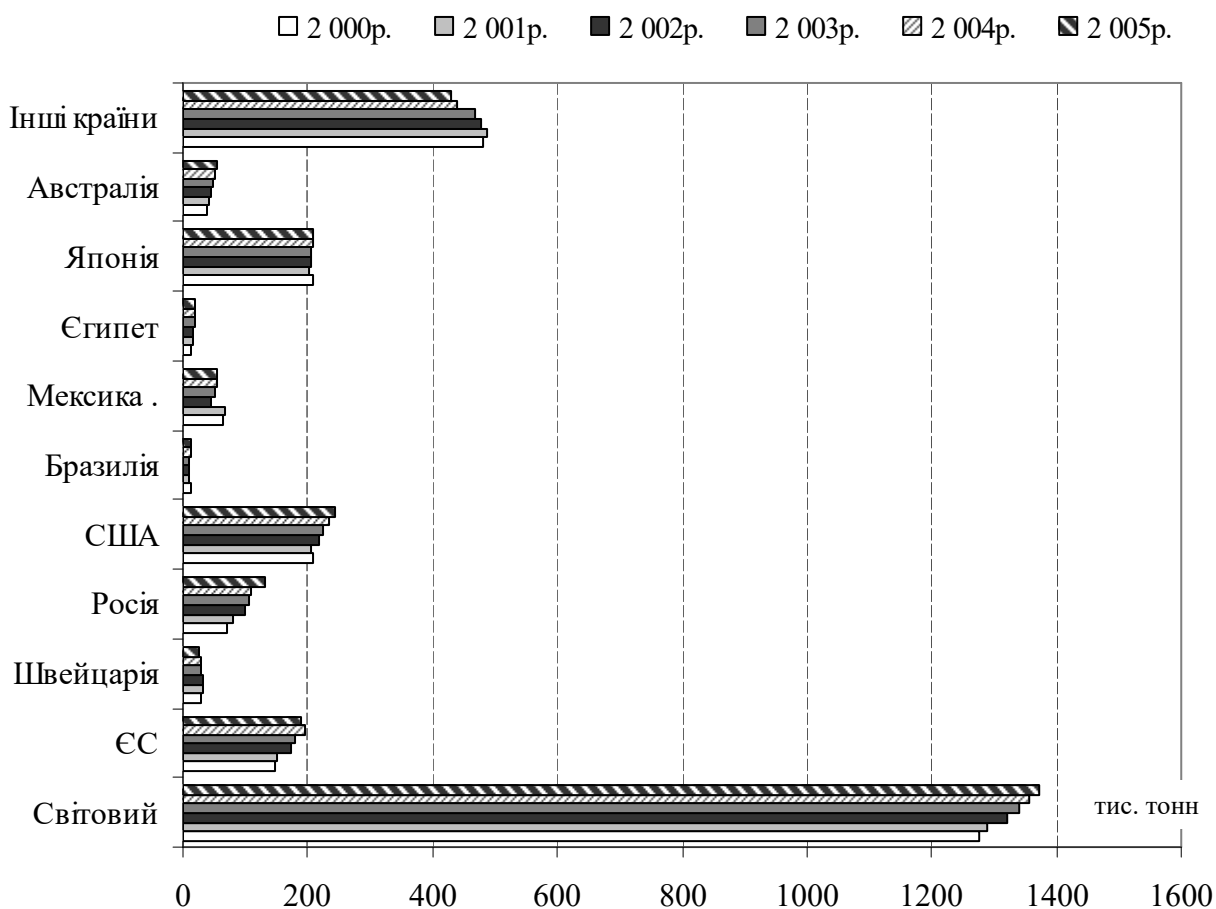


Рис. 2.13. Імпорт сиру в світі в 2000 – 2005 рр., тис. тонн

Розвиток світового ринку сиру напряму залежить від виробництва молока. Згідно з даними FAO¹⁰, середньорічні прирости виробництва молока в світі протягом 2001 – 2006 рр. коливались в межах 0,5 – 1,1%. Найвищими темпами розвитку характеризувалось молоковиробництво в країнах Східної і Південної Азії (в основному, в Індії та Китаї), Латинської Америки, в Австралії та Новій Зеландії, що пов'язано зі сприятливими природно-кліматичними умовами та направленими діями щодо розширення молочного стада. Основною причиною скорочення виробництва молока в США та Європі стала політика стримування росту галузі. Так в США існує система стимулювання зростання цін на молоко при одночасному скороченні

¹⁰ Підорганізація ООН з питань продовольства та сільського господарства

виробництва. В ЄС діє система штрафів щодо фермерів, які перевищують квоту на виробництво молока. Політика стримування молоковиробництва проводиться також Канадою і Японією. Після вступу в ЄС зменшилось поголів'я худоби в країнах Східної Європи, оскільки не всі господарства виявились в змозі підвищити якість молока до рівня високих стандартів Євросоюзу.

В результаті ціни на молоко в світі суттєво різняться і склали на 2006р.: в Аргентині, Пакистані, Індії та Бразилії - від 10 до 10,3 дол. США за 100 кг; в Польщі, Новій Зеландії, Україні - від 10,4 до 24 дол., у США – близько 27,5 дол., у Великобританії - до 29 дол., в Німеччині, Нідерландах та Франції – 35-37 дол., в Норвегії, та Швейцарії 47 -50 дол. (Додаток В, табл. 5).

Слід зазначити, що Україна входить до десятки найбільших світових виробників молока (Додаток В, табл. 6), це також свідчить про наявність експортного потенціалу вітчизняних сироробних підприємств.

Безпосереднім об'єктом нашого дослідження є експортний потенціал сироробних підприємств України. Але спочатку необхідно вирішити методичне питання (визначення) меж сироробної підгалузі, від якого залежить зміст поняття „сироробне підприємство”, яким ми оперуватимемо в ході нашого подальшого дослідження. Причиною постановки такого питання виступає існуюча розбіжність між змістом виробничої діяльності підприємства і його поширеною назвою, яка має історичне коріння.

Так за радянських часів всю молочну промисловість країни, в залежності від продукції, що виробляється, прийнято було поділяти на дві великі групи:

- до першої відносились підприємства – виробники мало-транспортабельної цільномолочної продукції (питне молоко та кисломолочні продукти), де співвідношення сировини і готової продукції наближається до 1:1, а тривалість зберігання вимірюється добами;

- в другу входили ті, що виробляють транспортабельні молочні продукти: сир, масло, молоко сухе та згущене консервоване. Всі транспортабельні молочні продукти матеріаломісткі: коефіцієнт витрат сировини при виготовленні масла в середньому складає 22, сиру – 9,5, сухого молока – 7,9.

Разом з тим визначення спеціалізації (типу) конкретного підприємства в молочній промисловості було і залишається досить складною проблемою, оскільки, з одного боку, продукція суттєво відрізняється за характером виробництва, з іншого – існують взаємопов'язані технологічні процеси, що викликані необхідністю комплексної переробки молока. В основу ідентифікації підгалузевої належності певного молокопереробного підприємства в радянські часи було покладено принцип нормування напрямків використання молочної сировини (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Нормативи використання молока у 1980р.¹ (% до загальної переробки в залежності від типу підприємств) і фактичне використання молока у 2005р.² (% до загальної переробки в залежності від типу підприємств)

Продукти	Міський молочний завод		Завод з виробництва сухого знежиреного молока		Сироробний завод		Молочно-консервний завод		Завод сухого цільного молока	
	1980 р.	2005 р.	1980 р.	2005 р.	1980 р.	2005 р.	1980 р.	2005 р.	1980 р.	2005 р.
Цільномолочні	60,3	52,3	10,5	15,1	10	10,1	7	5	5,2	15,6
Вершкове масло	39,7	25,7	89,5	73,3	26	21,8	11,4	13,3	11,3	11,3
Сир сичужний	-	22	-	8,5	64	64	-	-	-	5,6
Молочні консерви	-	-	-	-	-	-	81,6	73,9	-	-
Сухе цільне молоко	-	-	-	3,1	-	4,1	-	7,8	83,5	67,5

¹ Розрахунки проведено згідно з даними типових проектів Діпромолпрома (Державного інституту проектування молочної промисловості) [135, ст.41]

² Розраховано за даними Спілки молочних підприємств України щодо обсягів переробленого молока і отриманої продукції по виборці підприємств, що забезпечили 83,6% переробки молока в Україні в 2005 р.

Тип підприємства, визначений на основі вищенаведених нормативів, відображався в його назві. Після 1991 року, коли дотримання принципу відповідності назві підприємства його типу стало обов'язковим, виникла плутанина: одні підприємства, зберігаючи історичну назву, змінювали підгалузь основної спеціалізації, інші – змінювали назву і т.д. Тому Шосткинський міськмолкомбінат на сьогодні є одним з провідних виробників сиру, а Буринський завод сухого молока спеціалізується на виробництві цільномолочної продукції.

Разом з вищеописаними формальними змінами на рівні «назва – тип підприємства за основною спеціалізацією» відбулись сутнісні зрушення в пропорціях виробництва різних видів продукції. Порівняння напрямків фактичного використання молока різними типами молокопереробних підприємств в 2005 р. і нормативів, чинних на 1980 рік (табл. 2.1), свідчить про підвищення рівня універсальності, часткове згладження спеціалізацій.

Тому, з огляду на вищесказане, при визначенні меж сироробної галузі слід враховувати:

- по-перше, сир виготовляється переважно на спеціалізованих сироробних підприємствах, але до 25% річного обсягу виробництва припадає на заводи з іншою основною спеціалізацією;
- по-друге, спеціалізація на виробництві сиру зовсім необов'язково буде відображатись в назві підприємства, а належність до типу «сироробний завод» можна визначити лише на основі розрахунку пропорцій напрямків використання молока.

На сьогоднішній день основними (за обсягом вироблюваної продукції) підгалузями в вітчизняній молокопереробці є цільномолочна та сироробна. І теоретичним підґрунтям для визначення спеціалізації в молокопереробній галузі, на нашу думку, може слугувати принцип «надлишковості – необхідності»:

- головний принцип розміщення (формування і розвитку) сироробного виробництва – надлишковість сировини,
- цільномолочне ж виробництво розміщується у відповідності з принципом необхідності, мінімально необхідного рівня споживання населенням (рис. 2.14).

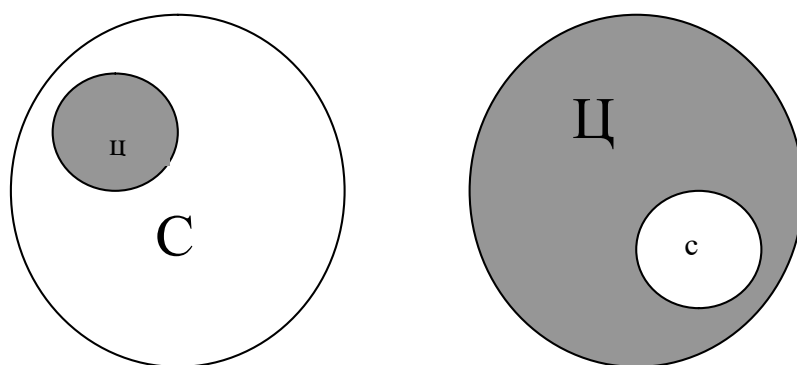


Рис 2.14. Логічні кола, що ілюструють принципи надлишку і необхідного мінімуму у визначенні спеціалізації підприємств молокопереробної промисловості

Примітки:

- велике коло – спеціалізація підприємства;
- мале коло – неосновне виробництво;
-  реалізація принципу мінімально необхідного рівня споживання;
-  реалізація принципу надлишку сировини;
- С – виробництво сиру;
- Ц – виробництво цільномолочної продукції.

Визначальним фактором розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств в 2000 – 2006 рр. стали процеси зміни власності. Середина дев'яностих позначилась чітким розшаруванням підприємств галузі на лідерів і аутсайдерів місцевих та регіональних ринків. Вихід в лідери галузі обумовлювався можливістю збільшення надходжень молочної сировини в умовах значного скорочення виробництва останньої. Традиційно молокопереробні підприємства, будучи присутніми в кожному

адміністративному районі, отримували молоко з цього району. (Тобто, в радіусі 40 км., тоді як ще за радянських часів було визнано економічно вигідним доставляти сировину за 300 км., а сьогодні в Україні деякі підприємства транспортують молоко за 600 км. [172, с. 44].) Тому, після закінчення “ваучерної” приватизації, стали помітними процеси поглинання місцевими лідерами навколишніх збиткових підприємств з метою захоплення «сировинних зон» та перетворення заводів на «пункти охолодження молока» перед подальшим транспортуванням його до місця переробки.

Зі збільшенням надходження сировини, відповідно, активізувались процеси нарощення потужностей. Але, з огляду на обмеження ефективності збільшення потужностей, з одного боку, водомісткістю виробництва (дефіцитом водних ресурсів і зростаючими проблемами очищення стоків) і складностями доставки і реалізації малотранспортабельної продукції, з іншого, за придбаними (“поглинутими”) підприємствами зберігаються окремі виробничі функції. Так зростає ступінь диверсифікації молокопереробних підприємств; при цьому прослідковується наступна закономірність: виробники транспортабельної молочної продукції зберігають мережу географічно розпорошених підрозділів, що спеціалізуються на цільномолочній продукції і, навпаки, лідери цільномолочної підгалузі переробляють надлишки молока в продукти матеріаломісткої групи на підприємствах – «супутниках».

Географічне розміщення сироробних підприємств, найбільш перспективних з точки зору розвитку експортного потенціалу, можна визначити на основі принципів надлишку та необхідного мінімуму. Аналіз структури виробництва молочної продукції за регіонами України дозволяє зробити висновок, що сир виробляють здебільшого на периферії, тоді як виробництво цільномолочної продукції переважає в урбанізованих Київській, Дніпропетровській, Донецькій і Харківських областях (рис.2.15). Таким чином забезпечуються як цінові, так і якісні конкурентні переваги.

Протягом 2000 – 2005 рр. відбувались ротації в „п’ятірці” областей - лідерів у виробництві сиру (табл.2.2), які супроводжувалась зростанням внеску означених областей в сукупний обсяг виробництва в Україні. Так, якщо в 2000 році п’ять областей виробляли 39,2% вітчизняного сиру, то в 2005 році на них припадало вже 45,5%. Цей факт є свідченням поглиблення галузевої спеціалізації молокопереробних підприємств України в територіально-регіональному розрізі.

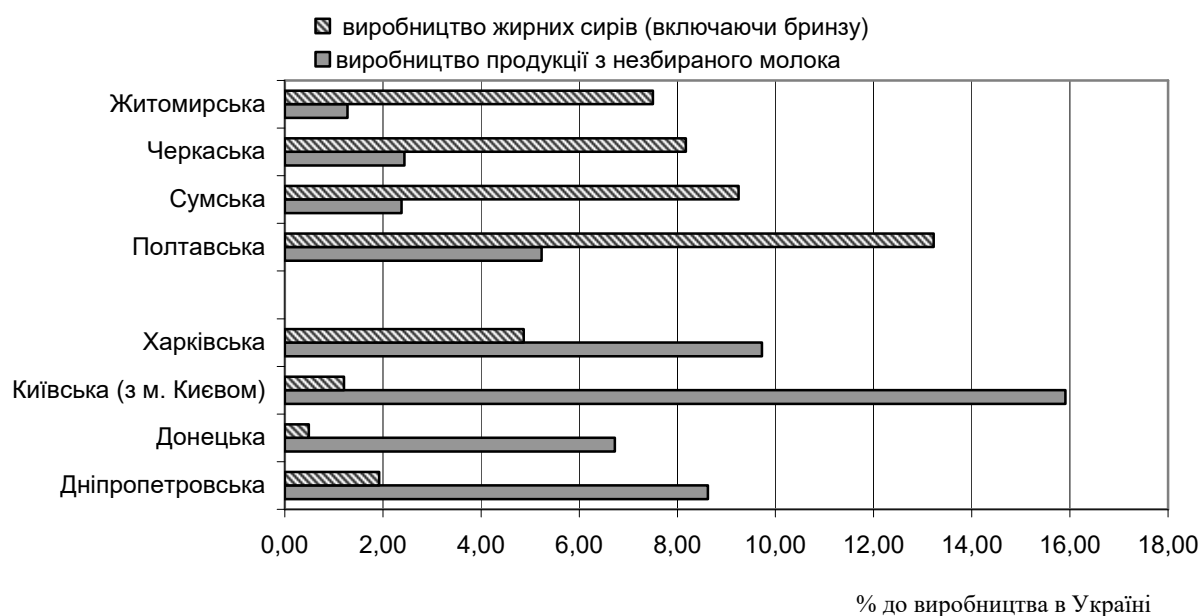


Рис. 2.15. Географія молокопереробної промисловості України в 2006 р.

Таблиця 2.2

Рейтинг областей – лідерів у виробництві сиру в 2000 – 2005 рр.

Області	2005 р.		2004 р.		2003 р.		2002 р.		2001 р.		2000 р.	
	рей- тинг	тис. тон	рей- тинг	тис. тон	рей- тинг	тис. тон	рей- тинг	тис. тон	рей- тинг	тис. тон	рей- тинг	тис. тон
Полтавська	1	38,6	1	29,6	1	22	2	12,1	2	9,2	4	5,1
Житомирська	2	23,5	4	16,8	*	*	*	*	*	*	*	*
Запорізька	3	21,6	*	*	5	11,3	5	8,3	*	*	*	*
Сумська	4	20,3	2	20,7	2	19,2	1	15	1	10,8	2	7,5
Черкаська	5	19,0	3	18,3	3	13,8	3	11,6	4	8,6	3	6,2
Вінницька	*	*	5	15,2	4	13,7	4	10,1	5	6,6	5	4,7
Хмельницька	*	*	*	*	*	*	*	*	3	8,8	1	7,7
П’ятірка лідерів	-	123,2	-	100,6	-	80,0	-	57,1	-	44,0	-	26,5

Примітка: * - область, що не увійшла в зазначеному році до п’ятірки лідерів

Зміни в географії молокопереробної галузі є похідними від тенденцій розвитку виробництва. Спираючись на аналіз довгої динаміки виробництва основних видів молочної продукції в Україні (рис. 2.16), можемо констатувати: розвиток молокопереробної галузі до 1990 року характеризувався випереджальним зростанням виробництва продукції з незбираного молока; в 1990-му- -2000 рр. в галузі спостерігався спад (занепад) загальноекономічної природи; з 2000-го р. почалось відродження виробництва при суттєвій зміні структури самої галузі.



Рис. 2.16. „Довга” динаміка виробництва основних видів молочної продукції в Україні

Порівняння структури молокопереробної галузі в 1990 і 2005 рр. (рис.2.17) засвідчує зростання частки виробництва сирів (з вищезазначених причин в 2006 р. відбулось скорочення виробництва сирів на 57, 22 тис. тонн). Поєднавши питомі показники з аналізом динаміки абсолютних обсягів виробництва, можна відзначити стрімкий розвиток сироробства. Так в 2005р. виробництво сиру в Україні склало 271 тис. тонн. і перевищило найвищий досягнутий за радянських часів рівень (1990 р., 184 тис. тонн) на 47,3%.

Каталізатором розвитку сироробства послужила заборона на продаж українського СЗМ (сухого знежиреного молока) та СЦМ (сухого цілого молока) в Європі через вміст в ньому антибіотика “леоміцитину” влітку 2002р., що спонукало виробників сухого молока перекваліфіковуватись на виробництво іншого експортоорієнтованого продукту – сиру.

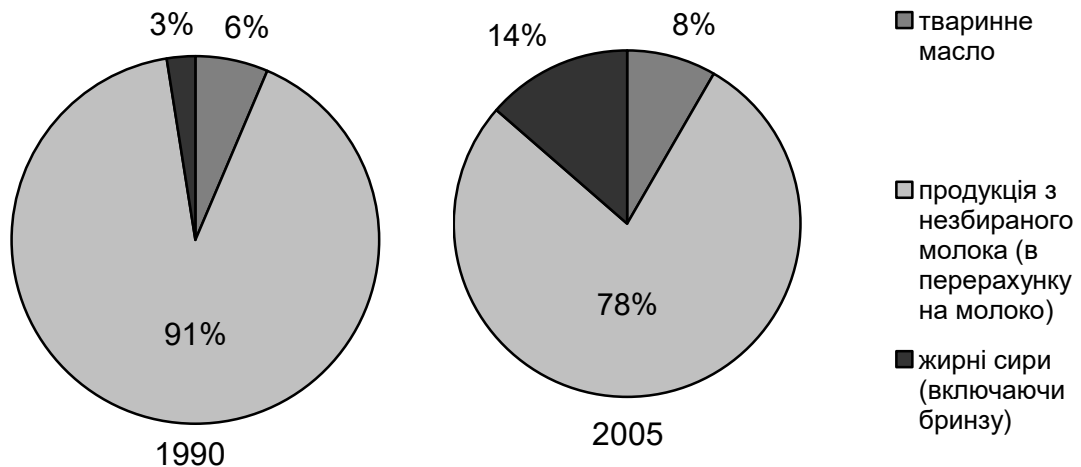


Рис. 2.17. Структура молокопереробної галузі за основними видами продукції в 1990 і 2005 рр.

Стрімкий розвиток експортного потенціалу сироробної підгалузі в 2000 – 2005 рр. виявився в збільшенні виробництва всіх видів жирних сирів (рис.2.18). При цьому найвищими середньорічними темпами росту характеризувався сегмент твердих сирів (140%), що пов’язано з порівняно високим рівнем попиту на цей традиційний для ринку України та Росії вид.

На основі наведених на рис.2.18 даних можна зробити висновок і щодо скорочення частки м’яких та розсільних сирів (з 5,04% в 2000 р. до 2,32% в 2004 р.), які мають коротший термін реалізації і попит на які в Україні зростає повільно; однак споживання саме м’яких сирів є поширеним в країнах Південної і Західної Європи та на Близькому Сході. Тому, враховуючи видову структуру виробництва сиру в Україні, можна зробити

висновок, що експортний потенціал вітчизняних молокопереробних підприємств зорієнтований для реалізації саме на ринку країн СНД.

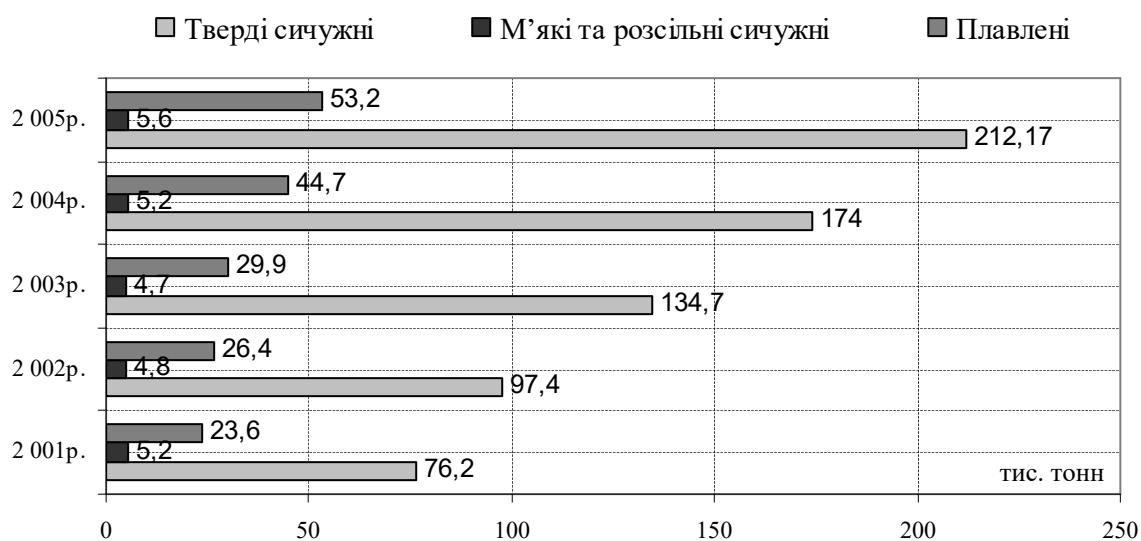


Рис. 2.18. Виробництво жирних сирів за видами в Україні у 2000 – 2005 рр., тис. тонн

Розвиток експортного потенціалу сироробних підприємств відбувається в безпосередньому взаємозв'язку з тенденціями виробництва молока в сільському господарстві. Про якісну сторону проблеми забезпечення підприємств молочною сировиною вже йшлося вище. Значущим є і кількісний аспект цієї проблеми (рис.2.19).

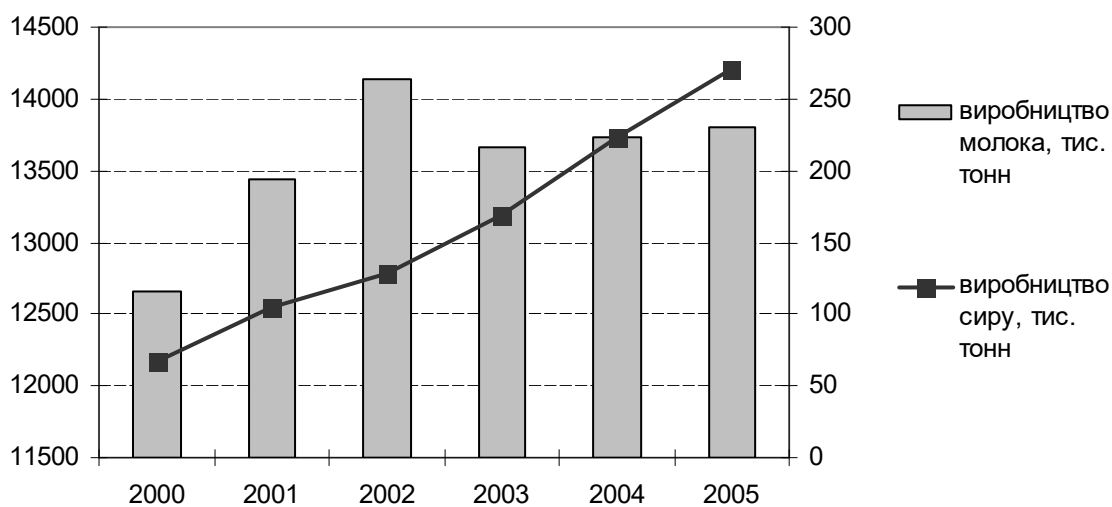


Рис. 2. 19. Динаміка виробництва молочної сировини та сиру в Україні в 2000 – 2005 рр.

Діаграма 2.19 демонструє випереджальне зростання виробництва сиру по відношенню до виробництва молочної сировини. Якщо середній річний темп росту виробництва молока за аналізований період склав 1,018, а максимальний приріст не перевищив 6,2% у 2001 р., то виготовлення сиру збільшувалось в середньому на 32,5% за рік, а в 2001-му – на 55,6%. Протягом 2006 р. відбувся спад виробництва молока, який склав майже 1 млн. літрів. Така динаміка підтверджує загострення проблеми забезпечення сироробних підприємств молочною сировиною належної якості в достатній кількості. Невідповідність між темпами розвитку сировинного ринку і переробників загострює конкуренцію за молочні зони, в якій зіштовхуються інтереси як сироробних, так і цільномолочних підприємств. Витоки проблеми виробництва молока криються в тенденціях розвитку молочного скотарства (рис. 2.20).

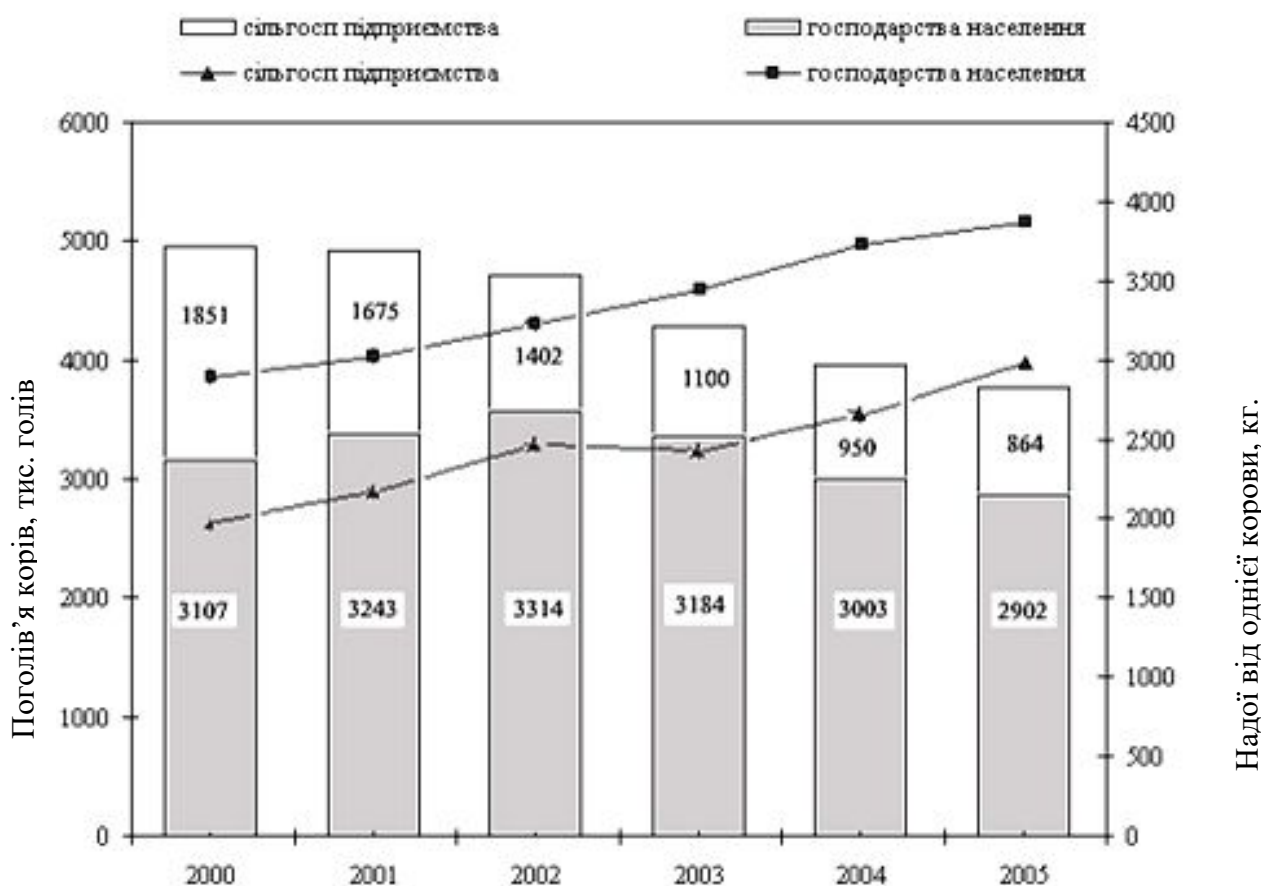


Рис. 2.20. Поголів'я корів та динаміка надоїв від однієї корови у сільгоспідприємствах і господарствах населення в 2000-2005 рр.

Розвиток основи експортного потенціалу молокопереробної галузі, молочного скотарства, в Україні характеризується низхідним трендом. Поголів'я корів з 2000 по 2005 рік скоротилось з 4958 до 3766,6 тис. голів або на 24%. Процес зменшення поголів'я спостерігався як в господарствах населення, так і у сільськогосподарських підприємств, але якщо в 2000 році на останні припадало 37,3% всіх корів, то в 2005-му – вже тільки 22,9%, протягом 2006 р. зазначена тенденція поглибилась. Скорочення поголів'я частково компенсувалось зростанням продуктивності – надоїв від однієї корови (рис. 2.20), які збільшились за означений період у сільгосппідприємствах - в 1,34 рази, а в господарствах населення - в 1,51 рази.

На експортний потенціал молокопереробних підприємств впливають не тільки абсолютні обсяги виробництва, а й відносний показник надходження молока в промислову переробку. Так в 2006 році на промислову переробку в світі надійшло близько 75% виробленого сільським господарством молока. Ця цифра впродовж 2001-2006рр. залишалась відносно стабільною, разом з тим спостерігались значні відмінності в обсягах промислової переробки молока в країнах, що розвиваються і розвинених країнах. Якщо молокопереробна промисловість Африки споживає приблизно 10% виробленого молока, то в США, Великобританії, Нідерландах і Данії в переробку спрямовується майже 99% молока. Українські сільськогосподарські підприємства в 2006 році реалізували переробним підприємствам 82 % виробленого молока (для порівняння: в 2000-му ця цифра складала лише 66,3 %).

Однак основним джерелом сировини для розвитку експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств на сьогодні залишається молоко, отримуване господарствами населення: його частка склала в 2006 році 81,3%. Цей факт не дозволяє вирішити основну проблему сироробства – забезпечення якості молочної сировини, оскільки дрібне молочне виробництво не сприяє впровадженню нових технологій утримання,

годування та ветеринарного догляду за худобою. Зазначимо, що питання підвищення концентрації виробництва в молочному тваринництві є актуальним і в світлі вступу України до ВТО; згідно з вимогами ВТО, виробник не має права здавати молоко в переробку при стаді менше 10 корів. На низькій якості молока, заготовлюваного виробниками сиру в господарствах населення, наголошує і Російська ветеринарна служба, висуваючи вимоги щодо закупівлі молочної сировини у сільськогосподарських підприємств українськими виробниками сиру, які прагнуть експортувати власну продукцію до Росії. І саме дана вимога в 2006 році стала перешкодою в експортній діяльності таких лідерів сироробної галузі України, як ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” та ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”.

На основі аналізу експорту молокопереробних підприємств ми дійшли висновків щодо існування ряду загрозливих тенденцій:

- по-перше, досліджуючи сам процес експорту як рух продукції від вітчизняного виробника до закордонного споживача, слід відмітити значний вплив посередників;
- по-друге, розвиток вітчизняних підприємств протягом аналізованого періоду характеризувався моноспрямованістю експорту - до 95% припадало на ринок Росії, що призвело до формування залежності українських виробників від її економічного, соціокультурного, а в особливості – політичного середовища;
- по-третє, вітчизняні сири позиціонувались в низько- та середньо ціновому сегменті російського ринку, що засвідчує відповідну ринкову оцінку їх якості; низька якість сиру, в свою чергу, визначається дефіцитом якісної сировини і саме використання низькоякісного молока господарств населення вітчизняними підприємствами послужило приводом для запровадження в 2006 р. Росією ембарго на імпорт молочної продукції з України.

Проведений комплексний аналіз умов функціонування вітчизняних підприємств і визначення основних тенденцій розвитку ринку сиру дозволяють перейти до поглибленого аналізу процесів формування та використання експортного потенціалу сироробних підприємств.

2.2. Аналіз експортного потенціалу підприємств з урахуванням впливу показників господарської діяльності

Розвиток експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств визначається станом та динамікою внутрішніх факторів їх діяльності. Логіка дослідження експортного потенціалу молокопереробних підприємств з урахуванням впливу показників господарської діяльності є наступною:

- по-перше, обґрунтування вибірки досліджуваних підприємств за критеріями експортоорієнтованості їх діяльності та значущості їх потенціалу в потенціалі галузі;
- по-друге, аналіз показників господарської діяльності підприємств крізь призму їх впливу на розвиток експортного потенціалу;
- узагальнення щодо передумов успішного розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств на основі тенденцій розвитку його внутрішніх складових в 2002 – 2006 рр.

Виробництво сиру в Україні протягом 2000 - 2005 рр. збільшилось в чотири рази, що зумовлено, в першу чергу, привабливістю його експорту та зростанням доходів населення.¹¹ У 2006 р., як вже зазначалось, спостерігався спад виробництва в галузі, пов'язаний з російським ембарго на імпорт. Протягом цього року зусилля виробників були сфокусовані на збереженні

¹¹ За даними міністерства статистики України

накопиченого потенціалу, його розвиток відбувався протягом 2000 – 2005 рр., і тому саме цей період являє особливий інтерес для дослідження.

Так у 2005 році виробництвом сиру в Україні займалось 237 підприємств (включаючи філіали і ДП). Високий ступінь подрібненості галузі є наслідком виготовлення сирів (як правило, в невеликих кількостях) більшістю молокопереробних підприємств, для яких сироробство не є основною (профільною) спеціалізацією. За обсягами виробництва українських виробників сиру можна віднести до наступних груп (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Групування вітчизняних виробників сиру за критерієм річних
обсягів виробництва**

Група підприємств	Річні обсяги виробництва, тис. тонн	Кількість підприємств	Частка в загальній кількості, %
1	2	3	4
Найбільші	Від 9 до 13	3	1,3
Великі	Від 4 до 9	12	5,1
Середні	Від 1 до 4	44	18,6
Малі	Від 0,1 до 1	85	35,9
Дрібні	Від 0,01 до 0,09	59	24,9
Найдрібніші	Менш ніж 0,001	33	13,9

Аналіз зміни структури українського ринку сировиробників протягом 2000 – 2005 рр. (рис. 2.21) виявляє наступні тенденції: скорочення загальної кількості підприємств, що виготовляють сир, на 15,4% (зменшення операторів на ринку було стрибкоподібним, і переломним став 2003 рік); різке зменшення кількості дрібних і найдрібніших виробників (на 34,4%); стрибкоподібне, на 25 – 42,5% до рівня 2000 р., збільшення кількості малих сироробних підприємств в 2000 – 2003 рр.; зростання в 3,3 рази сегменту

середніх підприємств; починаючи з 2000 року, невинне збільшення частки великих, з річним обсягом виробництва більше 4 тис. тон., виробників.

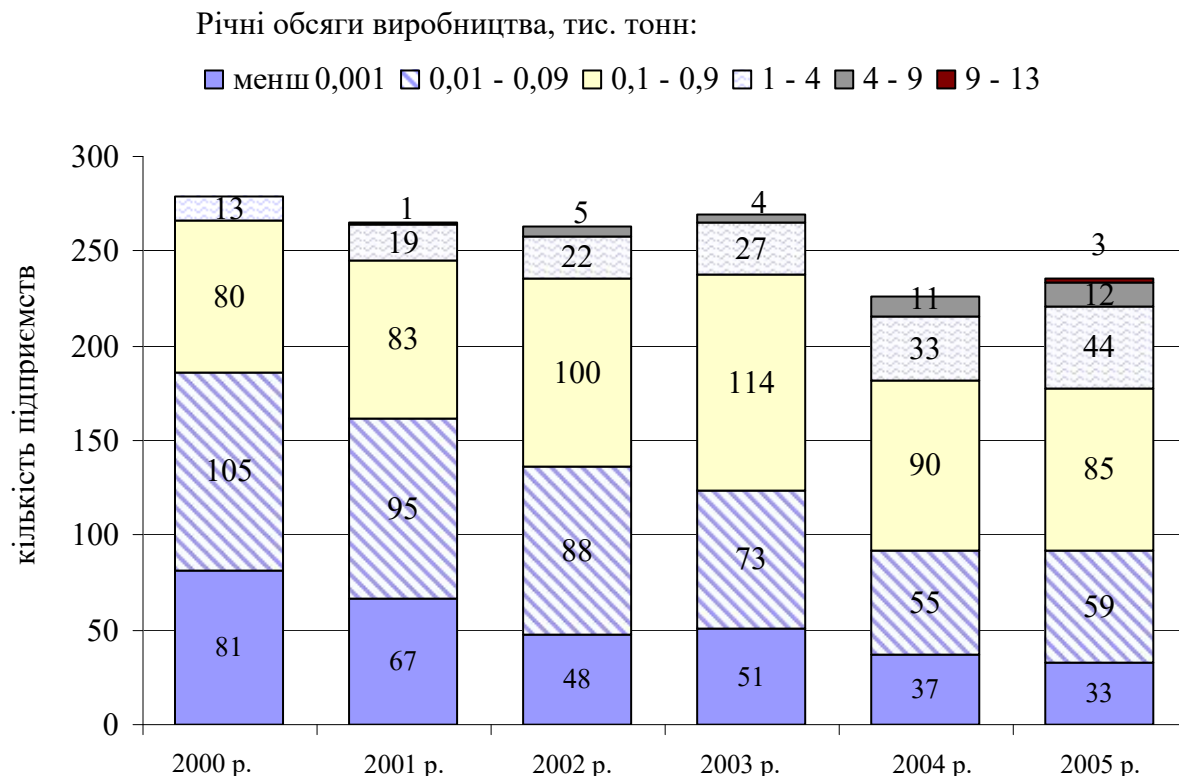


Рис. 2.21. Динаміка сегментів ринку українських сироробних підприємств в 2000 – 2005 рр.

Причинами означених тенденцій кількісного перерозподілу в співтоваристві вітчизняних сироробних підприємств, що суттєво вплинули на розвиток їх експортного потенціалу, на нашу думку, послужили:

- «Природні» процеси розвитку ринку, який поступово переходить від стадії бурхливого росту до насичення (зрілості), що супроводжується стабілізацією кількості операторів і можливістю отримувати суттєві конкурентні переваги від масштабного виробництва;
- Запровадження в другій половині 2002 року заборони на імпорт в Європу казеїну з України (привід – порушення європейських стандартів безпеки продукту, наявність в українському казеїні левоміцитину) викликало компенсаторну реакцію - перехід частини молокопереробних підприємств на

виробництво сиру як продукту співвідносного з казеїном і за можливостями транспортування, і за рівнем рентабельності, що не в останню чергу пов'язано з пріоритетом продажу на «своїх» зовнішніх ринках. В 2002р. у зв'язку з обвалом світових цін на сухе молоко (для реалізації на ринок були «викинуті» значні запаси сухого молока військового відомства США, термін зберігання яких закінчувався) почалось нарощення виробництва сиру орієнтованими на експорт підприємствами, яке переслідувало мету використання налагоджених каналів збуту власної продукції за кордон.

- Активізація процесів перерозподілу власності в напрямку концентрації капіталу, що призвело до двох взаємопов'язаних наслідків: посилення сегментації в молокопереробній галузі в цілому (зниження взаємоспрямованої диверсифікації) з більш чітким розмежуванням сироробного і цільномолочного типу виробництва та зменшення загальної кількості підприємств з відповідним ростом групи великих виробників;

- Негативні процеси розвитку сировинного ринку галузі: збереження тенденції до скорочення поголів'я худоби, переважне виробництво молока в дрібних селянських господарствах, що створює складнощі з моніторингом якості, низька щільність молочного виробництва і, відповідно, високі транспортні затрати тощо. В таких умовах сприятливою для функціонування молокопереробного підприємства є розвиток власної сировинної бази, можливість запропонувати достатньо високу ціну за молоко, налагодження довгострокової співпраці, вживання адміністративних засобів впливу на сільгоспвиробника. Все це стає під силу великому виробникові.

- Сектор дрібних фермерських фірм, що виробляють сир, розвивається дуже повільно. З одного боку, в суспільстві відсутня традиція споживання «домашнього» сиру, з іншого – у національного молоковиробника відсутні традиції «домашнього» сироробства – все те, що складає потенціал розвитку означеного сектору, приміром, у Франції.

Загальне зростання обсягів виробництва в галузі і скорочення кількості підприємств на ринку супроводжується стабілізацією частки двадцяти

найбільших виробників. Але, при відносній стабільності сукупної частки «двадцятки», мають місце ротації всередині групи (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Рейтинг «двадцятки» найбільших виробників сиру в 2003 – 2005 рр.¹²

Місце в 2005 р.	Місце в 2004 р.	Місце в 2003 р.	Назва підприємства	Випуск продукції, тис. тон		
				2003р	2004р	2005р
1	2	3	4	5	6	7
1	3	6	ВАТ «Молочник»	3,8	6,7	12,5
2	1	1	ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат»	6,2	8,5	10,2
3	4	9	ДП «Гадячсир»	3,3	6,6	9,6
4	2	3	КП «Пирятинський сирзавод»	5,7	7,5	8,6
5	10	18	ВАТ "Каневський маслосироробний завод"	2,0	4,3	8,3
6	7	17	ВАТ «Менський сир»	2,0	4,7	6,8
7	6	4	ВАТ «Звенигородський сироробний завод»	5,6	6,0	6,4
8			ТОВ "ВО "Моліс"		1,8	6,3
9	14	11	ВАТ "Дубномолоко"	2,5	3,2	5,5
10	9	5	ЗАТ «Баштанський сирзавод»	3,9	4,4	5,4
11	*	*	ВАТ «Світловодський маслоробний комбінат»	1,9	2,6	5,3
12	13	*	ВАТ "Миргородський сироробний комбінат"	0,2	3,8	4,9
13	11	7	ЗАТ "Хмельницька маслосирбаза"	3,7	4,2	4,6
14	16	14	ВАТ «Рожищенський сирзавод»	2,3	3,1	4,4
15	*	16	ЗАТ "Шишацький сирзавод"	2,2	2,1	4,3
16	*	*	ДП «Аромат»	0,8	0,9	4,0
17	8	10	ВАТ «Великобурлуцький сироробний завод»	2,7	4,5	3,9
18	15	8	ВАТ «Ковельмолоко»	3,3	3,1	3,9
19	*	*	ВАТ "Красноградський маслосирзавод"	0,6	0,9	3,3
20	17	*	ВАТ "Вапнярський молокозавод"	1,3	2,6	3,3

Примітка: * - підприємства, що не увійшли до двадцятки лідерів у 2005 р.

Можна виділити чотири основні підгрупи виробників сиру за характером ротацій:

¹² Джерело – Міністерство статистики України, акціонерні товариства

1. Відносна стабільність позиції. (Представники: КП «Пирятинський сирзавод», ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат», ВАТ «Звенигородський сироробний завод».)

2. Швидка втрата позицій. (Представники: ЗАТ «Баштанський сирзавод», ЗАТ "Хмельницька маслосирбаза, ВАТ «Великобурлуцький сироробний завод», ВАТ «Ковельмолоко».)

3. Швидке набуття позицій. (Представники: ВАТ «Молочник» ДП «Гадячсир», ВАТ «Каневський маслосироробний завод», ВАТ «Менський сир»)

4. Нові члени «двадцятки». (Представники: ТОВ "ВО "Моліс", ВАТ «Світловодський маслоробний комбінат», ВАТ "Красноградський маслосирзавод".)

Можемо зробити висновок, що потенціал підприємств третьої і четвертої підгрупи характеризувався нарощенням темпів розвитку, перша група розвивалась нижчими темпами, але не втрачала позицій. Розвиток цих груп підприємств свідчить про їх перспективність і цінність використання в якості об'єктів дослідження їх потенціалу.

При паралельному аналізі даних табл. 2.4 і табл. 2.5 можна бачити, що зміна часток на внутрішньому ринку та в сукупному обсязі галузевого виробництва обумовлена експортоорієнтованістю окремих підприємств і груп компаній, до складу яких вони входять.

Означені тенденції, які назовні виступають як процеси концентрації виробництва, а при більш глибокому розгляді виявляють характер складних внутрішньогалузевих ротацій, мали своїми наслідками такі зміни експортного потенціалу підприємств, як:

- підвищення ступеня завантаження потужності на крупних підприємствах галузі до 86%, що обумовлено наявністю налагодженої системи закупівлі і доставки сировини (в той час, як на середніх і дрібних підприємствах завантаження потужності знаходиться на рівні 23-30%);

- зростання виробництва (середньорічний темп приросту виробництва в 2002 – 2004 рр. склав 32 %);

- збільшення експорту (в 2004 р. було експортоване 40 % вироблених сирів, у 2003 р. – 44 %; і якщо експортні поставки в натуральному виразі збільшились в порівнянні з 2003р. лише на 20%, то в грошовому – на 60%, що є свідченням позитивних змін у політиці якості продукції та ціноутворення).

Таблиця 2.5

**Ілюстрація експортоорієнтованості окремих підприємств
та груп компаній в 2005 р.¹³**

№ з/п	Назва підприємства, групи компаній	Частка на вітчизняному ринку, %	Частка в загальному виробництві, %	Частка в загальному експорті, %	Ступінь експортоорієнтованості
1	ВАТ «Молочник»	9,92	5,63	0,09	низький
2	Група Мілкіленд (ВАТ «Менський сир», ВАТ "Миргородський сироробний комбінат")	7,99	10,88	15,91	високий
3	ВАТ «Шосткинський міськмолкомбінат»	6,95	4,62	3,75	середній
4	ТОВ "ВО "Моліс"	5,95	3,72	0,90	низький
5	ВАТ «Звенигородський сироробний завод»	4,4	2,90	1,05	середній
6	Група ЗМГ (ВАТ "Дубномолоко" ВАТ «Ковельмолоко»)	3,58	4,77	6,88	високий
7	ЗАТ «Баштанський сирзавод»	3,23	2,44	1,53	середній
8	Група «Клуб Сиру» (ВАТ "Каневський маслосироробний завод", ВАТ «Світловодський маслоробний комбінат»)	2,6	6,46	12,48	високий
9	КП "Хмельницька маслосирбаза"	2,00	2,08	2,36	високий
10	ВАТ "Вапнярський молокозавод"	1,7	1,48	1,31	високий
11	ВАТ «Великобурлуцький сироробний завод»	1,57	1,78	2,23	високий
12	Група Надія (ДП «Гадячсир» ЗАТ "Шишацький сирзавод")	1,38	6,30	13,80	високий
13	ВАТ «Рожищенський сирзавод»	1,1	1,92	2,86	високий

¹³ Частки найбільших виробників сирів і груп на ринку України визначені з урахуванням обсягів експорту їх продукції, у тому числі і через компанії - посередники на базі аналізу даних Державної митної служби України.

За результатами проведеної вище класифікації підприємств, виокремлення „двадцятки” лідерів і виділення чотирьох підгруп за характером ротацій, з врахуванням обов’язкової ознаки експортоорієнтованості, для поглибленого аналізу розвитку експортного потенціалу нами обрано наступні підприємства: ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, ВАТ „Молочник”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, ВАТ „Рожищенський сирзавод”, ВАТ „Вапнярський молокозавод”. Означені підприємства розміщені в різних регіонах України, що дозволить порівняти регіональні особливості діяльності, і частка яких в експорті сиру складає 25%.

Аналіз проведено в трьох площинах:

- по-перше, в площині передумов ефективного розвитку експортного потенціалу: загального обсягу капіталу, яким оперують підприємства, і, зокрема, динаміки основних фондів та чисельності працюючих;
- по-друге, в площині наслідків використання означених передумов: понесених на виробництво продукції витрат, обсягів реалізації та суми отриманого чистого прибутку;
- по-третє, в площині ефективності використання внутрішніх факторів розвитку експортного потенціалу: рентабельності капіталу, продуктивності праці, фондівіддачі тощо.

Статистичні матеріали, застосовувані при аналізі, побудовані на використанні як публічної, так і внутрішньої бухгалтерської звітності підприємств.

Обсяг сукупного капіталу підприємства свідчить, щонайперше, про масштаби діяльності, а динаміка зміни капіталу є показником інтенсивності розвитку його потенціалу (рис.2.22).

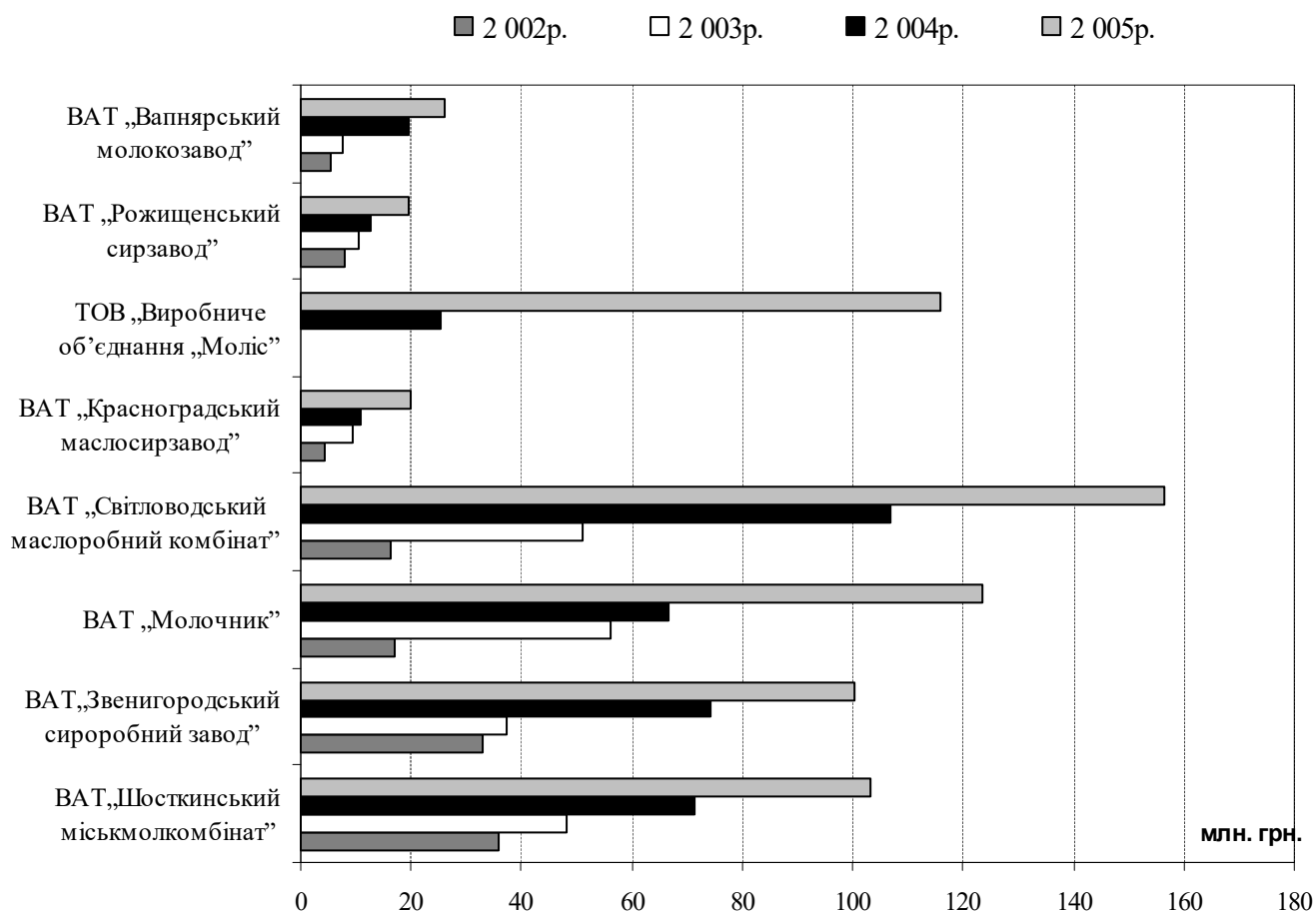


Рис.2.22. Вартість сукупного капіталу сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Як свідчить наведена діаграма, в 2002 – 2005 рр. нарощення капіталу вітчизняних сироробних підприємств справляло суттєвий вплив на розвиток їх експортного потенціалу. Найбільший приріст капіталу (збільшення у 8,5 разів) спостерігався на ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”. Найнижчі темпи зростання капіталу у ВАТ „Рожищенський сирзавод”, капітал якого за цей період виріс у 1,4 рази і на 2005 рік склав 19634,3 тис. грн. Відсутність скорочення обсягів капіталу серед більшості підприємств вибірки у 2006 р. створює передумови для залучення інвестицій та користування кредитними ресурсами, а значить – і для подальшого розвитку потенціалу підприємств.

Враховуючи абсолютні обсяги і характер динаміки сукупного капіталу в 2002 – 2005 рр., в цілях формалізації аналізу, вітчизняні сироробні підприємства можна віднести до наступних трьох груп (табл. 2.6):

- до першої ввійдуть підприємства, капітал яких на 2005 рік перевищив 110 млн. грн. (ТОВ „Виробниче об'єднання „Моліс”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Молочник”). Члени цієї групи є абсолютними лідерами не лише з обсягів функціонуючого капіталу, але і з темпів його нарощення: середньорічні темпи збільшення капіталу в групі коливаються від 112% (ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”) до 179% (ТОВ „Виробниче об'єднання „Моліс”¹⁴). Станом на 2005 рік найбільший капітал – 156,4 млн. грн. - має ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”. На другому місці ВАТ „Молочник” з капіталом в 123,6 млн. грн.;
- до другої - ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” та ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, які демонструють спільну тенденцію помірної позитивної динаміки капіталу;
- до третьої - ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод” і ВАТ „Вапнярський молокозавод” – підприємства з обсягом капіталу до 30 000 тис. грн. станом на 2005 рік.

Таблиця 2. 6

**Особливості динаміки сукупного капіталу сироробних підприємств
в 2002 – 2005 рр. по групах**

Група підприємств	Характерні особливості показника	Основні причини зміни (стабільності) показника	Стратегічні наслідки динаміки показника
1	2	3	4
I група	▪ Суттєве нарощення капіталу протягом 2002 – 2005 рр. (в 4,6 – 8,5 разів). ▪ Стрибкоподібність змін (коливання річних приростів від 18 до 350%). ▪ Значне (в 2 – 2,5 рази) відставання підприємств за обсягами задіяного капіталу від групи лідерів в 2002 році і набуття лідерських позицій в 2005-му.	- Злиття та утворення об'єднань підприємств на основі єдиної власності. (ТОВ „Виробниче об'єднання „Моліс”). - Вертикальна диверсифікація - інвестиції в створення власної сировинної бази (ВАТ „Світловодський МК”)	Зарекомендування себе в якості нових лідерів, що динамічно розвиваються. (Створення передумов для посилення власних позицій як найбільших підприємств сироробної підгалузі.)

¹⁴ „Виробниче об'єднання „Моліс” засноване в 2004 році. В 2005 році до його складу ввійшли ВАТ „Дніпрорудненський сироварний комбінат”, ВАТ „Михайлівський маслозавод, ВАТ „Акимівський сирзавод”, чим і пояснюються такі високі темпи позитивної динаміки капіталу в період 2004 – 2005 рр.

Продовж. табл. 2.6

1	2	3	4
II група	• Збільшення сукупного капіталу приблизно втричі. • Середньорічні темпи росту – в межах 41 – 56%. • Позиції лідерів в 2002 році змінилися відставанням (на 16 - 51%) від I групи підприємств.	Зміна власника яка супроводжувалась збільшенням власного капіталу (емісією акцій) та розширенням можливостей залучення кредитних ресурсів. (З 2001 р. контрольний пакет ВАТ „Звенигородський сироробний завод” належить французькій компанії Bongrain, контрольний пакет ВАТ „Шосткинський міськмол-комбінат” в 2005 р. перейшов у власність американського фонду прямих інвестицій WNISEF)	Збереження іміджу великих стабільних компаній, відомих на внутрішньому і зовнішньому ринках.
III група	▪ Сукупний капітал зріс в 1,4 – 4 рази, причому середньорічний приріст по підприємствам групи склав 61%. ▪ Відносно невисокі обсяги капіталу (в 2002 році – від 4,3 до 8,1 млн. грн., в 2005 р. - від 19,6 до 26,1 млн. грн.)	Залучення кредитних ресурсів, які спрямовувались переважно на збільшення потужностей та частково – на поповнення оборотних коштів в період „великого молока”.	Розширення масштабів діяльності на оновленій техніко-технологічній основі, запобігання скороченню власної частки на ринку

Основу внутрішньої складової експортного потенціалу підприємства складає його техніко-технологічна база – найбільш активна частина основних фондів. Від її стану і структури, можливостей щодо переробки сировини і забезпечення ринку готовою продукцією, відповідності рівню розвитку сучасних технологій залежать масштаби та напрямки використання експортного потенціалу. Такі параметри, як вартість готової продукції і її смакові якості, визначаються застосовуваною технологією і, в свою чергу, визначають власну нішу реалізації на внутрішньому і зовнішньому ринку. Зважаючи на обмежену можливість застосування нових технологій на старій технічній основі, закономірним явищем є оновлення основних виробничих фондів.

Діаграма (рис. 2.23) виявляє суттєву різницю як в вартості основних фондів підприємств вибірки, так і в темпах їх зростання, що обумовлено різницею в масштабах діяльності і можливостях фінансування техніко-технологічних змін. При цьому вартість основних фондів підприємств збільшується рік від року, що є свідченням нарощення їх виробничого потенціалу.

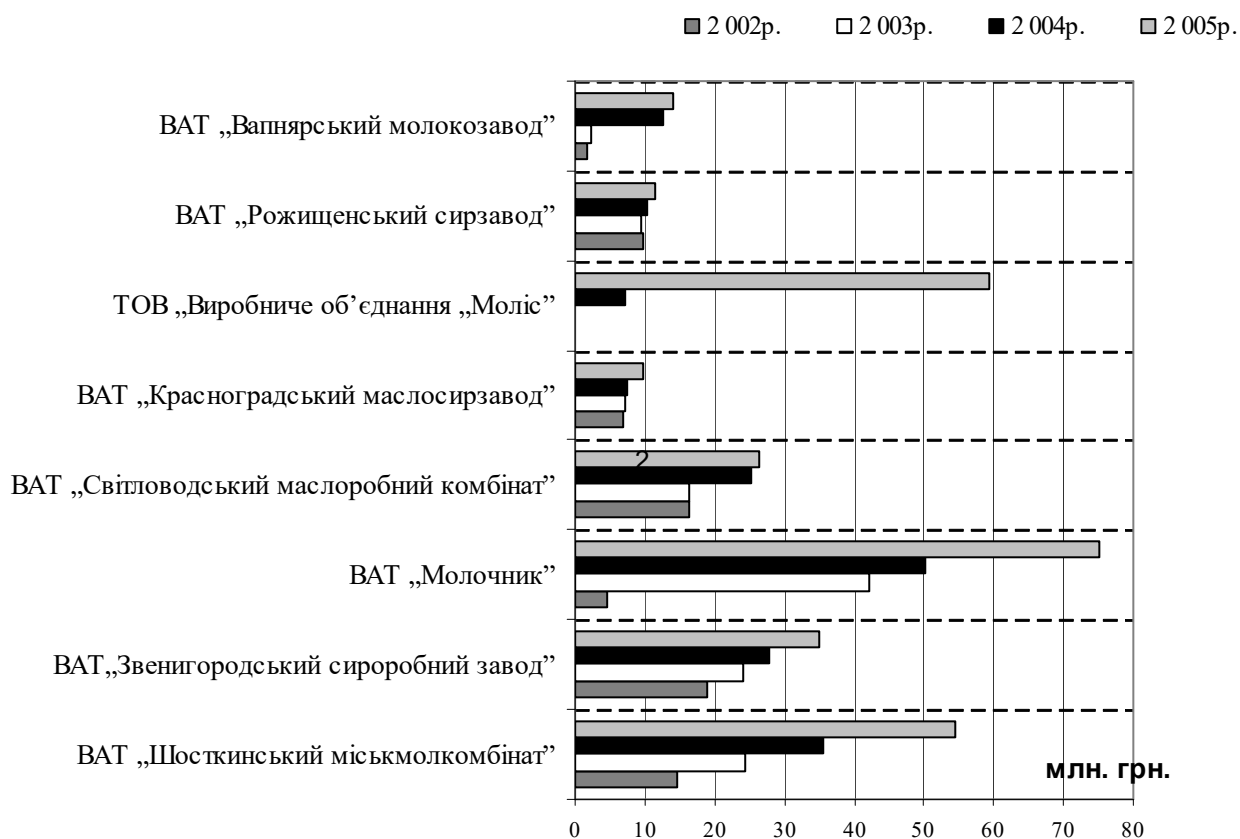


Рис. 2.23. Вартість основних фондів сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Найбільшу первісну вартість основних фондів станом на 1 січня 2006 р. має ВАТ „Молочник” (75123,5 тис. грн.). На другій позиції - ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, вартість основних фондів якого дорівнює 59384,6 тис. грн. Середньорічні прирости основних фондів означених підприємств за 2003 – 2005 рр. склали 292% і 238% відповідно та обумовлені, в першу чергу, зростанням капіталу за рахунок приєднання (поглинання) інших підприємств. Разом з тим вартість основних фондів ряду підприємств зростала порівняно невисокими темпами, серед них ВАТ „Рожищенський сирзавод” з середньорічним темпом росту 5%, ВАТ „Красноградський маслосирзавод” (13%), ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” (19%). 2006 рік характеризувався скороченням темпів нарощення потужностей, зумовленим загальним зниженням ділової активності молокопереробних підприємств у зв’язку зі зменшенням експорту, однак всі підприємства вибірки протягом цього року збільшили первісну вартість основних фондів.

Використовуючи проведене вище групування підприємств за обсягами сукупного капіталу, узагальнимо тенденції зміни вартості основних фондів крізь призму впливу на розвиток експортного потенціалу в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Особливості зміни вартості основних фондів сироробних підприємств в 2002 – 2005 рр. по групам

Група	Характерні особливості показника	Основні причини зміни (стабільності) показника	Наслідки динаміки показника
1	2	3	4
I група	Стрибоподібність змін (ВАТ „Молочник” - 807% росту в 2003 році, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” - 54% приросту в 2004 р. проти скорочення на 0,1% в 2003р., ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” - збільшення основних фондів протягом 2005 року в 7 разів)	- Визначальний фактор - поповнення основних фондів за рахунок приєднання активів інших підприємств; - Супровідний фактор - інвестиції в нове обладнання	Збільшення можливостей переробки молока в поєднанні зі зниженням географічної концентрації виробництва. Створення передумов для покращення якості сиру за рахунок зменшення радіусу транспортування сировини.
II група	Стабільні щорічні прирости, співмірні з темпами річного приросту виробництва з галузі (ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” середньорічний приріст - 53%, ВАТ „Звенигородський сироробний завод” - 23%)	Постійне оновлення техніко-технологічної бази, стратегічне спрямування інвестиційних ресурсів на нарощення виробничих потужностей.	Входження в нові сегменти ринку (виробництво елітних сирів), розширення виробництва і підвищення якості власних брендів. Розв’язання проблеми забезпечення сировиною шляхом вдосконалення системи заготівлі і транспортування молока.
III група	➤ Відносно низькі прирости протягом ряду років (ВАТ „Красноградський маслосирзавод” - 2 – 6% приросту вартості основних фондів протягом 2002-2004 рр., ВАТ „Рожищенський сирзавод” - зменшення вартості основних фондів на 4% в 2003 році і збільшення на 8 – 11% в 2004 – 2005 рр., ВАТ „Вапнярський молокозавод – 11% росту в 2005 році.) ➤ Порівняно невисока вартість основних фондів, в межах 9,8 – 14,1 млн. грн.	- Заміна зношеного і такого, що не відповідає стандартам виробництва високоякісної експортної продукції обладнання. - Встановлення нового обладнання збільшеної потужності.	Розширення асортименту і підвищення якості виготовлюваної продукції.

Успішність будь-якого бізнесу взагалі визначають здібності людини, її прагнення плідно працювати та досвід. Якість сиру, а значить і розвиток експортного потенціалу сироробного підприємства, залежить від майстерності сироварів, слідування їх традиціям виробництва та знання тонкощів технологій, тобто – від професійної кваліфікації персоналу. Чисельність працюючих, безпосередньо, залежить від ряду факторів: масштабів виробництва, трудомісткості технології, складності організаційної структури управління тощо. Динаміку чисельності працюючих на сироробних підприємствах демонструє діаграма 2.24.

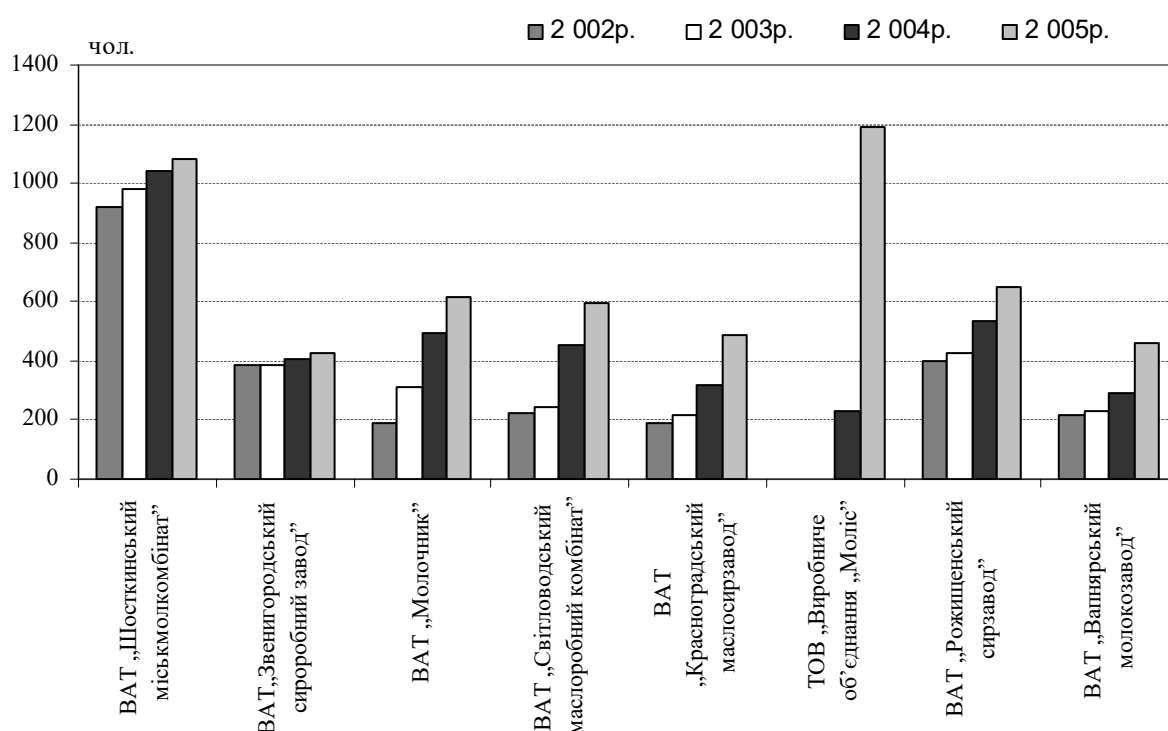


Рис. 2.24. Чисельність персоналу сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Наведена діаграма засвідчує поступове зростання чисельності персоналу сироробних підприємств як фактору розвитку їх експортного потенціалу. Середні темпи зростання за період 2002 – 2005 коливаються по вибірці від 3% (ВАТ „Звенигородський сироробний завод”) до 141% (ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”). Чисельність працюючих аналізованих підприємств станом на 2006 рік перебуває в межах від 425 чол.

(ВАТ „Звенигородський сироробний завод”) до 1193 чол. (ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”).

Оскільки всі досліджувані підприємства зорієнтовані на розширення масштабів діяльності, явище зростання кількості працюючих є закономірним свідченням розвитку їх як суб’єктів господарювання. Про якісну сторону цього розвитку свідчитимуть зміни таких відносних показників як фондоозброєність та продуктивність праці (рис. 2.25).

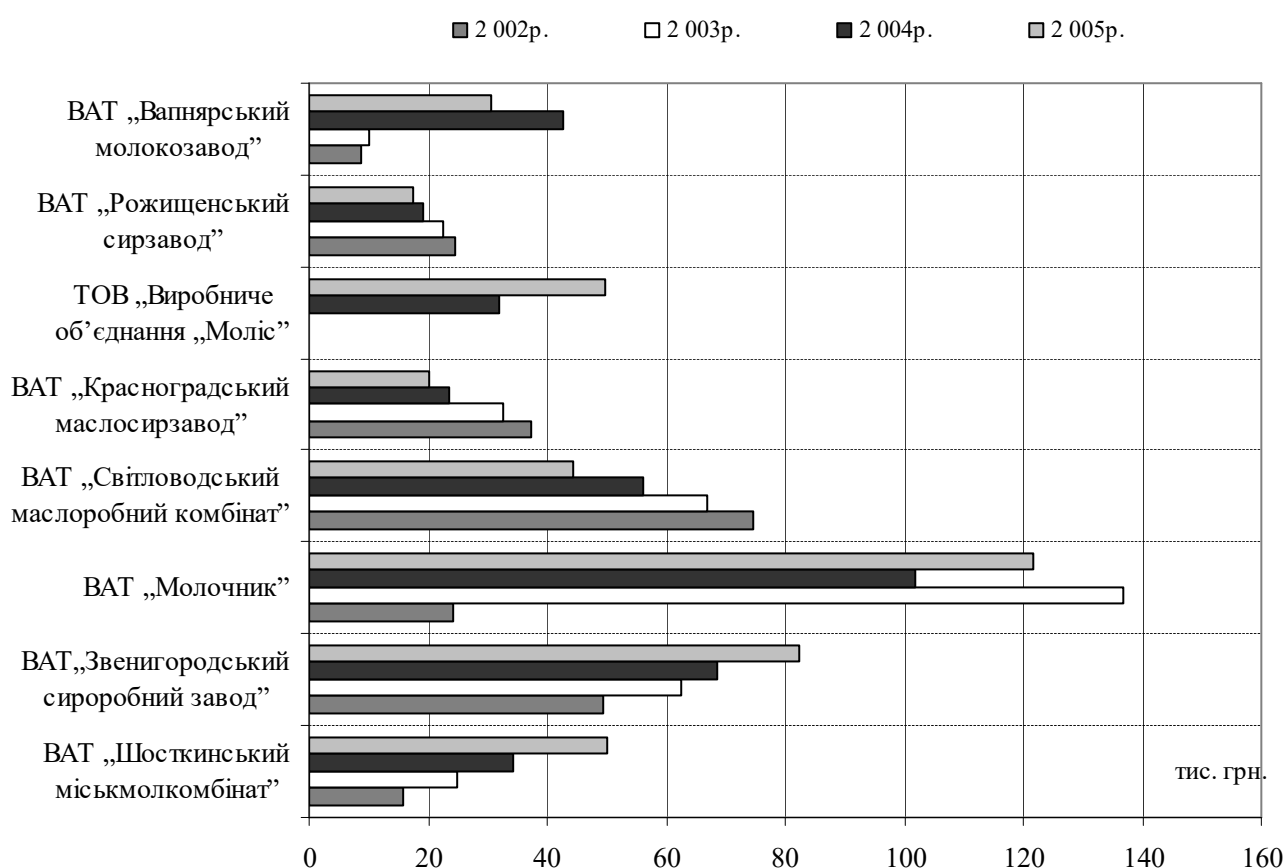


Рис. 2. 25. Фондоозброєність сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Графік 2.25 свідчить про неоднозначність динаміки фондоозброєності праці: на фоні помітного збільшення чисельності працюючих всіма підприємствами вибірки, лише 2 з 8 підприємств демонструють послідовне підвищення фондоозброєності. Це ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” з середньорічним приростом фондоозброєності 47% та ВАТ „Звенигородський сироробний завод” (19%). Ще три підприємства, маючи від’ємні прирости

фондоозброєності в окремі роки, в цілому отримали позитивний приріст за період 2002 -2006 рр.: ВАТ „Молочник” (+97,35 тис. грн./чол.), ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” (+17,82 тис. грн./чол.), ВАТ „Вапнярський молокозавод” (+22,04 тис. грн./чол.). На решті підприємств спостерігається спад фондоозброєності, і це свідчить, що використання фактору праці для ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Красноградський маслосирзавод” і ВАТ „Рожищенський сирзавод” залишається більш привабливим (і доступним), ніж інвестування в відтворення техніко-технологічної бази.

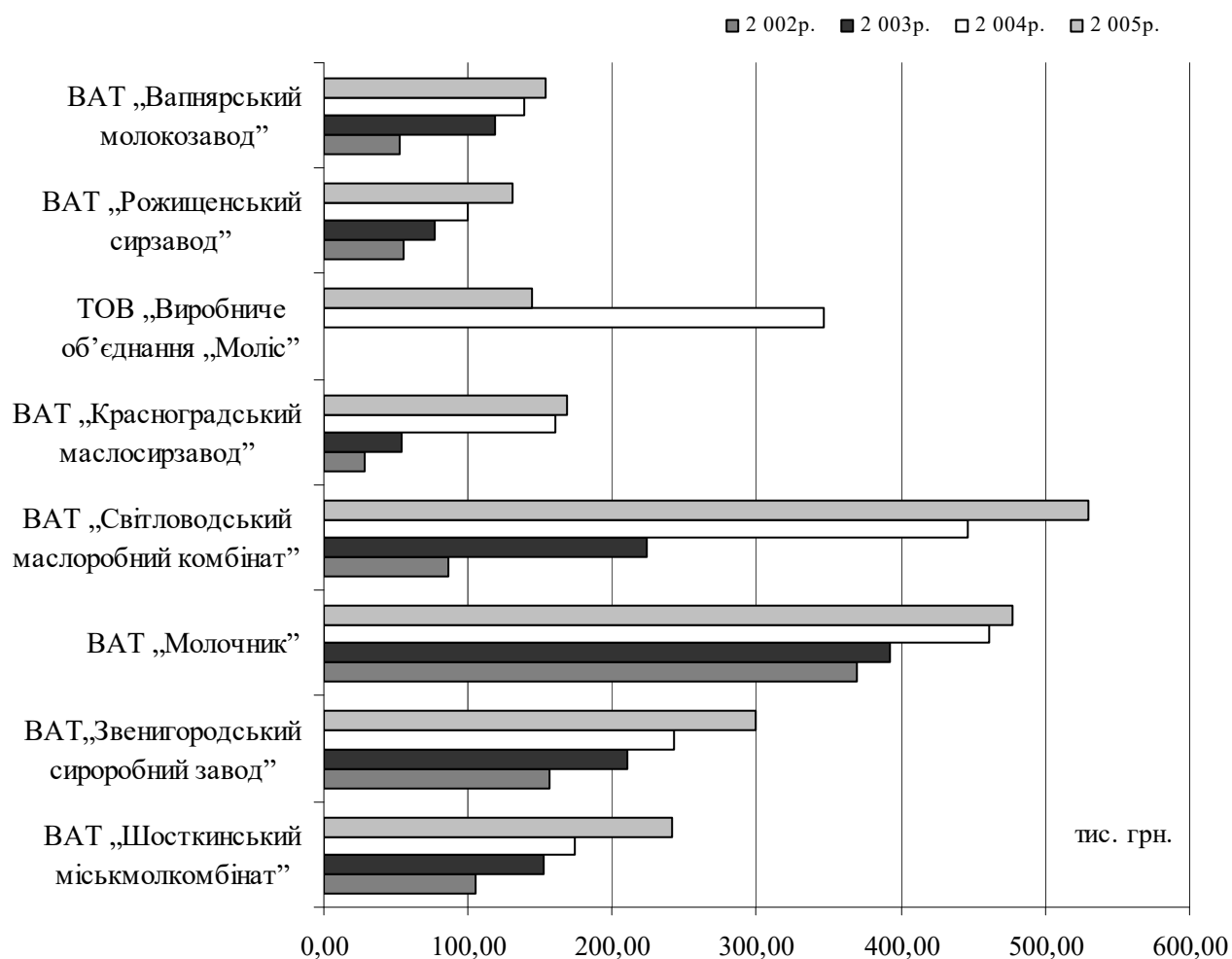


Рис. 2. 26. Продуктивність праці сироробних підприємств у 2002 – 2005рр.

На рис. 2.26 представлено динаміку продуктивності праці сироробних підприємств. Порівнюючи цифри рис. 2.24 та рис. 2.26 можна зробити висновок: продуктивність праці зростає, як правило, швидшими темпами, ніж кількість зайнятих на підприємствах вибірки. Узагальнення тенденцій зміни показників праці по групах підприємств крізь призму впливу фактору праці на розвиток їх експортного потенціалу приведено в табл. 2.8.

Таблиця 2. 8

Особливості динаміки основних показників з праці сироробних підприємств в 2002 – 2005 рр. по групах

Група	Характерні особливості показників	Основні причини зміни (стабільності) показників	Стратегічні наслідки динаміки показників
I група	- Значний приріст чисельності працюючих за 2002-2005рр; високі середньорічні темпи росту чисельності (від 42% - БАТ „Світловодський маслоробний комбінат” до 141% - ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”). - Порівняно високі абсолютні показники фондоозброєності за умови наявності окремих років її негативної динаміки. - Лідерство за середніми показниками продуктивності праці за 2002-2005 рр.	Збільшення кількості структурних підрозділів, які презентують географічно і/або організаційно виокремлені напрямки діяльності, підкріплене інвестиціями в основні фонди.	Продуктивне використання персоналу за умови додаткового залучення кожної наступної одиниці даного виробничого ресурсу.
II група	- Найнижчі темпи зростання чисельності зайнятих (БАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” 6%, БАТ „Звенигородський сироробний завод” 3%). - Стабільно високе, рік від року, зростання продуктивності праці на 23-34%. - Постійний позитивний приріст фондоозброєності в межах 9-57% за рік.	Автоматизація виробничих процесів, незначне збільшення працюючих за рахунок задоволення потреби в висококваліфікованих кадрах.	Підвищення якості кінцевого продукту шляхом автоматизації процесів праці, зниження частки заробітної плати в структурі собівартості продукції.
III група	- Чисельність працюючих в межах 450-650 чол.; середній, від 18% (БАТ „Рожищенський сирзавод”) до 39% за рік (БАТ „Красноградський маслосирзавод”), приріст чисельності. - Характерним є зниження фондоозброєності праці (позитивну тенденцію виявив лише БАТ „Вапнярський молокозавод” в 2002-2004рр.) - Найнижчі показники продуктивності праці при середніх темпах їх росту від 33% (БАТ „Рожищенський сирзавод”) до 97% (БАТ „Красноградський маслосирзавод”).	Високі прирости чисельності працюючих за умови низьких темпів оновлення основних фондів.	Розвиток потенціалу на основі найбільш економічного (дешевого) фактору – робочої сили, орієнтація на отримання конкурентних переваг через мінімізацію собівартості продукції.

Особливістю розвитку експортного потенціалу в сироробній галузі є те, що ця галузь належить до матеріаломістких виробництв, і витрати на оплату

праці і відрахування на соціальні заходи, як правило, не перевищують 20%. Водночас матеріальні затрати є основною статтею в собівартості і можуть сягати 95%. Динаміку валових витрат на витрат на виробництво продукції ілюструє діаграма (рис. 2.27).

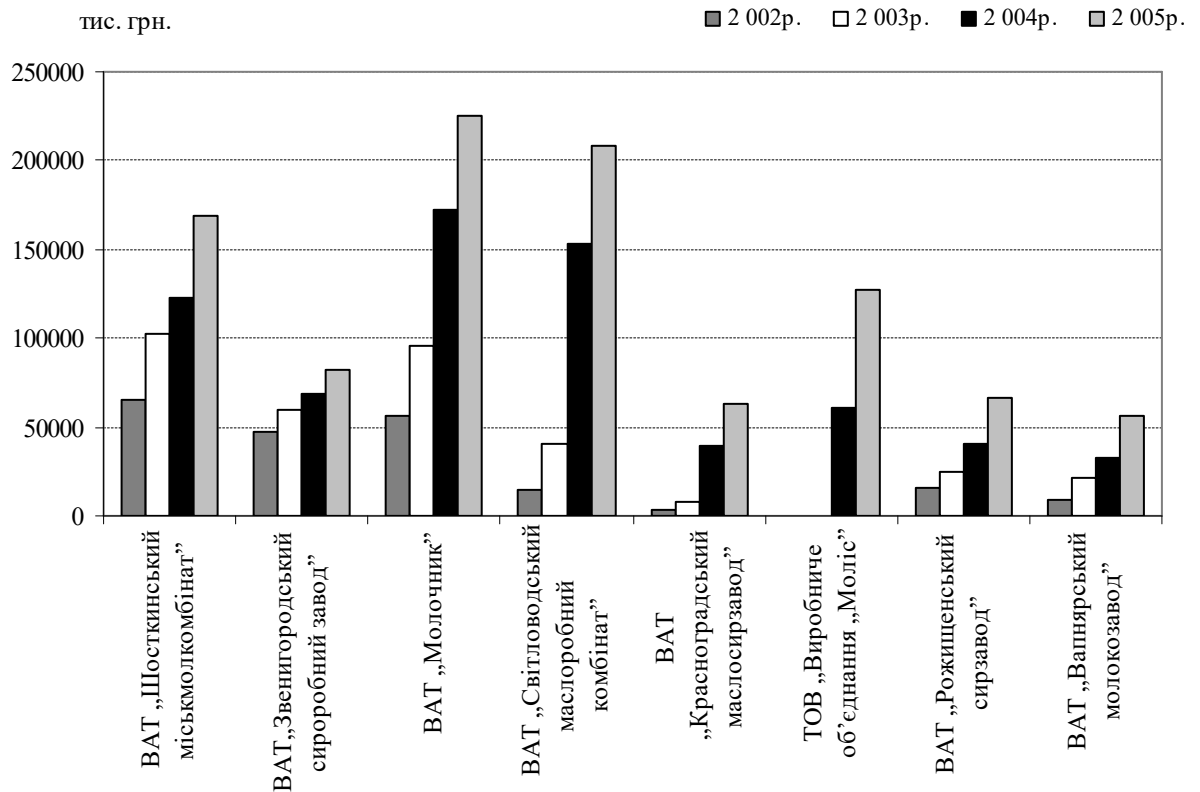


Рис. 2.27. Валові витрати на виробництво продукції сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Збільшення витрат свідчить про нарощення експортного потенціалу шляхом розширення виробництва всіма підприємствами вибірки. Трійку лідерів за масштабами діяльності на основі понесених витрат на 2005 рік складають ВАТ „Молочник” (225 679 тис. грн.), ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” (208 319 тис. грн.), ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” (168 688 тис. грн.). Найвищі середньорічні темпи нарощення витрат за період 2002 – 2005 рр. має ВАТ „Красноградський маслосирзавод” (186%), найнижчі - ВАТ „Звенигородський сироробний завод” (20%); витрати на виробництво продукції зросли на 109% у ТОВ

„Виробниче об'єднання „Моліс”, на 86% у ВАТ „Вапнярський молокозавод”, на 60% у ВАТ „Рожищенський сирзавод”, при цьому слід відзначити деструктивний вплив на виробництво сиру у 2006 р. російського ембарго. Зробити однозначні висновки відносно оцінки збільшення витрат як позитивного (свідчення нарощення виробництва) чи негативного (ознаки зниження ефективності діяльності) явища не можна без аналізу обсягів реалізації продукції (рис.2.28).

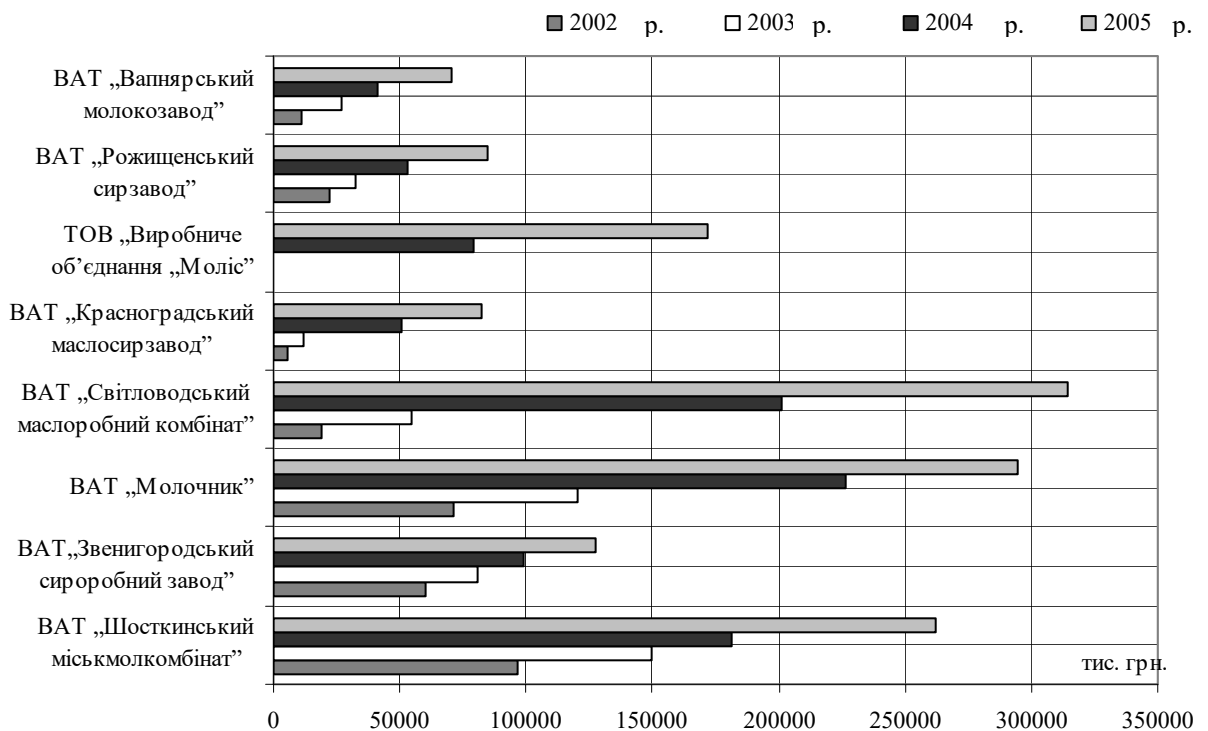


Рис. 2.28. Виручка від реалізації сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

На всіх підприємствах спостерігалось зростання обсягів виробництва продукції. Високими темпами нарощення виробництва в період 2002 – 2005 рр. характеризувалась діяльність ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” і ВАТ „Красноградський маслосирзавод” – 170 і 172% в середньому за рік відповідно. До лідерів за абсолютними показниками обсягів реалізації серед підприємств вибірки належать, крім ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” (314 099 тис.грн.), ВАТ

„Молочник” (294 788 тис.грн.), ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” (262 411 тис.грн.) та ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” (171 502 тис.грн.). Приріст витрат на виробництво в 2005 р. відносно рівня 2002 р. у ВАТ „Звенигородський сироробний завод” склав +110%, у ВАТ „Рожищенський сирзавод” - +280%, у ВАТ „Вапнярський молокозавод” - +530%. У 2006 р. на 6 з 8 досліджуваних підприємств спостерігалось скорочення виручки, яке складало відносно попереднього року: ВАТ „Молочник” – 1%, ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” – 5,9%, ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” – 2,5%.

Враховуючи тенденції зміни витрат на виробництво і виручки від реалізації продукції як факторів розвитку експортного потенціалу сироробними підприємствами, перейдемо до аналізу фінансових результатів їх діяльності і, щонайперше, динаміки чистого прибутку (рис. 2.29).

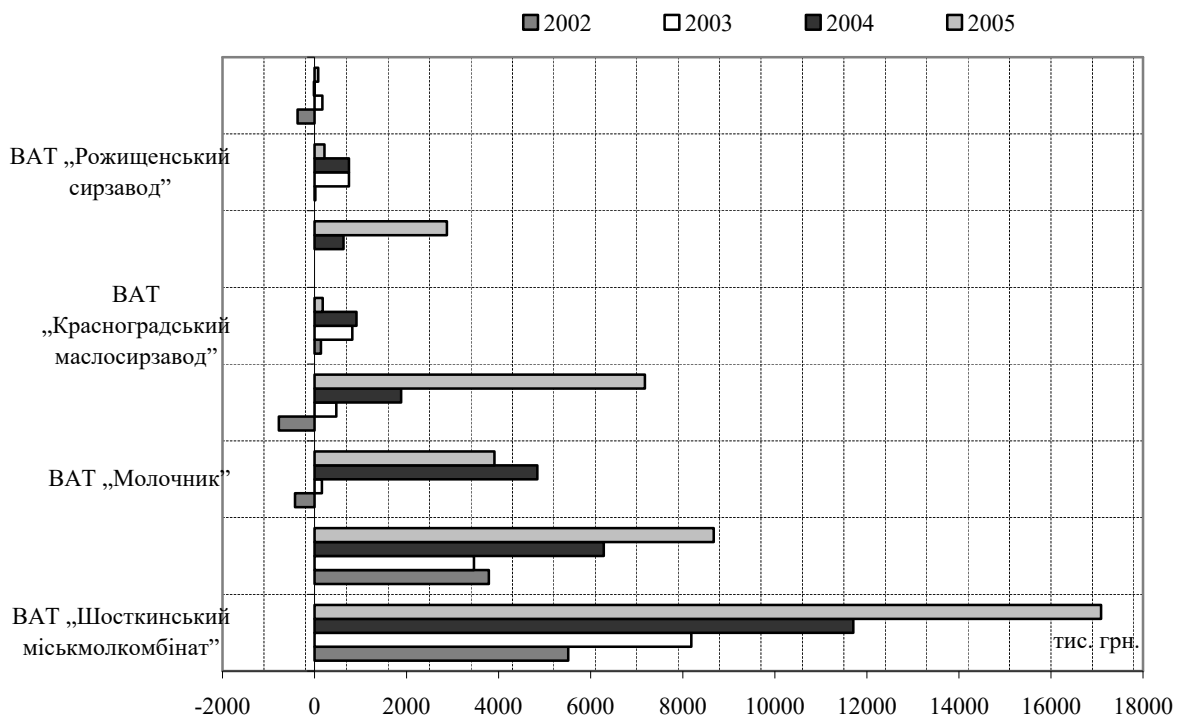


Рис. 2.29. Чистий прибуток сироробних підприємств у 2002–2005 рр.

У 2002 році 3 з 8 підприємств працювали збитково, але вже наступного року вони отримали позитивні фінансові результати. Закінчивши 2002 рік зі збитками у 425,9 тис. грн. - ВАТ „Молочник” і у 777 тис. грн. - ВАТ

„Світловодський маслоробний комбінат”, ці підприємства досягли в 2005 р. 3907,7 тис. грн. і 7176,1 тис. грн. чистого прибутку відповідно. Абсолютним лідером за прибутковістю діяльності протягом аналізованого періоду залишався ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, чистий прибуток якого в 2005 р. склав 17 088 тис. грн. Позитивна тенденція спостерігалась на ВАТ „Рожищенський сирзавод”, прибуток якого збільшився з 16 до 213 тис. грн. Динаміка чистого прибутку ВАТ „Вапнярський молокозавод” була нестійкою (річні прирости коливались від -108% в 2004-му до +720% в 2005-му році) з причини проведення підприємством політики нарощення потужностей. Протягом 2006 р. чистий прибуток ВАТ "Рожищенський сирзавод" зріс з 213,9 до 1 229,4 тис. грн.; на решті підприємств спостерігалось скорочення прибутку, зокрема збитки ВАТ "Звенигородський сироробний комбінат" склали 10 380,2 тис. грн., ВАТ "Світловодський маслосиркомбінат" - 8 337,8 тис. грн., ТОВ "Виробниче об'єднання "Моліс" - 1 748,6 тис. грн. Прибуток ВАТ "Красноградський маслосирзавод" скоротився на 88,3%, а ВАТ "Вапнярський молокозавод" – на 100%, що стало наслідком російського ембарго.

Узагальнення з приводу динаміки впливу на експортний потенціал молокопереробних підприємств обсягів реалізації, понесених на виробництво продукції витрат та отриманого чистого прибутку містить табл.2. 9.

Логічним кроком до формування висновків щодо результатів розвитку внутрішніх складових експортного потенціалу сироробних підприємств, після проведення аналізу абсолютних показників діяльності, є розрахунок відносних показників – аналітичних коефіцієнтів, які є мірою ефективності господарювання. Визначення їх дозволяє оцінити, скільки гривень продукції або прибутку отримує підприємство з кожної гривні, вкладеної в певні фактори виробництва, як то: капітал, основні фонди, ресурси, що формують собівартість продукції, тощо.

Особливості динаміки витрат на виробництво продукції, обсягів реалізації та отриманого чистого прибутку сироробних підприємств в 2002 – 2005рр по групах

Група	Характерні особливості показників	Основні причини зміни (стабільності) показників	Стратегічні наслідки динаміки показників
I група	- Високі абсолютні показники витрат (128 – 226 млн.грн./рік) в поєднання з високими темпами їх нарощення (60 - 162%). - Темпи росту виручки випереджають швидкість зростання витрат і складають в середньому по групі 117% на рік. - Надвисокі нерівномірні прирощення прибутку (Наприклад: ВАТ „Молочник” в 2004 році збільшило прибуток в 29 разів. ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” в 2005-му отримало на 358% прибутку більше, ніж в попередньому році).	- Збільшення обсягів виробництва, яке пов’язане з розбу-довою систем закупівлі молока і реалізації готової продукції. - Значні витрати на іміджеву рекламу та просування продукції. - Проведення гнуч-кої цінової політики на етапі проникнення на нові ринки.	Динамічне входження в ринок з новими брендами. Слідування стратегії розвитку потенціалу, створення умов для майбутнього стійкого зростання прибутків.
II група	- Середньорічні темпи зростання виробництва 20 – 38%, з незначними коливаннями по роках. - Темпи зростання виручки спів мірні з темпами росту витрат (в середньому, 28 – 40% за рік). - Група лідерів за абсолютними о обсягами чистого прибутку, темпи росту прибутку 37-46%.	Мінімальні витрати на рекламу. Орієнтація на використання налагоджених партнерських зв’язків, існуючих каналів постачання сировини.	Максимізація прибутку як стратегія підприємств групи і як наслідок попередніх років вдалого розвитку.
III група	- Темп зростання обсягів виробництва більший за 60%, витрати на виробництво досягли в 2005 р. 55 – 70 тис. грн. - Виручка неспинно зростає, але її зміни є нестійкими, середні темпи росту виручки по групі (105,6%) дещо повільніші за зростання витрат (111,6%). - Позитивний приріст прибутку за 2002-2005 рр. в межах 130 – 209 тис. грн. - Нестійке збільшення прибутку, яке перемижується етапами стабільності і навіть спаду показника: ВАТ „Вапнярський молоко-завод”(-146% в 2003 р.), ВАТ „Рожищенський сирзавод” (0% в 2004 р.), ВАТ „Красноградський маслосирзавод”(-81% в 2005р.).	Основний фактор - збільшення витрат на охолодження і транспортування сировини, обладнання пунктів приймання, створення привабливих цінових умов для постачальників молока.	Стратегія мінімізації витрат - як спосіб розвитку у власному ціновому сегменті шляхом економії на масштабах виробництва.

Серед коефіцієнтів - група показників ефективності використання основаних фондів (фондовіддача, фондомісткість), оборотного капіталу

(коефіцієнт оборотності, рентабельність оборотних коштів), трудових ресурсів (продуктивність праці), коефіцієнти рентабельності капіталу, продукції та інші. Зупинимось більш детально на основних з них.

На рис. 2.30. представлено динаміку фондovіддачі сироробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

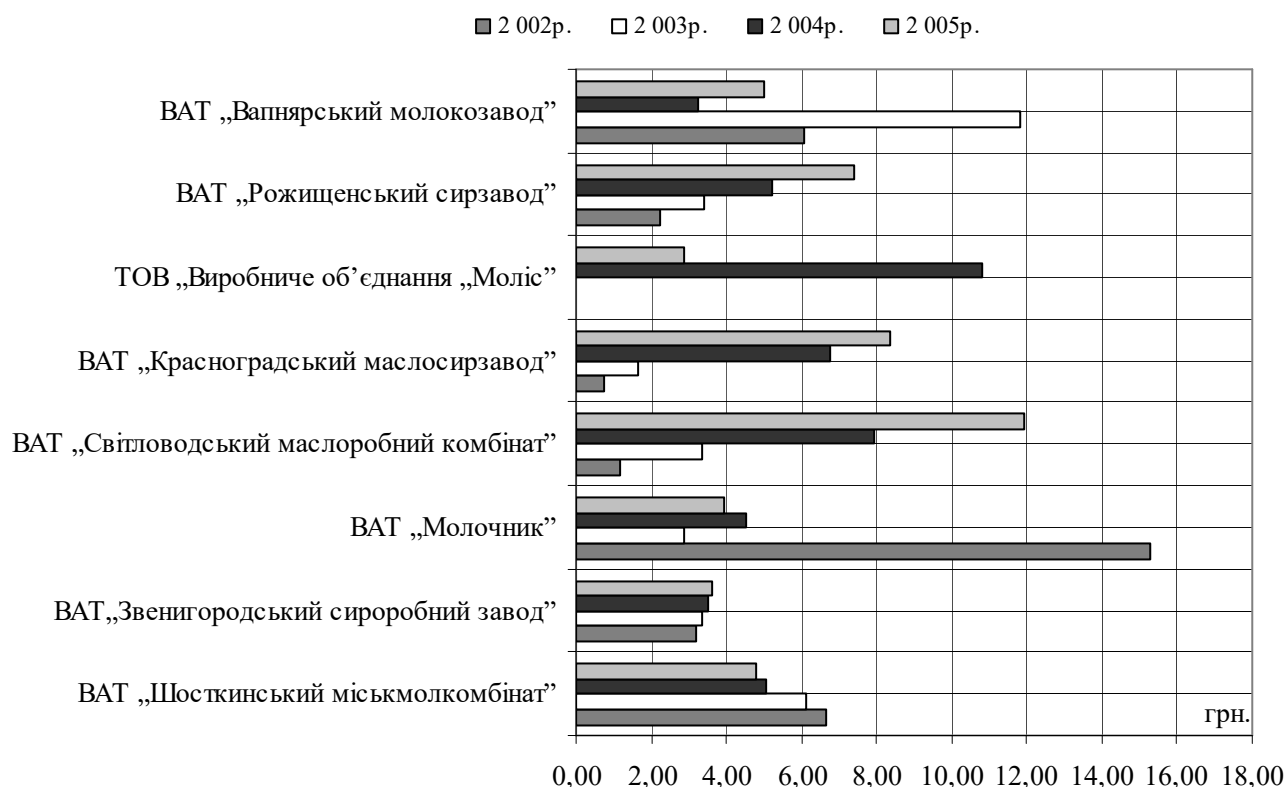


Рис. 2.30. Фондовіддача сироробних підприємств у 2002–2005 рр.

Представлена діаграма дає можливість стверджувати: динаміка фондovіддачі на більшості підприємств зазнала суттєвих змін. Найвищими темпами, в середньому 32,6% на рік, зростала фондovіддача БУТ „Світловодський маслоробний комбінат”, і в 2005р.з кожної гривні, вкладеної в основні фонди, підприємство отримало 11,91 грн. продукції. Підвищувалась ефективність використання основних фондів і у БУТ Красноградський маслосирзавод”, досягши в 2005 р. 8,34 грн. Динаміка фондovіддачі інших шести підприємств була нестійкою: періоди зростання показника перемежовувались періодами спаду. Поясненням цьому можуть

бути випереджальні темпи оновлення і нарощення потужностей з виробництва сиру по відношенню до збільшення обсягів випуску і реалізації продукції. Суттєве зниження фондівддачі з цієї причини має ВАТ „Молочник”: з 15,28 грн. в 2002 році до 3,92 грн. в 2005-му. Зростання вартості основних фондів ВАТ „Вапнярський молокозавод” в 2004 році на 446% супроводжувалось зниженням фондівддачі з 11,83 до 3,25 грн. Аналіз показників діяльності ВАТ „Рожищенський сирзавод” виявляє позитивну тенденцію підвищення ефективності використання основних фондів: при збільшенні їх вартості на 16% фондівддача зросла на 22,8% і досягла в 2005 р. 7,41 грн. Досить високими показниками фондівддачі характеризується діяльність ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” (4,81 грн.), ВАТ „Звенигородський сироробний завод” (3,65 грн.), ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” (2,89 грн). У зв’язку зі скороченням виручки у 2006 р. на більшості підприємств спостерігалось зниження фондівддачі: на ВАТ „Молочник” воно склало 6,01%, на ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” – 35,02%, на ВАТ „Звенигородський сироробний комбінат” – 55,5%, на ВАТ „Рожищенський сирзавод” – 86,51% по відношенню до 2005 р.

Загальну ефективність діяльності сироробних підприємств, а отже і їх експортний потенціал, характеризує показник рентабельності капіталу, визначений на основі чистого прибутку. Динаміку рентабельності капіталу підприємств у 2002 – 2005 рр. ілюструє діаграма рис. 2.31.

Аналіз діаграми засвідчує існування суттєвого діапазону між показниками рентабельності сукупного капіталу підприємств вибірки. Частина підприємств в окремі роки працювала збитково, і розрахунки виявляють не рентабельність, а рівень збитковості. В цілому по виборці коливання збитковості – рентабельності протягом аналізованого періоду перебували в межах від -6,9% (ВАТ „Вапнярський молокозавод”, 2002р.) до 17,0% (ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, 2003 р.). Якщо в 2002-2003 рр. спостерігалось зростання рентабельності капіталу на більшості підприємств, то з 2004 р. рентабельність знижується, обумовлено це

інтенсифікацією в 2004 р. процесу технічного переозброєння сироробних підприємств.

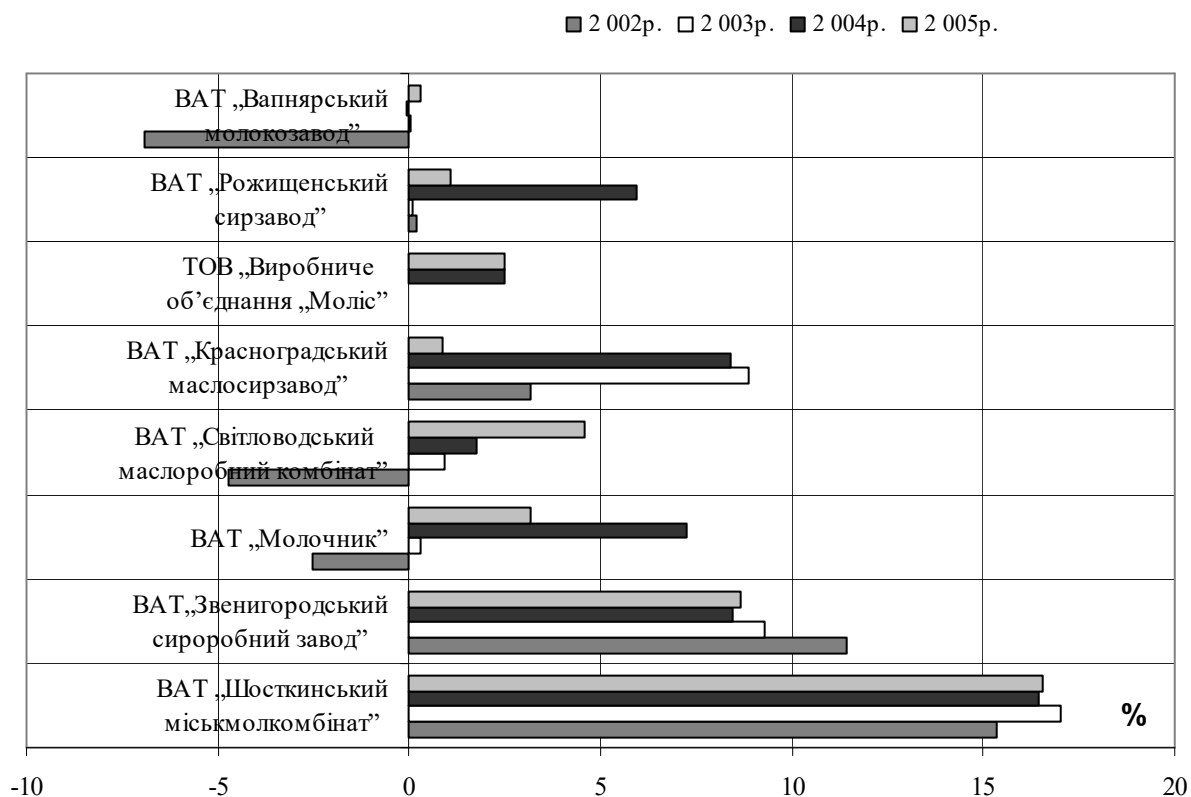


Рис. 2.31. Рентабельність (збитковість) капіталу сироробних підприємств у 2002–2005 рр.

Згідно з розрахунками, станом на 2005р. найвищу рентабельність капіталу має ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” 16,6%, але в порівнянні з 2003 р. вона знизилась, що є негативним фактом. На другій позиції – ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, рентабельність капіталу якого в 2005 році склала 8,7%. На третьому місці – ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” з показником 4,6%. Найбільшим діапазоном коливань показника в 2002-2005 рр. характеризувалась діяльність ВАТ „Молочник”: від -2,5 до +7.3%, склавши на кінець періоду аналізу 3,2%. Стабільно невисокою, на рівні 2,5%, залишалась рентабельність ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, але означене підприємство працює на ринку лише два роки. Найнижчі значення рентабельності капіталу мають

ВАТ „Красноградський маслосирзавод” 0,9%, ВАТ „Рожищенський сирзавод” 1,1%, ВАТ „Вапнярський молокозавод” 0,3% - група підприємств, які оперують порівняно невеликими обсягами капіталу. В 2006 р. рентабельність капіталу збільшилась лише у ВАТ "Рожищенський сирзавод" (з 1,09 у 2005 р. до 4,68 %), на ВАТ "Шосткинський міськмолкомбінат" цей показник знизився на 36,1%, у ВАТ "Красноградський маслосирзавод" – на 85,71%, діяльність решти підприємств була збитковою.

Метою розвитку експортного потенціалу підприємства є задоволення ринкового попиту на певний вид товару, а безпосереднім індикатором успішності виступає ефективність виробництва і реалізації продукції, яку описує показник рентабельності продукції. Динаміку означеного показника діяльності сироробних підприємств в 2002-2005рр. представлено на рис. 2.32.

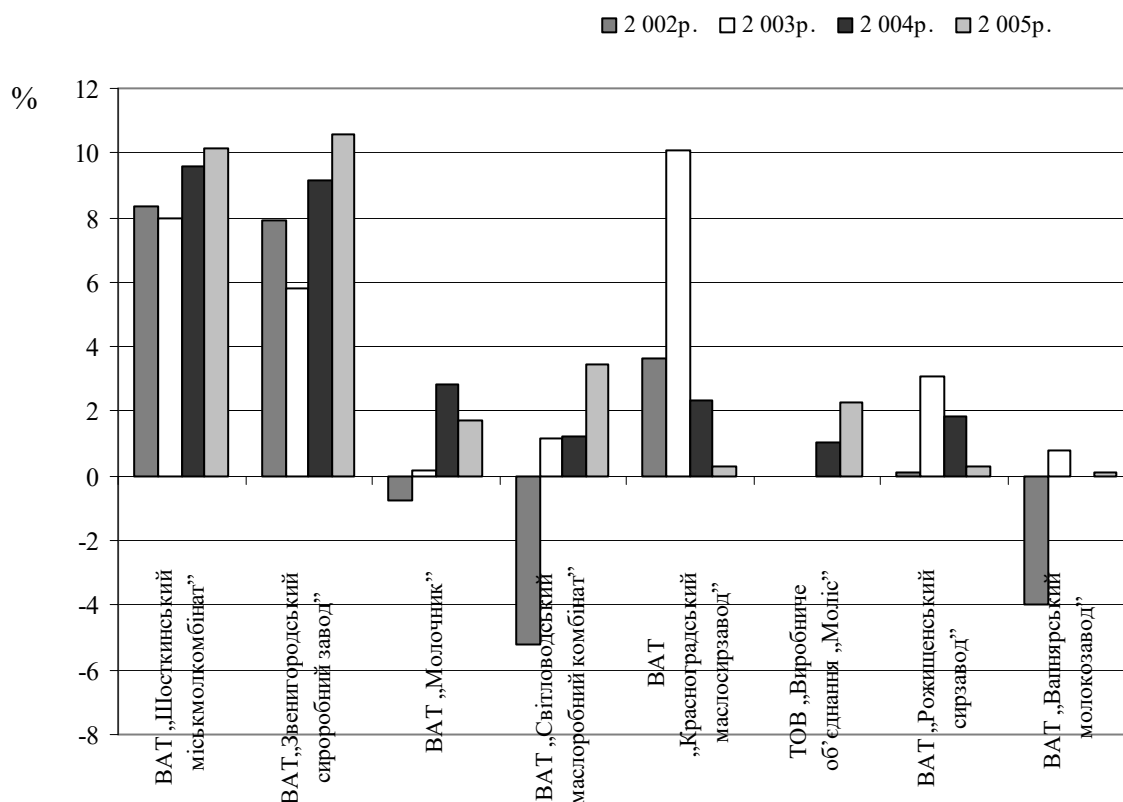


Рис. 2.32. Рентабельність (збитковість) продукції сироробних підприємств у 2002–2005 рр.

З наведеної діаграми можна зробити висновки щодо існування різної спрямованості динаміки рентабельності продукції підприємств вибірки в 2002 – 2005 рр. Виділяється група підприємств з традиційно високими показниками, які продовжують стабільно зростати: ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” і ВАТ „Звенигородський сироробний завод” з рентабельністю продукції 10,1% та 10,6% в 2005 р. відповідно. Наступна – група підприємств, рентабельність продукції яких поступово збільшується і станом на 2005 р. склала 3,4% - ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, 2,3% - ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, 1,7% - ВАТ „Молочник”. Найнижчі показники рентабельності продукції, динаміка яких є нестійкою по роках і яку складно спрогнозувати на майбутнє мають: ВАТ „Красноградський маслосирзавод” 0,3%, темпи зміни показника коливались від – 77% до + 175%; ВАТ „Рожищенський сирзавод” 0,3%, річні прирости рентабельності в межах від +30% до -82%; ВАТ „Вапнярський молокозавод” 0,1%.

Спільність тенденцій розвитку внутрішніх складових експортного потенціалу підприємств вибірки, об’єднаних нами в три групи за обсягами сукупного капіталу, показано в таблиці узагальненого аналізу аналітичних коефіцієнтів (табл. 2.10).

Провівши аналіз абсолютних і відносних показників розвитку потенціалу підприємств, ми дійшли відповідних узагальнюючих висновків, які дозволили об’єднати вісім підприємств вибірки в три групи за ознакою спільності тенденцій. До першої увійшли ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Молочник”; до другої - ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” та ВАТ „Звенигородський сироробний завод”; до третьої - ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод” і ВАТ „Вапнярський молокозавод”.

**Особливості динаміки фінансово – аналітичних показників
сироробних підприємств в 2002 – 2005 рр. по групах**

Група	Характерні особливості показників	Основні причини зміни (стабільності) показників	Стратегічні наслідки динаміки показників
1	2	3	4
I група	-Характерне помітне зниження фондівддачі: ВАР „Молочник” -70%, ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” -73%. Виключення становить ВАР „Світловодський маслоробний комбінат”, фондівддача якого збільшувалась. -Середній рівень рентабельності капіталу (2,5-4,6%), значні коливання показника по роках.	Вартість основних фондів зростає швидше, ніж виробництво. Темпи росту прибутків відстають від росту витрат.	Створення умов для отримання високих прибутків в майбутньому.
II група	-Середні, як для вибірки, показники фондівддачі з незначними коливаннями по рокам в діапазоні 3,18 - 6,64 грн. -Найвищі (8,5–17%) показники рентабельності капіталу, тенденція до сповільнення їх росту. -Лідери за показником рентабельності продукції, тенденція стабільного приросту показника на рівні 7-15% за рік.	Виробництво зростає темпами, співмірними з темпами оновлення техніко-технологічної бази; останнє є поступовим і, дозволяє отримувати прибутки.	Підтримання високих показників ефективності діяльності і створення тим самим передумов до залучення інвестицій та отримання кредитів банків.
III група	-Фондівддача суттєво збільшується у ВАР „Красноградський маслосирзавод” з 0,77 до 8,34 грн. та у ВАР „Рожищенський сирзавод” з 2,26 до 7,41 грн., і залишається практично незмінною ВАР „Вапнярський молокозавод”. -Рентабельність капіталу підприємств групи в 2005 р. перебувала в діапазоні від 0,3 до 1,1%. -Низький рівень, не прогнозована тенденція зміни рентабельності продукції	Виробництво зростає швидше, ніж вартість основних фондів. Стрибкоподібність оновлення техніко-технологічної бази призводить до збитковості діяльності в окремі роки.	Орієнтація на експлуатацію факторів виробництва, яка приносить нестійкі прибутки.

Перша група – підприємства, які оперують найбільшими обсягами капіталу, який утворився шляхом об’єднання (поглинання) ряду підприємств. Це група, що активно вкладає кошти в рекламу нових торгових марок і розбудову мережі збуту продукції. Оскільки підприємства знаходяться на стадії зростання життєвого циклу, показники ефективності зазнають значних коливань по роках і в середньому є не високими, як для вибірки.

Підприємства другої групи є відомими „гравцями” сирного ринку, які стабільно розвиваються, оновлюючи і розширюючи власну техніко-

технологічну базу. Прибутки є високими, але і за темпами їх зростання група займає лідерську позицію в виборці сироробних підприємств.

Третя група – порівняно невеликі підприємства, які розширюють власні потужності, але при цьому продовжують займати позицію аутсайдерів за показниками фондоозброєності і продуктивності праці.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати: вітчизняні сироробні підприємства, в цілому, мають внутрішні передумови для успішного розвитку власного експортного потенціалу, специфіка реалізації яких обумовлюватиметься приналежністю підприємства до однієї з груп, виділених нами в ході аналізу і узагальнених в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Розвиток внутрішніх складових експортного потенціалу
молокопереробних підприємств в 2002 – 2006 рр.**

Складові експортного потенціалу	Групи підприємств		
	I група: ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”, ВАР „Молочник”, ВАР „Світловодський маслоробний комбінат”	II група: ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	III група: ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАР „Рожищенський сирзавод” і ВАР „Вапнярський молокозавод”
1	2	3	4
Маркетинг	Збільшення обсягів виробництва, яке пов’язане з розбудовою систем закупівлі молока і реалізації готової продукції. Значні витрати на іміджеву рекламу та просування продукції. Гнучка цінова політика на етапі проникнення на нові ринки.	Орієнтація на використання налагоджених партнерських зв’язків, існуючих каналів постачання сировини та збуту продукції. Мінімальні витрати на рекламу.	Створення привабливих цінових умов для постачальників молока. Збільшення витрат на охолодження і транспортування сировини та обладнання пунктів приймання.
Капітал	Злиття та утворення об’єднань підприємств на основі єдиної власності (ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”). Вертикальна диверсифікація - інвестиції в створення власної сировинної бази (ВАТ „Світловодський МК”).	Контрольний пакет акцій підприємств перейшов у власність іноземних інвесторів, що супроводжувалось збільшенням власного капіталу (емісією акцій) та розширенням можливостей залучення кредитних ресурсів.	Залучення кредитних ресурсів, які спрямовувались переважно на збільшення потужностей та частково – на поповнення оборотних коштів в період „великого молока”.

1	2	3	4
Основні фонди	Визначальний фактор - поповнення основних фондів за рахунок приєднання активів інших підприємств; супровідний фактор - інвестиції в нове обладнання.	Постійне оновлення техніко-технологічної бази, стратегічне спрямування інвестиційних ресурсів на нарощення виробничих потужностей.	Заміна зношеного і такого, що не відповідає стандартам виробництва високоякісної експортної продукції, обладнання.
Персонал	Збільшення кількості структурних підрозділів, які презентують географічно і/або організаційно виокремлені напрямки діяльності, підкріплене інвестиціями в основні фонди.	Автоматизація виробничих процесів, незначне збільшення працюючих за рахунок задоволення потреби у висококваліфікованих кадрах.	Високі прирости чисельності працюючих за умови низьких темпів оновлення основних фондів.
Прибуток (ефективність)	Вартість основних фондів зростає швидше, ніж виробництво. Темпи росту прибутків відстають від зростання витрат.	Виробництво зростає темпами, співмірними з темпами оновлення техніко-технологічної бази; останнє є поступовим і дозволяє отримувати прибутки.	Виробництво зростає швидше, ніж вартість основних фондів. Стрибкоподібність оновлення техніко-технологічної бази призводить до збитковості діяльності в окремі роки.

Логічним кроком дослідження в підрозділі 2.3 стане вивчення тенденцій розвитку експортного потенціалу підприємств шляхом пошуку і встановлення математичних залежностей між факторами, що його визначають, та результатами діяльності.

2.3. Аналітична оцінка використання експортного потенціалу підприємств та тенденції його розвитку

На основі проведеного в попередніх підрозділах роботи дослідження міжнародних і внутрішньоринкових процесів діяльності вітчизняних

молокопереробних підприємств та розвитку їх експортного потенціалу слід перейти до вивчення тенденцій, особливостей та проблем, що супроводжували дані процеси.

В якості засобу узагальнення тенденцій розвитку експортного потенціалу досліджуваних підприємств ми пропонуємо використати показник оцінки розміру експортного потенціалу. Як було відмічено в підрозділі 1.2, в науковій літературі не існує єдиного погляду на спосіб обрахунку такого показника. Тому ми скористаємось відразу декількома методиками, що дозволить підвищити об'єктивність результату оцінки і на практиці порівняти ефективність різних методичних підходів.

З множини представлених в п. 1.2 способів оцінки експортного потенціалу підприємства нами було обрано потужнісний, інвестиційний, вартісний (на основі грошових потоків), виробничо-комерційний метод та оцінку конкурентоспроможності потенціалу. Відбір здійснювався з метою охоплення як ресурсних, так і результатних факторів оцінки, представлення експортного потенціалу за допомогою натурального, грошового та відносного (рейтингового) показника.

В ході розрахунків за еталон експортного ринку було прийнято ринок Росії, оскільки саме на ньому протягом аналізованого періоду реалізувалось до 98% вітчизняного сиру. Таким чином, враховуючи спорідненість вимог покупців до продукції на внутрішньому і зовнішньому ринку, за умови значного перевищення місткості російського ринку над українським коефіцієнт експортопридатності продукції було прийнято вважати таким, що дорівнює одиниці.

Результати оцінки експортного потенціалу молокопереробних підприємств України у 2002 – 2005 рр. потужнісним методом наведено на рис. 2.33 (розрахункові дані подано у табл. 5 Додатку С).

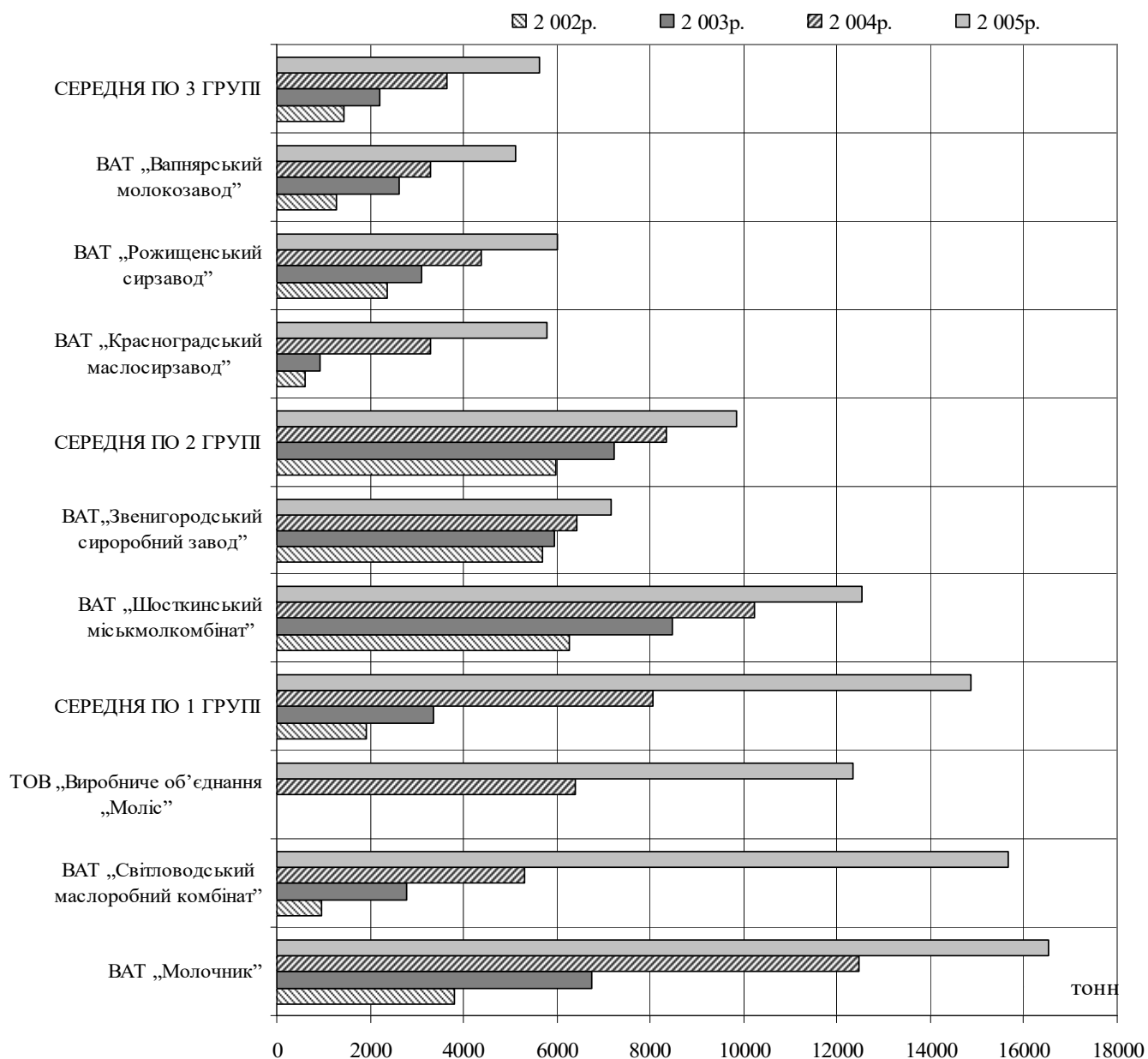


Рис. 2.33. Розмір експортного потенціалу молокопереробних підприємств України у 2002 – 2005 рр., визначений потужнісним методом, ТОНН

На основі наведеної діаграми можна відзначити, що найбільшим експортним потенціалом володіє ВАТ «Молочник», здатне виробити 16 540 тонн експортпридатної продукції та ВАТ Світловодський маслоробний комбінат з потенціалом в 15 670 тонн. Підприємства другої групи демонструють стабільно невисокі темпи зростання потенціалу на рівні 15 –

21 % на рік, тоді як експортний потенціал першої групи збільшувався протягом аналізованого періоду в середньому на 70 – 99% щорічно. Щодо підприємств третьої групи, то річний приріст їх експортного потенціалу характеризувався незначними коливаннями, в діапазоні 54 – 64 %.

Ідея застосування наступного, інвестиційного, методу базується на припущенні щодо залежності експортного потенціалу підприємства від обсягів капіталу, яким воно оперує в ході експортоорієнтованої діяльності. Вихідними даними слугують обсяги сукупного капіталу підприємств. Під експортоорієнтованою діяльністю досліджуваних молокопереробних підприємств ми розуміємо всю сукупність їх бізнес-процесів, оскільки підприємства прагнуть якщо не реалізувати всю свою продукцію на експорт, то дотримуватись міжнародних (експортних) стандартів щодо її якості. Хоча ми усвідомлюємо, що це припущення певною мірою зменшить точність оцінки експортного потенціалу підприємств, які не є повністю експортоорієнтованими. Використання зазначеного методу також дозволило визначити розмір експортного потенціалу досліджуваних підприємств (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

**Експортний потенціал молокопереробних підприємств
у 2002 – 2005 рр., визначений інвестиційним методом, тис. грн.**

Підприємство / група		2002 р .	2 003р.	2 004р.	2 005р.
1		2	3	4	5
1 група	ВАТ „Молочник”	16 936,30	56 205,70	66 576,10	123 558,00
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	16 433,60	50 898,30	106 948,10	156 440,00
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	25 298,20	116 011,00
Середня по 1 групі		16 684,95	53 552,00	66 274,13	132 003,00
2 група	ВАТ„Шосткинський міськмолкомбінат”	35 942,00	48 079,00	71 192,00	103 228,00
	ВАТ„Звенигородський сироробний завод”	33 115,00	37 262,10	74 187,60	100 152,00
Середня по 2 групі		34 528,50	42 670,55	72 689,80	101 690,00

1		2	3	4	5
3 група	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	4 381,10	9 260,80	10 852,70	19 789,40
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	8 107,90	10 399,80	12 599,30	19 634,30
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	5 304,30	7 716,80	19 579,00	26 119,00
Середня по 3 групі		5 931,10	9 125,80	14343,67	21 847,57

Спираючись на дані наведеної таблиці, можемо зробити висновок: найбільшим експортним потенціалом в розмірі 156 440 тис. грн. володіє ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, на наступних за ним позиціях знаходяться ВАТ „Молочник” (123 558 тис. грн.) та ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс” (116 011 тис. грн.).

В якості альтернативи двом вище використаним „ресурсним” методикам оцінки експортного потенціалу спробуємо застосувати підхід, що спирається на результат розвитку - методику визначення вартості потенціалу на основі дисконтування грошового потоку. Згідно цього підходу розвиток експортного потенціалу можна вважати позитивним, якщо він забезпечує зростання ринкової вартості підприємства. При цьому ринкова вартість підприємства формується грошовим потоком від його діяльності (рис. 2.14), приведеним до одного періоду часу.

Оцінка експортного потенціалу підприємства проводиться за допомогою дисконтування грошових потоків, визначених на основі показників попередніх періодів. Слід зазначити, що виокремлення частки надходжень від експорту в загальному грошовому потоці експортоорієнтованого підприємства ми вважаємо недоцільним, оскільки, по-перше, від визначених за ретроспективними даними пропорцій не залежить розмір вкладень підприємства в розвиток експортного потенціалу в наступному періоді; по-друге, логічно, вартість експортного потенціалу є невіддільною від вартості всього підприємства. Звичайно, ми усвідомлюємо можливість певного зниження точності розрахунків в разі застосування

даного припущення при визначенні експортного потенціалу підприємств, діяльність яких не є експортоорієнтованою.

Таблиця 2.14

**Грошовий потік молокопереробних підприємств
у 2002 – 2005 рр., тис. грн.**

№ з/п	Підприємство / група	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
1	2	3	4	5	6
1 група	ВАТ „Молочник”	-137,90	891,00	7 876,90	9 106,10
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	-314,20	1 089,70	2 932,60	9 517,80
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	963,40	4 489,20
Середня по 1 групі		-226,05	990,35	3 924,30	7 704,37
2 група	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	6 549,00	10 210,00	14 907,00	21 496,80
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	4 356,30	4 148,30	7 810,80	10 880,90
Середня по 2 групі		5 452,65	7 179,15	11 358,90	16 188,85
3 група	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	418,60	1 107,40	1 248,20	901,80
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	452,30	1 186,00	1 142,90	636,80
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	-271,00	307,80	227,90	815,80
Середня по 3 групі		199,97	867,07	873,00	784,80

Дія фактору зміни вартості грошей в часі (під впливом альтернативної доходності капіталу та різноманітних ризиків) викликає необхідність дисконтування грошових потоків підприємств. Величина дисконтних ставок залежить від специфіки діяльності конкретного підприємства і, як правило, змінюється рік від року. Оскільки дисконтні ставки не є безпосереднім об’єктом нашого дослідження, вважаємо за доцільне навести основні положення, на які ми спирались в ході розрахунку. В якості „верхнього” та „нижнього” обмеження безризикової дисконтної ставки використано середні

кредитні та депозитні ставки ряду потужних банків (Ощадбанк, „Райффайзенбанк -Аваль”, „Промінвестбанк”, „Приватбанк”, „Правекс-банк”) у гривнях, які враховують альтернативну доходність капіталу для підприємств по роках аналізованого періоду. Врахувавши ризики діяльності досліджуваних підприємств шляхом додавання до безризикової ставки β -коефіцієнту, отримано результати розрахунку дисконтних ставок, представлені в табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Дисконтні ставки молокопереробних підприємств за 2002 – 2005 рр.

№ з/П	Показник / Підприємство / група	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
	1	2	3	4	5
1	Кредитна ставка комерційних банків (у гривнях)	27,3	24,9	22,6	21,2
2	Депозитна ставка комерційних банків (у гривнях)	11,8	10,1	9,7	8,5
3	ВАТ „Молочник”	24,5	23,7	22,6	21,5
4	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	24,0	23,0	22,3	21,1
5	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	21,4	20,3
6	Середня по 1 групі	24,3	23,4	22,1	21,0
7	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	22,5	22,1	21,6	21,0
8	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	23,0	21,9	21,0	20,8
9	Середня по 2 групі	22,8	22,0	21,3	20,9
10	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	20,0	20,8	20,5	20,2
11	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	20,5	20,5	20,0	20,0
12	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	20,0	20,0	19,7	19,2
13	Середня по 3 групі	20,2	20,4	20,1	19,8

Розрахунки за даною методикою наведено в табл. 6 Додатку С, а загальні результати щодо розміру експортного потенціалу молокопереробних підприємств представлено на рис. 2.34.

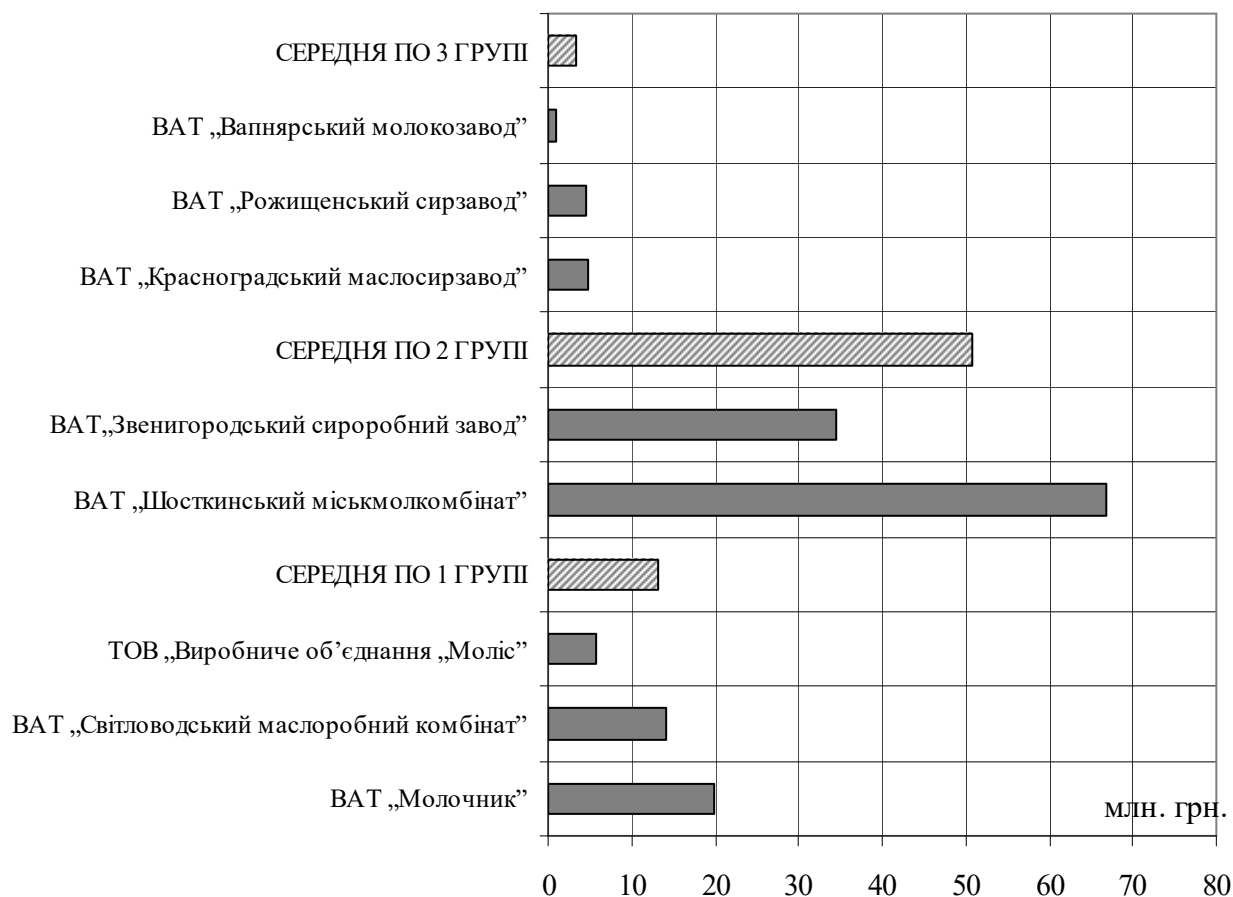


Рис. 2.34. Експортний потенціал молокопереробних підприємств, сформований протягом 2002 – 2005 рр. (за методикою оцінки на основі грошових потоків)

На основі діаграми (рис. 2.33) можна визначити, що найбільшим потенціалом, за методикою оцінки на основі грошових потоків, характеризується ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, яке протягом 2002 – 2005 рр. сформувало вартість 66 884 тис. грн. та ВАТ „Звенигородський сироробний завод” (34 602,67 тис. грн.).

Виробничо – комерційний метод засновується також на результатному підході, дозволяючи оцінити експортний потенціал через спроможність підприємства до виробництва експортпридатної продукції. Розрахунки за адаптованою методикою В.М. Бегми і Г.І. Мазурова, описаною в п.1.2, проводились на основі виручки від реалізації продукції з корегуванням на

коефіцієнт використання виробничої потужності. Як вже зазначалось, коефіцієнт експортпридатності продукції досліджуваних підприємств було прийнято вважати таким, що дорівнює одиниці, враховуючи спорідненість вимог покупців до продукції на внутрішньому і зовнішньому (а саме, ринку Росії, оскільки на ньому протягом аналізованого періоду реалізувалось до 98% сиру досліджуваних підприємств) ринку за умови значного перевищення місткості російського ринку над українським. Результати проведених розрахунків подано в табл. 2.16.

Таблиця 2.16

**Розмір експортного потенціалу молокопереробних підприємств
України у 2002 – 2005 рр. за виробничо-комерційним методом, тис. грн.**

№ з/п	Підприємство / група	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
1	2	3	4	5	6
1 група	АТ „Молочник”	71 021,70	120 738,50	226 763,20	294 788,00
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	19 017,70	54 968,20	201 088,40	314 099,00
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	78 907,70	171 502,00
Середня по 1 групі		45 019,70	87 853,35	168 919,77	260 129,67
2 група	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	96 272,00	149 309,00	180 973,00	262 411,00
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	60 505,90	81 009,00	98 811,00	127 466,00
Середня по 2 групі		78 388,95	115 159,00	139 892,00	194 938,50
3 група	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	5 330,50	11 709,20	50 988,20	82 106,10
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	22 258,00	32 357,10	53 291,00	84 653,90
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	11 171,50	27 211,80	40 809,70	70 421,20
Середня по 3 групі		12 920,00	23 759,37	48 362,97	79 060,40

З наведеної табл. 2.16 можна зробити такі висновки: найбільшим потенціалом на 2005 р. володіє ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” (314099,00 тис. грн.), на другому місці АТ „Молочник” з потенціалом

294788,00 тис. грн., третю позицію займає ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат (262411,00 тис. грн.). Найменшим потенціалом володіє ВАТ „Вапнярський молокозавод” (70 421,20 тис. грн.). Найбільший відносний приріст експортного потенціалу протягом аналізованого періоду продемонстрували підприємства третьої групи, найменший – друга група підприємств.

Аналіз експортного потенціалу буде неповним без якісної оцінки його конкурентоспроможності. Для здійснення оцінки експертним методом було сформовано систему показників, відповідні розрахунки за якою унаочнено в Додатку С (табл.7). Технологія оцінки конкурентоспроможності передбачає вибір еталонного рівня кожного оціночного показника: в якості такого ми використовуватимемо найкращий з досягнутого підприємствами вибірки. Результати оцінки конкурентоспроможності підприємств представлено в табл. 2.16.

Таблиця 2.16

**Експортний потенціал молокопереробних підприємств України
в 2002 – 2005 рр., визначений на основі конкурентоспроможності, умовн. од.**

Підприємство / група		2002 р .	2003 р.	2004 р.	2005 р.
1 група	ВАТ „Молочник”	4,5	5,9	7,8	6,9
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	3,0	6,4	6,9	8,7
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	2,3	5,2
Середня по 1 групі		3,8	6,2	5,7	6,9
2 група	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	7,6	6,5	3,5	3,3
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	6,3	4,5	3,2	2,9
Середня по 2 групі		7,0	5,5	3,4	3,1
3 група	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	2,1	3,1	4,6	3,5
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	4,3	3,1	3,7	4,0
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	3,8	4,3	3,2	3,0
Середня по 3 групі		3,4	3,5	3,8	3,5

На основі даних таблиці можна констатувати незначну відмінність результатів застосування методики оцінки потенціалу на основі конкурентоспроможності від попередніх трьох. А саме: за критерієм конкурентоспроможності експортного потенціалу на другу позицію вийшли підприємства третьої групи (ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод”, ВАТ „Вапнярський молокозавод”). Це засвідчує наявність позитивних якісних тенденцій в їх розвитку, які (можливо, з причини порівняно невеликих розмірів підприємств) не виявили себе через абсолютні кількісні показники.

Отримані в результаті застосування п'яти різних методик (потужнісного, інвестиційного, вартісного, виробничо - комерційного методу і оцінки конкурентоспроможності) розміри експортного потенціалу молоко-переробних підприємств станом на 2005 рік подано в табл. 2.17.

Недосконалість методичних підходів і, як наслідок, деяка неоднозначність результатів їх використання ускладнює оцінку експортного потенціалу підприємств, проте, спираючись на дані табл. 2.17, можемо зробити такі узагальнюючі висновки:

- загальний розмір потенціалу формується під впливом як ресурсних, так і результатних факторів, що підтверджується близькістю рейтингових результатів застосування „ресурсних” (потужнісної та інвестиційної) і „результатних” (оцінки вартості та конкурентоспроможності) методик;
- найбільшим потенціалом (за результатами застосування трьох методик) володіють ВАТ „Молочник” та ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, а найменшим – підприємства третьої групи (ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод” та ВАТ „Вапнярський молокозавод”);
- результати, отримані з використанням різних методик, відрізняються для окремих підприємств, але рейтинг групи при цьому суттєво не змінюється: за більшістю методик найбільші

Таблиця 2.17

Розміри експортного потенціалу молокопереробних підприємств України, визначені за різними методиками на 2005 р.

Підприємство / група		Методика інвестиційної оцінки (А.В.Гриньов)		Методика потужнісної оцінки (П.В.Осіпов)		Методика оцінки на основі грошових потоків		Методика виробничо-комерційної оцінки (В.М.Бегма, Г.І.Мазуров)		Методика оцінки за конкуренто-спроможністю	
		тис. грн.	рейтинг	тонн	рейтинг	тис. грн.	рейтинг	тис. грн.	рейтинг	умовн. од.	рейтинг
1 група	ВАТ „Молочник”	123 558	2	16 540	1	19 860	3	294 788	2	6,9	2
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	156 440	1	15 670	2	14 153	4	314 099	1	8,7	1
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	116 011	3	12 342	3	5 658	5	171 502	4	5,2	3
Середня по 1 групі		132 003	I	14 851	I	13 224	II	168 919	I	6,9	I
2 група	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	103 228	4	12 540	4	66 884	1	262 411	3	3,3	6
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	100 152	5	7 167	5	34 602	2	127 466	5	2,9	8
Середня по 2 групі		101 690	II	9 854	II	50 743	I	139 892	II	3,1	III
3 група	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	19 789	7	5 789	7	4 745	6	82 106	7	3,5	5
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	19 634	8	6 024	6	4 521	7	84 653	6	4,0	4
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	26 119	6	5 103	8	1 063	8	70 421	8	3,0	7
Середня по 3 групі		21 847	III	5 639	III	3 443	III	79 060	III	3,5	II

розміри експортного потенціалу мають підприємства першої групи, потім – другої і на останній позиції – підприємства третьої групи.

Враховуючи факт близькості середньогрупового рейтингу розмірів експортного потенціалу, обчислених різними методами, ми продовжуємо дослідження тенденцій потенціалу на основі середньо групових даних.

Для однозначності висновків слід обрати орієнтирні значення середньо групових розмірів експортного потенціалу підприємств. Результат вартісної оцінки акумулює вплив різних факторів і побудований на обрахунку фактичних даних отримуюваного грошового потоку, але підприємства першої групи протягом аналізованого періоду активно накопичували потенціал, інвестуючи кошти в розширення, тому і отримали невисокі показники грошового потоку, що суперечить результатам оцінки їх експортного потенціалу, обрахованим за рештою методик. Тому в якості орієнтирних ми будемо використовувати розміри експортного потенціалу молокопереробних підприємств, отримані за допомогою виробничо - реалізаційного методу: по-перше, цей метод також належить до „результатних”, по-друге, обрахований цим методом показник ЕПП є придатним до співставлення з обсягами експорту, спрощуючи тим самим процес оцінки ефективності використання потенціалу.

На основі середньо групових даних з метою унаочнення отриманих результатів побудуємо тренди розвитку експортного потенціалу (рис. 2. 35).

На основі отриманих трендів можна зробити висновок про існування відмінностей в розвитку потенціалу. Як правило, в основі різних тенденцій лежать особливості факторів розвитку різних груп молокопереробних підприємств. Тому зробимо припущення щодо існування функціональної залежності між станом розвитку факторів експортного потенціалу і його загальним розміром:

$$\text{ЕПП} = f(\text{ІК, ОФ, ЧП}) \quad (2.1)$$

де, ЕПП – експортний потенціал підприємства, тис. грн., ІК (або СК) – інвестований (сукупний) капітал, тис. грн., ОФ – середньорічна вартість

основних фондів, тис. грн., ЧП – середньооблікова чисельність працівників, переведена в гривні за коефіцієнтом заміщення¹⁵.

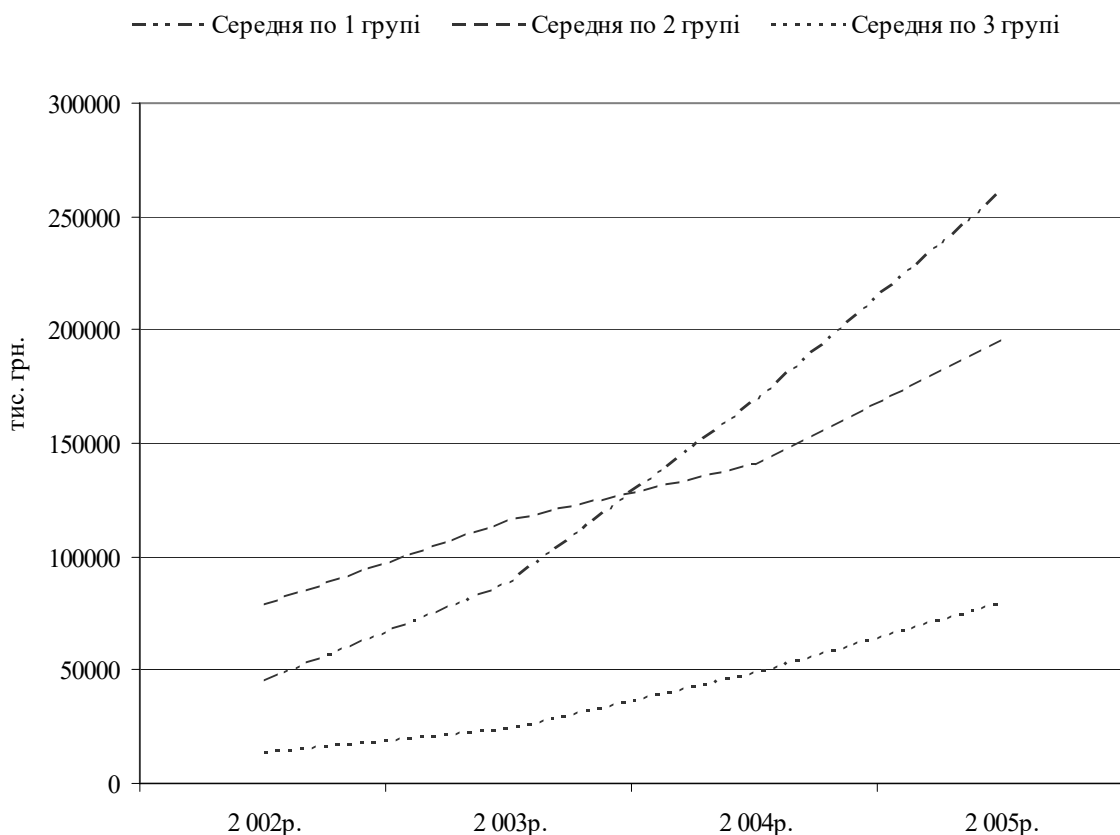


Рис. 2.35. Графічна інтерпретація динаміки розміру експортного потенціалу підприємств за групами

Спираючись на побудовану систему аналітичних залежностей, проведемо кореляційний аналіз з метою виявлення впливу кожного фактора на результуючий показник (табл. 2.18).

На основі результатів кореляційного аналізу, представлених в табл.2.18, можна зробити наступні висновки:

- Найбільший вплив на рівень експортного потенціалу першої та третьої групи молокопереробних підприємств справляє розмір інвестованого капіталу, що підтверджено високими значеннями парного коефіцієнта кореляції, який становить 0,969 та 0,998 відповідно. Це означає, що за

¹⁵ У відповідності з рекомендаціями Центрального економіко – математичного інституту, норматив

умови елімінування впливу інших чинників зв'язок між рівнем експортного потенціалу і обсягом задіяного капіталу та ефективністю його використання є дуже суттєвим (96,9 та 99,8 % відповідно).

- Для другої групи найвпливовішим фактором є вартість основних фондів, коефіцієнт кореляції експортного потенціалу з цим фактором становить 0,974. Водночас для решти підприємств означений фактор є найменш впливовим.
- Для всіх груп другим за силою впливу є фактор чисельності персоналу, коефіцієнт кореляції якого перебуває в межах від 0,960 до 0,994.
- Всі фактори протягом аналізованого періоду продемонстрували суттєвий (більше 90%) кореляційний зв'язок з розміром експортного потенціалу. Тому, використовуючи результати аналізу діяльності молокопереробних підприємств по групах в 2002 – 2005 рр., було сформовано функції розвитку їх експортного потенціалу.

Таблиця 2.18

Матриця парних коефіцієнтів кореляції факторів, що визначають величину експортного потенціалу молокопереробних підприємств по групах

Фактори	Парні коефіцієнти кореляції											
	1 група				2 група				3 група			
Експортний потенціал	1				1				1			
Інвестований капітал	0,969	1			0,974	1			0,998	1		
Основні фонди	0,917	0,980	1		0,998	0,986	1		0,970	0,960	1	
Чисельність персоналу	0,960	0,976	0,917	1	0,976	0,978	0,981	1	0,994	0,992	0,956	1

Функції розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств, отримані на основі розрахунків, мають такий вигляд (табл. 2.19):

Таблиця 2.19

Функції розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств за групами

Група підприємств	Функція розвитку експортного потенціалу
1 група	$ЕПП = 76,26 + 10,72 \cdot ІК - 12,75 \cdot ОФ - 68,31 \cdot ЧП$
2 група	$ЕПП = 5,58 - 0,54 \cdot ІК + 5,46 \cdot ОФ - 0,34 \cdot ЧП$
3 група	$ЕПП = -23,19 + 3,10 \cdot ІК + 1,35 \cdot ОФ + 34,75 \cdot ЧП$

Наступною задачею, яку слід вирішити в ході дослідження експортного потенціалу, являється оцінка ступеню його використання, а значить і визначення можливо існуючих резервів підвищення ефективності діяльності молокопереробних підприємств. Для відповідної оцінки можуть бути застосовані абсолютні показники експорту в натуральному та вартісному виразі. Міру використання потенціалу, на нашу думку, характеризує відношення експорту у вартісному вираженні до обрахованого виробничо-реалізаційним методом розміру експортного потенціалу. Ефективним будемо вважати розвиток експортного потенціалу, якщо прирощення випуску і реалізації експортпридатної продукції протягом аналізованого періоду перевищуватиме приріст потенціалу.

На основі аналізу статистичних даних щодо експорту молокопереробних підприємств протягом 2002 – 2005 рр. за групами (Додаток С, табл.) отримаємо тренд, який представлено на рис. 2.36.

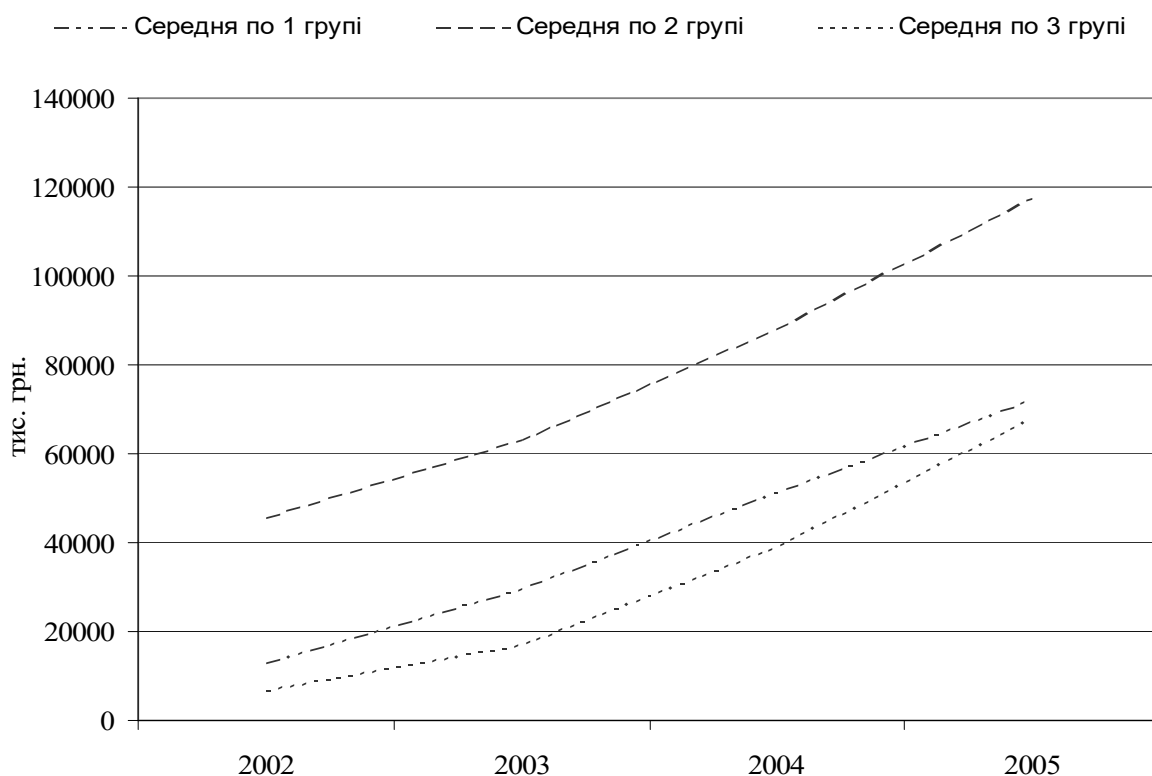


Рис. 2.36. Тренди експорту молокопереробних підприємств в 2002 – 2005рр. за групами

Співставивши тренди експорту (рис.2.35) з динамікою розмірів експортного потенціалу (рис.2.34), можемо побачити, що максимально використовують свій експортний потенціал підприємства третьої групи, тоді як темпи збільшення експорту першою групою значно відстають від прирощень її експортного потенціалу. Провівши відповідні обрахунки показників абсолютної ефективності використання потенціалу (як відношення експорту у вартісному вираженні і чистого прибутку від експорту до обрахованого виробничо-реалізаційним методом розміру експортного потенціалу) та відносної (відношення прирощення випуску і реалізації експортної продукції протягом аналізованого періоду до приросту потенціалу), результати узагальнено в табл. 2.20.

Ефективність використання експортного потенціалу молокопереробних підприємств у 2002 – 2005 рр.

Підприємство / група	Показники										
	2002 р.		2003 р.			2004 р.			2005 р.		
	К1	К3	К1	К2	К3	К1	К2	К3	К1	К2	К3
ВАТ „Молочник”	0,22	-0,0060	0,27	0,34	0,0013	0,20	0,12	0,0213	0,11	-0,19	0,0133
ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	0,51	-0,0409	0,47	0,45	0,0086	0,46	0,46	0,0094	0,50	0,57	0,0228
ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	X	X	X	X	X	0,20	X	0,0080	0,15	0,11	0,0168
Середня по 1 групі	0,28	-0,0234	0,33	0,40	0,0050	0,30	0,19	0,0129	0,28	0,16	0,0176
ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	0,50	0,0573	0,45	0,36	0,0548	0,60	1,31	0,0647	0,63	0,70	0,0651
ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	0,70	0,0626	0,72	0,78	0,0427	0,68	0,50	0,0636	0,54	0,06	0,0680
Середня по 2 групі	0,58	0,0599	0,54	0,57	0,0488	0,63	0,90	0,0641	0,60	0,38	0,0666
ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	0,46	0,0259	0,58	0,68	0,0701	0,76	0,81	0,0178	0,81	0,90	0,0021
ВАТ „Рожищенський сирзавод”	0,51	0,0007	0,65	0,96	0,0231	0,79	1,01	0,0141	0,86	0,98	0,0025
ВАТ „Вапнярський молокозавод”	0,50	-0,0329	0,83	1,06	0,0062	0,88	0,98	-0,0003	0,90	0,93	0,0011
Середня по 3 групі	0,50	-0,0021	0,71	0,90	0,0331	0,80	0,93	0,0105	0,86	0,94	0,0019

Примітки:

К1 - Кабс.еф.ЕПП – коефіцієнт абсолютної ефективності використання потенціалу, розраховується як відношення експорту до розміру експортного потенціалу;

К2 - Квідн.еф.ЕПП - коефіцієнт відносної ефективності використання потенціалу, визначається як відношення прирощення випуску і реалізації експортної продукції протягом аналізованого періоду до приросту потенціалу;

К3 - Крентаб.ЕПП – коефіцієнт рентабельності експортного потенціалу підприємства; розраховується як відношення чистого прибутку від експорту до експортного потенціалу.

На основі проведеного аналізу ефективності використання експортного потенціалу молокопереробними підприємствами можемо зробити такі висновки:

- за рівнем рентабельності потенціалу протягом всіх років аналізованого періоду лідирують підприємства другої групи;
- підприємства третьої групи мають стабільно високі показники збільшення експорту на кожну одиницю прирощення потенціалу;
- перша група підприємств отримала в цілому найнижчі показники ефективності використання потенціалу.

Враховуючи результати оцінки ефективності використання експортного потенціалу та аналізу діяльності експортоорієнтованих підприємств, проведеного в п. 2.2, сформулюємо гіпотезу про залежність ефективності діяльності підприємства від рівня розвитку та використання його експортного потенціалу, для перевірки якої використаємо модель:

$$K_{\text{рентаб.ЕПП}} = f(\text{ПП}, \text{ФВ}, \text{РК}), \quad (2.1)$$

де $K_{\text{рентаб.ЕПП}}$ – коефіцієнт рентабельності експортного потенціалу підприємства, відсотків, РК – рентабельність капіталу, ПП – продуктивність праці, ФВ – фондівіддача.

Використовуючи побудовану систему аналітичних залежностей, здійснимо кореляційний аналіз з метою визначення впливу факторів на результат (табл. 2.21).

Таблиця 2.21

Матриця парних коефіцієнтів кореляції факторів, що визначають ефективність використання експортного потенціалу молокопереробних підприємств за групами

Фактори	Парні коефіцієнти кореляції											
	1 група				2 група				3 група			
Рентабельність експортного потенціалу	1				1				1			
Рентабельність капіталу	0,92	1			0,74	1			-0,13	1		
Продуктивність праці	-0,34	0,00	1		-0,82	-0,92	1		0,24	0,84	1	
Фондовіддача	0,97	0,99	-0,15	1	-0,74	-0,77	0,95	1	0,86	0,26	0,38	1

Результати кореляційного аналізу засвідчують наявність залежності між рівнем рентабельності експортного потенціалу та ефективністю використання факторів виробництва молокопереробних підприємств. Враховуючи достовірність кореляційних моделей, отримаємо такі функції розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств за групами:

для 1 групи:

$$\text{Крентаб.ЕПП} = 14,46 - 0,048 \cdot \text{ПП} + 0,047 \cdot \text{ФВ} + 1,87 \cdot \text{РК} \quad (2.2)$$

для 2 групи:

$$\text{Крентаб.ЕПП} = -30,97 - 0,114 \cdot \text{ПП} - 49,6 \cdot \text{ФВ} + 22,29 \cdot \text{РК} \quad (2.3)$$

для 3 групи:

$$\text{Крентаб.ЕПП} = -0,29 - 0,041 \cdot \text{ПП} + 0,92 \cdot \text{ФВ} + 0,53 \cdot \text{РК} \quad (2.4).$$

На користь придатності отриманих функцій для прогнозування свідчать такі результати регресійного аналізу:

- Вільний член моделей має допустиме невелике значення, що свідчить про врахування в моделях впливу основних чинників.
- Коефіцієнт детермінації знаходиться в межах 0, 89 – 0,97, це означає, що моделі враховують до 97 % впливу факторів на результат, а значить є практично придатними для використання в управлінні експортним потенціалом.
- Моделі є достовірними за F – критерієм та критерієм Стюдента, що підтверджує їх придатність для управління.

Враховуючи достовірність моделей, можемо зробити висновок про існування прямого взаємозв'язку між рівнем розвитку експортного потенціалу підприємств і такими показниками ефективності їх діяльності, як рентабельність капіталу, продуктивність праці та фондівіддача.

Означений взаємозв'язок підтверджує необхідність розвитку експортного потенціалу як важеля підвищення ефективності підприємства в цілому, з одного боку, а з іншого – можливість управління експортним потенціалом шляхом впливу на фактори виробництва.

Висновки до розділу 2

Проведена діагностика процесів формування та розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств дозволила дійти наступних висновків:

1. Визначено, що причинами експортно-імпортних переміщень сиру в світі є, по-перше, нерівномірність виробництва молока, що зумовлює відносний надлишок або порівняну нестачу молокопродуктів в різних регіонах світу і, по-друге, традиційність культури сироваваріння для одних країн і сприйняття її в руслі процесів глобалізації іншими. Україна входить до десятки найбільших виробників молока в світі, і в цілому сприятлива кон'юнктура світового ринку сиру створює передумови для розвитку експортного потенціалу українських сироробних підприємств.

2. Аналіз основних галузевих показників засвідчив тенденцію зростання обсягів виробництва і експорту продукції вітчизняних молокопереробних підприємств в 2002 – 2005 рр. Проведене дослідження дозволило визначити ряд причин експортоорієнтованості вітчизняних виробників сиру: «природні» процеси розвитку внутрішнього ринку, який поступово переходить від стадії бурхливого росту до насичення; компенсаторна реакція - перехід частини експортоорієнтованих молокопереробних підприємств (у зв'язку зі обмеженням можливостей експорту казеїну та сухого молока) на виробництво сиру з метою використання налагоджених каналів збуту власної продукції за кордон; активізація процесів перерозподілу власності в напрямку концентрації капіталу, що призвело до двох взаємопов'язаних наслідків: посилення сегментації в молокопереробній галузі в цілому з більш чітким розмежуванням сироробного і цільномолочного типу виробництва та зменшення загальної кількості підприємств з відповідним ростом групи великих виробників.

3. Діяльність підприємств вибірки характеризується рядом особливостей: тривалий, як для молокопереробної промисловості, термін

обороту оборотних коштів, сезонні перепади в знаходженні сировини, з яких витікають взимку – проблеми з завантаженням потужностей, влітку – зі зберіганням та збутом готової продукції; висока залежність якості отриманого продукту від характеристик молочної сировини, низький рівень можливості впливу підприємства на якість молока; динамічне ринкове середовище, чутливе до змін на суміжних ринках молокопродуктів, до коливань рівня достатку населення, оскільки сир належить до групи продуктів з високим рівнем цінової еластичності; поширена експортоорієнтованість і, як наслідок, «вразливість» сироробних підприємств при зміні умов господарювання в зовнішньоекономічній сфері.

5. Розвиток вітчизняних підприємств протягом аналізованого періоду характеризувався моноспрямованістю експорту - до 95% припадало на ринок Росії, що призвело до формування залежності українських виробників від її економічного, соціокультурного, а в особливості – політичного середовища.

6. За результатами аналізу тенденцій розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств України зроблено висновки щодо необхідності спрямування основних зусиль підприємств на пошук альтернативних зовнішніх ринків збут, розвиток сировинної бази, зокрема створення галузевих кластерів (вертикально інтегрованих структур з підрозділами молочного скотарства), вдосконалення технології первинної обробки молока та його транспортування, модернізацію підприємств з орієнтацією на виробництво конкурентоспроможної на світовому ринку продукції; залучення інвестиційного капіталу для розвитку експортоорієнтованого виробництва сиру в регіонах відносного надлишку молока; забезпечення державної підтримки експортоорієнтованих виробників сиру.

Основні результати дослідження процесів розвитку експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств знайшли відображення в публікаціях [121, 124].

РОЗДІЛ 3

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

3.1. Вибір перспективної стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств

Проведене дослідження розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, ВАТ „Молочник”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ТОВ „Виробниче об'єднання „Моліс”, ВАТ „Рожищенський сирзавод”, ВАТ „Вапнярський молокозавод” виявило суттєві недоліки в управлінні розвитком їх експортного потенціалу. Принципово необхідним, з огляду на отримані результати, є вдосконалення теоретико-методичних та практичних аспектів управління розвитком експортного потенціалу молокопереробних підприємств.

Досягнення позитивного кінцевого результату являється закономірним наслідком вірного бачення перспектив, планомірного вибудовування їх в стратегічні задачі та розподілу останніх на рівні реалізації, що характеризується спектром конкретних обставин: часом, місцем, особистостями, які втілюватимуть їх в життя, та відповідними інструментами менеджменту. Таким чином обґрунтована стратегія розвитку експортного потенціалу має стати фундаментом щоденної діяльності експортоорієнтованого молокопереробного підприємства, об'єднуючим «витоком» його окремих функцій.

Місце стратегії розвитку експортного потенціалу в системі стратегічного управління підприємством залежить від ступеня підпорядкованості функцій підприємства цілям експортної діяльності. Так, в разі, якщо експорт складає

основу збуту або розвиток зовнішньоекономічної діяльності визначений підприємством як пріоритетний, експортна стратегія є визначальною і всі функціональні стратегії будуються на її основі. В протилежному випадку (в разі епізодичності, відсутності пріоритету щодо розвитку експорту) основні положення стосовно експорту прописуються в маркетинговій стратегії.

Стратегію ми вважатимемо вихідним елементом механізму розвитку експортного потенціалу підприємства. Під механізмом прийнято розуміти сукупність етапів та процесів, з яких складається певне явище, і розвиток експортного потенціалу підприємства, на нашу думку, включає в себе наступні процеси (рис. 3.1):

- вибір стратегії розвитку експортного потенціалу;
- обґрунтування параметрів моделі розвитку;
- реалізацію заходів з розвитку експортного потенціалу;
- контроль за ефективністю розвитку.

Представлений перелік складових механізму розвитку продиктований традиційною логікою управління економічними системами різних рівнів. Практична його реалізація має враховувати специфічність умов розвитку кожного підприємства і варіативність механізму, пов'язану з необхідністю відповідного розширення або скорочення кількості його конкретних процесів.

Подальше обґрунтування складових механізму розвитку ЕПП побудоване на трьох концептуальних постулатах, в основі яких лежать закони філософії.

Перший: існування будь-якої штучної системи, а значить і соціально-економічної системи підприємства, обумовлено наявністю у неї цілі. (Ідеалістичні філософські концепції наголошують на існуванні цілі й у природних систем.) Другий постулат стверджує відповідність цілей і засобів (закон парності): будь-яка ціль передбачає варіативність засобів її досягнення, але з множини можливих в природі реалізуються тільки найбільш життєздатні комбінації. І керування розвитком соціально-економічної системи підприємства

також має бути спрямованим на реалізацію даного принципу як основи економічності і результативності діяльності.

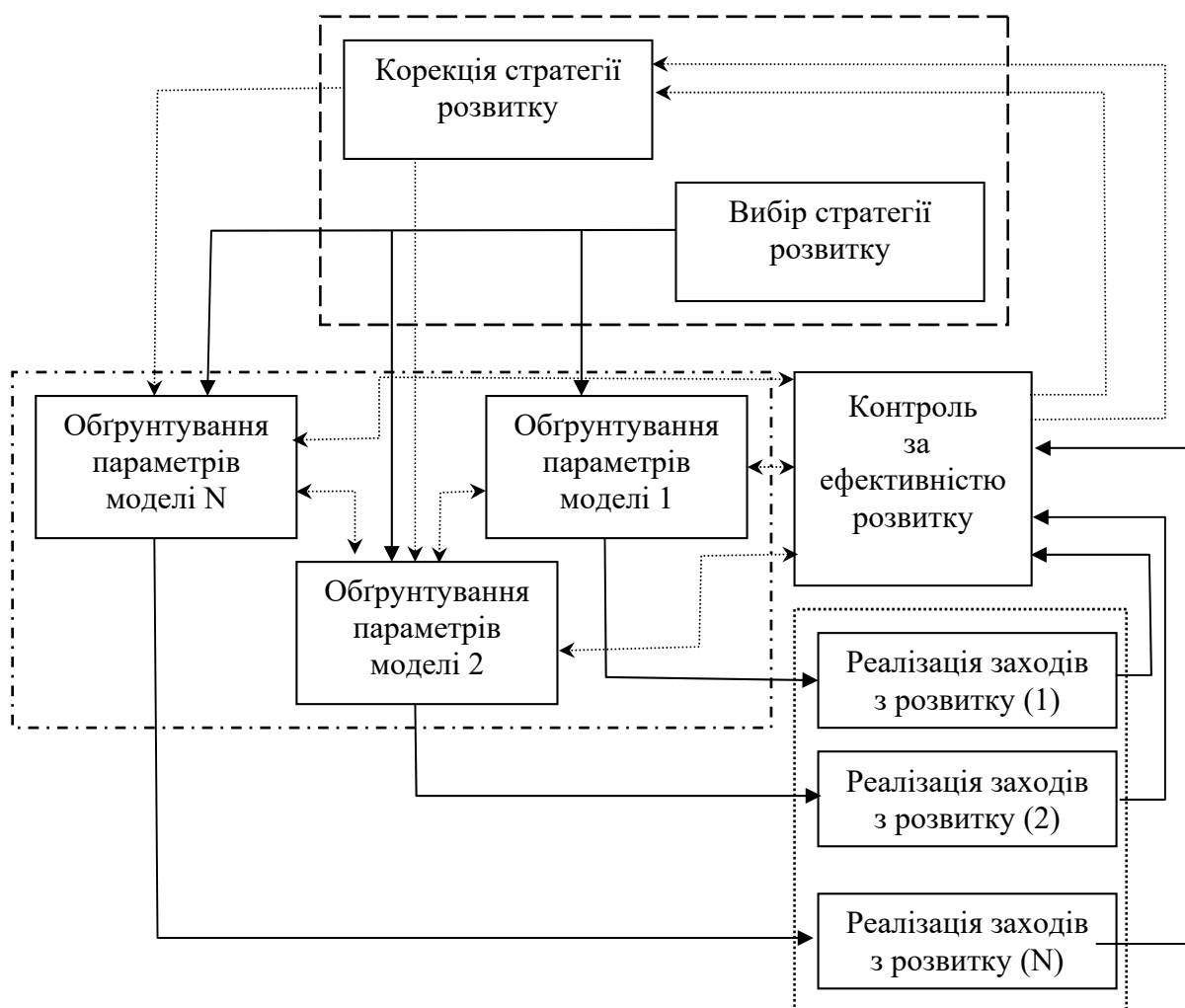
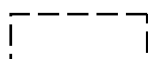
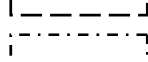


Рис.3.1. Механізм розвитку експортного потенціалу підприємства

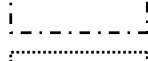
Примітки:



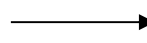
Блок стратегії



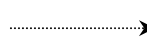
Блок



Блок реалізації



Основні процеси



Процеси корекції

Третій постулат: ніщо не існує поза межами просторово – часового континууму. Звідси розвиток можна представити як перманентний процес

віднайдення просторово-часових координат (X,Y,Z,t) для засобів розвитку у відповідності з цілями соціально-економічної системи підприємства.

Означені постулати покладені в основу концепт-моделі розвитку експортного потенціалу підприємства, схематизованої на рис.3.2.

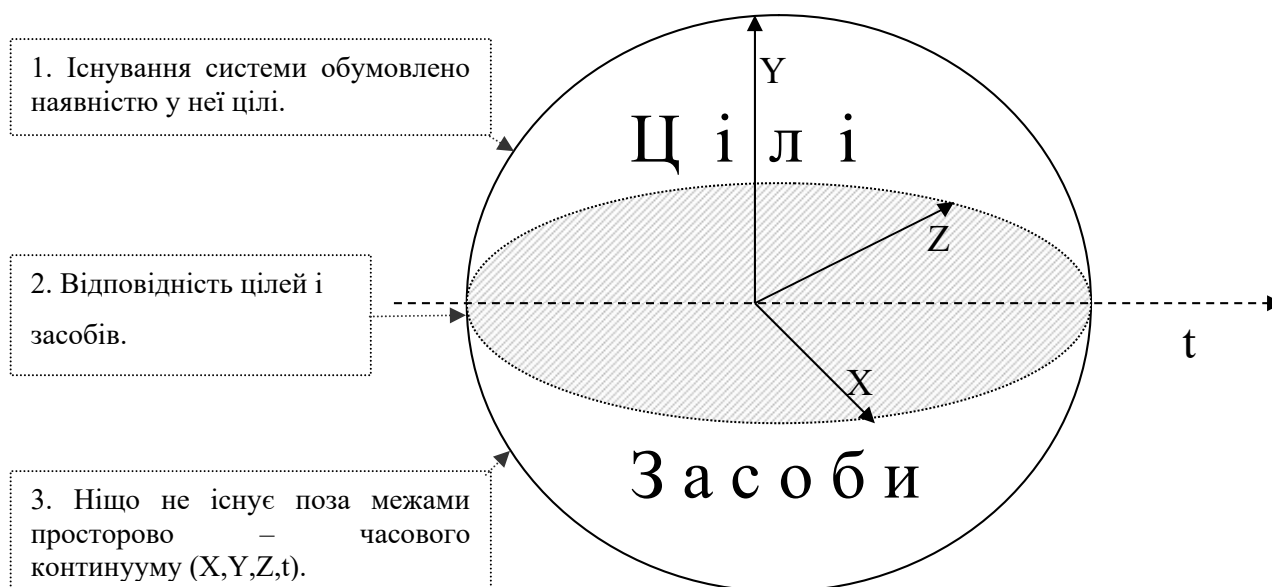


Рис.3.2. Концепт – модель розвитку експортного потенціалу підприємства

У відповідності з наведеною концепт-моделлю процеси механізму розвитку експортного потенціалу підприємства можна представити через узгодження між собою його цілей і засобів та надання їм просторово-часової визначеності. Вихідним (первинним) процесом зазначеного механізму є вибір стратегії.

Для обґрунтованого вибору стратегії розвитку експортного потенціалу ми пропонуємо методику, формалізовану в алгоритм. Використовуючи її, слід прийняти до уваги, що перелік основних етапів, який наводиться на рис.3.3, орієнтовний і може бути розширений або скорочений задля врахування специфіки розвитку кожного конкретного підприємства.

Алгоритм поєднує два функціональних блоки: блок стратегічного вибору передбачає встановлення цілей розвитку ЕПП, обґрунтування засобів розвитку

та уточнення просторово - часових параметрів реалізації стратегії; блок аналізу і прогнозування виконує допоміжну функцію щодо забезпечення виваженості стратегічного вибору. Вибір стратегії передбачає поетапний аналіз альтернатив розвитку експортного потенціалу підприємства. Варіанти стратегічних рішень на кожному етапі алгоритму приводяться в табл. 3.1.

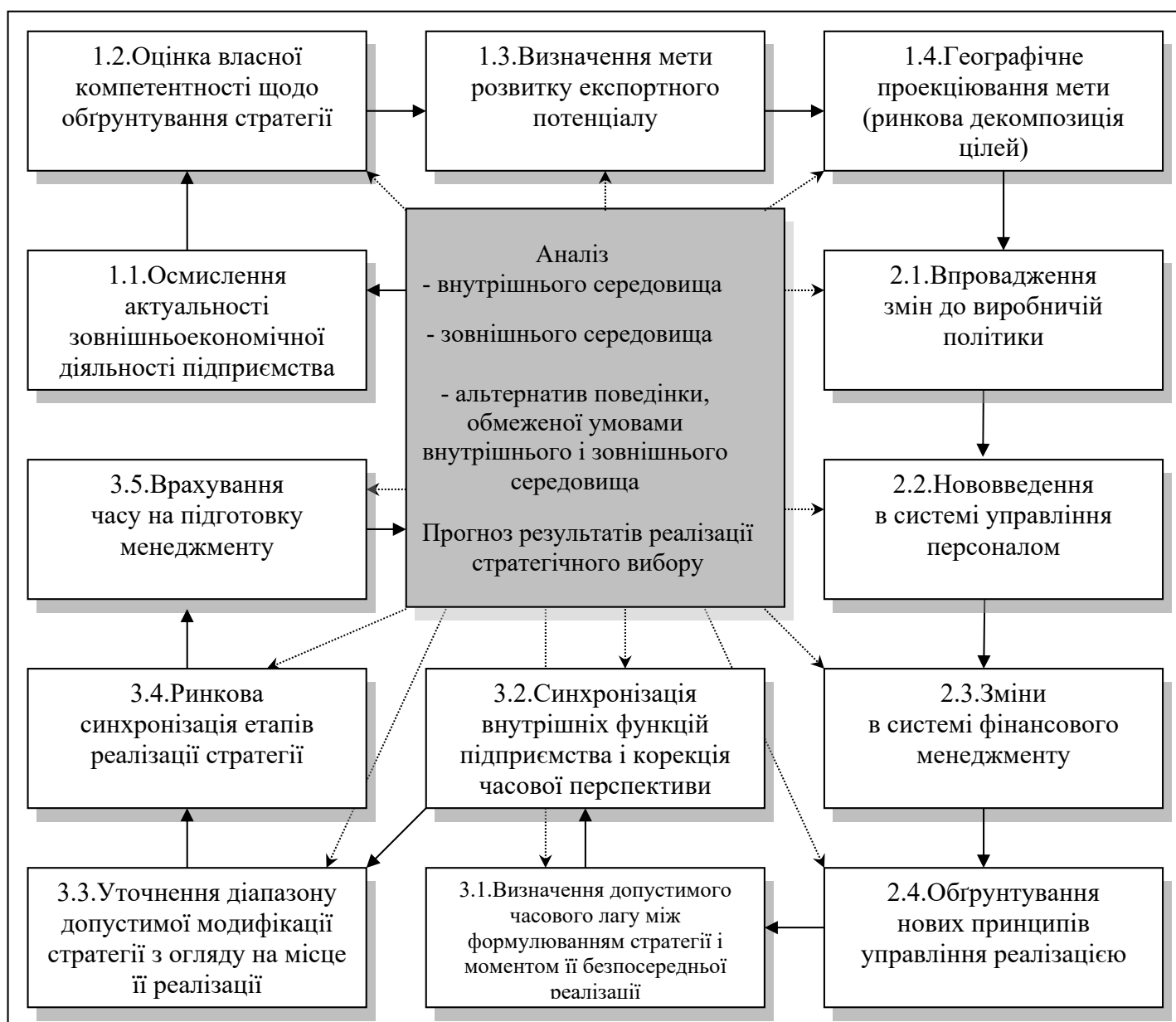
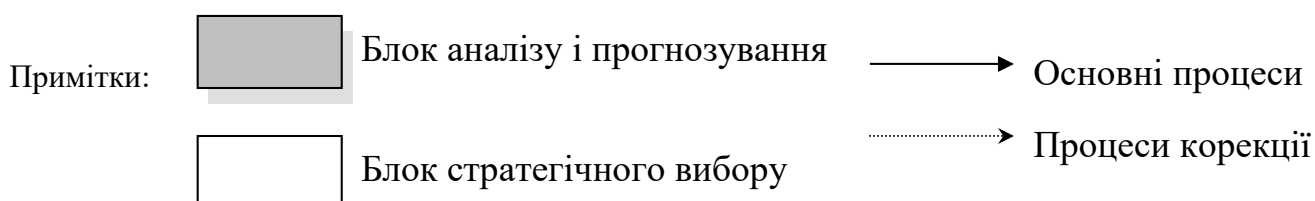


Рис.3.3. Вибір стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства



Алгоритм вибору стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства

Етап	Варіанти стратегічних рішень підприємства
1	2
Етап 1. Встановлення цілей розвитку експортного потенціалу підприємства	
1.1. Дослідження передумов зовнішньоекономічної діяльності підприємства	- Постановка питання розвитку присутності на експортному ринку вимушена, обумовлена нездатністю підприємства боротись за частку на національному ринку, порівняно легкими умовами конкуренції на зовнішніх ринках. - Підприємство має досвід зовнішньоекономічної діяльності, тому питання розвитку експорту піднімаються досить часто і розв'язуються, створюючи приріст прибутку. - Постановка питання розвитку експортного потенціалу – добровільна і закономірна, логічний наслідок вичерпання внутрішньоекономічних джерел росту і подальшої реалізації власного потенціалу високоприбуткової діяльності компанії за кордоном.
1.2. Оцінка власної компетентності для обґрунтуванні стратегії	- Можливості оцінки сьогодишньої місткості, структури експортного ринку та прогнозування його розвитку з метою встановлення достовірних кількісних цільових орієнтирів зростання експорту є (не є) суттєвим для підприємства фактором ризику. - Зовнішні (експортно-ринкові) та внутрішні (ендогенні, виробничі) ризики діяльності підприємства є співвідносними і вибір мети експортної стратегії може принципово скорегувати дане співвідношення. - Конкретизація мети передбачає дотримання наступних вимог: - можливості кількісного формулювання стратегічних цілей, доцільний ступінь їх структуризації за схемою «продукт – обсяг – місце реалізації» - співвідносяться з можливостями її достатньо вірогідного (досяжного при реалізації, адекватного обставинам діяльності підприємства) формулювання.
1.3. Визначення мети розвитку експортного потенціалу	- Перший (повторний) вихід на експортний ринок. - Розширення експортної діяльності, яке може суттєво змінити регіональну і продуктову структуру існуючого експортного потенціалу. - Логічною основою розвитку географії експорту є пріоритет панування в окремому регіоні (створення глобальної мережі). - Концентрація експортних потоків на локальній території окремого географічного регіону являє більший (менший) ризик, ніж недоотримання прибутку внаслідок розпорошення зусиль між різними ринками.

1	2
1.4. Географічне проєкціювання мети (ринкова декомпозиція цілей)	- Обирається найбільш подібний ринок, на якому можливою буде реалізація вже існуючих, апробованих на інших ринках конкурентних переваг. - Для підприємства пріоритетним є досягнення функціональної (продуктової) синергії, і саме ця мета зумовлює вибір цільового експортного ринку. - На обраному ринку стимулююча функція розвитку конкурентних переваг підприємства реалізується повною мірою і в пріоритетному функціональному ракурсі.
Етап 2. Обґрунтування засобів розвитку експортного потенціалу	
2.1. Впровадження змін до виробничій політики	- Зміни не потрібні, оскільки асортимент продукції, що виробляється підприємством, задовольняє цілям експортної діяльності. - Потреба експортування визначеної кількості продукції суттєво вплине на графік завантаження потужностей і режим змінної роботи підприємства. - Розвиток експортного потенціалу потребуватиме змін у технологічній та інноваційній політиці підприємства.
2.2. Нововведення в системі управління персоналом	- Вимоги до персоналу підвищуються (залишаються незмінними) їх задоволення потребує (не потребує) спеціальних заходів щодо підвищення рівня кваліфікації та формування нових компетенцій. - Реалізація експортної стратегії потребує (не потребує) змін в існуючій організаційній структурі управління. - Зміни в менеджмент–технологіях і організаційній культурі підприємства, з огляду на пріоритети реалізації стратегії, є виправданими. - Існують (є потреба в використанні) технічні засоби управління, які можуть бути застосовані для підвищення якості виконання поставлених стратегічних задач, (наприклад: використання спеціалізованих інформаційних і програмних систем, внесення змін до облікової політики).
2.3. Зміни в системі фінансового менеджменту	- Реалізація експортної стратегії потребує (не потребує) мобілізації значних фінансових ресурсів. - Обґрунтування оптимального рівня фінансування спирається на залежність „діапазон витрат - прийнятний ступінь задоволення стратегічних цілей”. - Впровадження підтримуючих експортоорієнтованість підприємства проєктів розвитку системи збуту, впровадження нових технологій, навчання персоналу тощо вимагатиме переорієнтації фінансових потоків. - Існують (обмежені) альтернативи щодо джерел фінансового забезпечення розвитку експортного потенціалу.
2.4. Обґрунтування нових принципів управління реалізацією	- Достатнім є використання вже існуючого збутового комплексу для розвитку експортного потенціалу. - Доцільним є перекладення певних збутових (маркетингових) функцій на партнерів по зовнішньоекономічній діяльності. - Ефективним буде створення власної системи експортного збуту.

1	2
Етап 3. Уточнення просторово - часових параметрів реалізації стратегії	
3.1.Визначення допустимого часового лагу між формулюванням стратегії і моментом її безпосередньої реалізації	- Стратегія сформульована на перспективу, тому існує певний “час очікування”, що не знизить актуальність її реалізації. - Необхідна корекція стратегії з огляду на часовий лаг між формулюванням цілей і моментом їх безпосередньої реалізації. - Розроблення варіантів модифікації стратегії з огляду на ймовірність недотримання часових орієнтирів щодо реалізації окремих, конкретних, положень стратегії.
3.2.Синхронізація внутрішніх функцій підприємства і корекція часової перспективи	- Фінансова, виробнича, маркетингова, кадрова та інші функції підприємства є синхронними. - Асинхронність внутрішніх функцій підприємства знаходиться в допустимих межах і не потребує корекції стратегії. - Асинхронність внутрішніх функцій підприємства вимагає корекції часової перспективи реалізації стратегічних цілей.
3.3. Уточнення діапазону допустимої модифікації стратегії з огляду на місце її реалізації	- З огляду на поставлені цілі і визначені засоби, місце (країна, регіональний ринок) реалізації стратегії є універсальним. - Враховуючи конкретність поставлених задач, місце реалізації стратегії є суворо регламентованим. - Допускається зміна місця впровадження стратегії розвитку експортного потенціалу, однак стратегічні цілі та засоби при цьому потребують відповідних корекцій.
3.4.Ринкова синхронізація етапів реалізації стратегії	- Уточнення питання послідовності або паралельності етапів реалізації стратегії, оскільки: - актуальним може бути використання синергійного ефекту від одночасності виходу на споріднені (географічно близькі) ринки; - можлива обґрунтована послідовність освоєння стратегічно пріоритетних експортних ринків, що забезпечує максимізацію ефекту розвитку ЕПП; - ймовірна зміна напрямку та/або прискорення розвитку на стратегічних експортних ринках потребують додаткових витрат.
3.5.Врахування часу на підготовку менеджменту	- Вимоги до рівня професіоналізму реалізаторів перевищують кваліфікацію менеджменту підприємства; доцільним є проведення цілеспрямоване навчання кадрів, що відобразиться на термінах реалізації стратегії. - Підприємство володіє компетенціями для реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу. - Доцільно (необхідно) залучити до процесу реалізації стратегії сторонніх менеджерів і консультантів.

Передумовою застосування механізму розвитку експортного потенціалу підприємства є аналіз альтернативних напрямків зовнішньоекономічної діяльності (поставки товарів і послуг на ринок іншої країни, прямі капіталовкладення в економіку для створення підприємства і випуску товарів за кордоном, придбання вже існуючого підприємства з подальшим розгортанням виробництва продукції) та вибір експорту як пріоритетної форми присутності підприємства на зовнішньому ринку.

Перспективи розвитку експортного потенціалу слід визначати на основі аналізу досвіду зовнішньої реалізації (власного, і підприємств галузі), прогнозів щодо зміни споживчого попиту та рівня конкуренції. Такий розгляд тенденцій зробить можливим:

- по-перше, уточнити місце експорту в загальному обсязі збуту підприємства, а відтак і мету розвитку експортного потенціалу в системі цілей організації;
- по-друге, виділити ринок збуту експортної продукції в географії ринків підприємства (його розташування, сегментованість, розміри) та ідентифікувати ступінь його однорідності з останніми;
- по-третє, визначити діапазон диверсифікації експорту, доцільність його (діапазону) широти та вимоги до управління потенціалом, пов'язані зі складністю міждержавних товарно-грошових потоків;
- по-четверте, взяти до уваги, прорахований в ретроспективі, ступінь впливу експортних ризиків на майбутнє, в процесі розвитку експортного потенціалу;
- по-п'яте, встановити контрольні орієнтири процесів експортного виробництва, збуту, унормувати їх і втілити в системі контролю ефективності використання ЕПП.

З результатів проведеного нами аналітичного дослідження можна зробити висновок щодо актуальності розвитку експортного потенціалу національних виробників сиру, основою якому можуть послужитися позитивні тенденції

2000–2005 рр. В цей період з'являються і стають відомими національні торгові марки, розширюється асортимент, збільшуються середньорічні обсяги споживання сиру внутрішнім і зовнішнім ринками. Помітною стає і орієнтованість українських виробників на задоволення потреб міжнародного ринку та пріоритет експорту над збутом в країні.

Разом з позитивними змінами в сироробстві мають місце певні тривожні тенденції, що є наслідками невиваженості стратегій розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств. По-перше, до 95 % в структурі українського сирного експорту в 2000 – 2005 рр. припадало на російський ринок. Така «монополія» на імпорт сиру з України поставила вітчизняну сироробну галузь в залежність від змін в державному регулюванні та ринковій кон'юктурі сусідньої держави. Небезпечність такої залежності підсилюється тим, що сир належить до продуктів з високим коефіцієнтом цінової еластичності, тобто є чутливим до коливань рівня доходів населення. По-друге, викликає запитання щодо власної оптимальності цінова структура українського сирного експорту, оскільки продукція вітчизняних підприємств позиціонується на зарубіжному ринку в сегменті низьких та середніх цін, майже не претендуючи на високоприбуткову частку ринку елітного сиру.

Обґрунтування стратегії розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств і послідує втілення її в життя має на меті поглиблення позитивних тенденцій та розв'язання виявлених проблем.

Слід зазначити, що експортний потенціал підприємств галузі характеризується плюралізмом форм прояву, і стратегія його розвитку, відповідно, потребує специфікації з врахуванням множини індивідуальних характеристик кожного окремого підприємства. Так експортери розташовані в різних регіонах України і, відповідно, мають відмінні умови забезпечення сировиною; впливовим фактором виступає прикордонне розташування окремих виробників, що сприяє орієнтації їх потенціалу на забезпечення потреб прилеглого експортного ринку. Одні підприємства мають багаторічні традиції

сироваріння, а інші, у зв'язку з привабливою кон'юнктурою, розширили свою діяльність на цей сегмент ринку молокопродуктів нещодавно.

Враховуючи плюралізм експортного потенціалу як з практичної, так і з теоретичної точки зору, було визначено переваги та необхідні забезпечувальні заходи для досягнення перспективних стратегічних орієнтирів експорту вітчизняних сироробних, які ми віднесли до категорії входження в експортний ринок або розвитку присутності в ньому (табл.3.2).

Таблиця 3.2

Стратегічні орієнтири експорту українських сироробних підприємств

Стратегічні орієнтири	Варіативні забезпечувальні заходи	Очікувані переваги використання
Входження в експортний ринок	Реалізація продукції невеликих виробників під спільною торговою маркою	Забезпечення «впізнання» марки і підвищення ефективності рекламних заходів
	Збут сиру через великі компанії - посередники	Делегування посередникам частки витрат на рекламу та просування товару
	Реалізація на експорт сирів порівняно вищої якості, ніж для внутрішнього ринку	Створення іміджу постачальника високоякісного сиру перед споживачами і партнерами-посередниками
Розвиток присутності на зовнішньому ринку	Розширення асортиментного ряду сирів	Зниження ризику за рахунок використання для отримання прибутку різних ринкових ніш
	Використання власних, «вмонтованих» в структуру підприємства, каналів експортної реалізації	Отримання додаткових прибутків від контролю над «ланцюжком» створення доданої вартості
	Встановлення довгострокових контрактних відносин з посередниками	Підвищення стабільності функціонування підприємства і ефективності системи планування
	Відкриття регіональних представництв	Контроль за дотриманням вимог збереження і реалізації сиру. Вивчення потреб регіонального споживача.

Розв'язуючи задачу систематизації можливих варіантів стратегічної поведінки експортоорієнтованих виробників, ми використали критерій стратегічного орієнтира розвитку експортного потенціалу в проекції на моно(різно)-спрямованість географічних векторів його реалізації, в результаті чого отримали матрицю стратегій розвитку експортного потенціалу (рис.3.4).

При цьому ми спирались на ряд наступних принципових положень:

- слідування принципу узагальнення подібних (однорідних) елементів, оптимізації кількості суттєвих характеристик стратегій та формулювання їх у вигляді класифікаційних ознак;
- зважання як на кількість існуючих проявів окремої стратегії, так і на перспективність її використання;
- відсікання варіантів стратегій, що потребують таких специфічних умов реалізації, які можуть бути лише наслідком унікального збігу обставин і не піддаються керованому відтворенню;
- передбачення напрямків розвитку стратегії і моделювання характерних рис стратегії майбутнього.

	Моноспрямованість розвитку	Різнострахованість розвитку
Входження в експортний ринок	ПРОНИКНЕННЯ Вихід (перший) на зовнішній ринок	ПЕРЕОРІЄНТАЦІЯ Зміна вектору розвитку (перехід на інший ринок)
Розвиток присутності на зовнішньому ринку	РОЗГОРТАННЯ Розширення присутності на існуючому ринку	ПРИМНОЖЕННЯ Диверсифікація географії ринків

Рис. 3.4. Матриця стратегій розвитку експортного потенціалу

Зважаючи на наведені вище принципові умови і спираючись на проведені дослідження та узагальнення характерних проявів існуючих стратегій, було виділено чотири перспективних стратегії розвитку експортного потенціалу вітчизняних сироробних підприємств (рис. 3.4 та табл. 3.3): проникнення, розгортання, примноження та переорієнтації. Ключовою ознакою, за якою розрізняються стратегії, виступає мета розвитку експортного потенціалу.

Процедура вибору стратегії пов'язана з використанням „м'яких” критеріїв, оскільки особливості стратегічної поведінки складно описати кількісно. В якості таких критеріїв можуть використовуватись результати попереднього аналізу ринкових передумов вибору та можливостей реалізації стратегії, виходячи з особливостей діяльності конкретного підприємства. В табл. 3.4 нами приведено орієнтовний перелік узагальнених вимог до менеджменту підприємства та умов його експортної діяльності, які є сприятливими для реалізації того або іншого типу стратегії.

Таблиця 3.4

Передумови вибору пріоритетної стратегії розвитку експортного потенціалу

№	Стратегія	Основні ринкові передумови	Вимоги до менеджменту
	1	2	3
1	Проникнення	Порівняльно висока привабливість зовнішнього ринку: суттєві прибутки в цільовому сегменті, низькі бар'єри входження, прийнятний рівень конкуренції.	Володіння необхідною інформацією про цільовий ринок; досвід ефективного управління виробництвом і реалізацією перспективно експортної продукції на внутрішньому ринку.
2	Розгортання	Зростаючий ринок імпортера (напр.: зростання споживання продукту у зв'язку з підвищенням рівня добробуту населення); відкритість його локальних ринків, сприятлива політика оподаткування в регіонах країни-імпортера і т.д.	Досвід побудови мережі збуту, оперування значними обсягами продукту, управління процесами швидкого надходження сировини і вчасної реалізації продукції.

Продовж. табл. 3.4

	1	2	3
3	Примноження	Необхідність (можливість) балансування “портфелю” ринків різного ступеня зрілості з метою реалізації експортного потенціалу, представленого різними продуктами підприємства та/або диверсифікації зовнішньоекономічних ризиків.	Гнучкість при пристосуванні функцій менеджменту підприємства до умов різних ринків, знання їх підприємницької культури і особливостей попиту.
4	Переорієнтація	Низька прибутковість експортного ринку підприємства або поява бар’єрів ринкового або адміністративного характеру, що унеможливають подальший розвиток на конкретному ринку; потреба виходу з стагнуючого (або такого, на якому продукція підприємства не є конкурентоздатною) на ринок (в сегмент) з задовільними для підприємства умовами ефективності реалізації експортного потенціалу.	Високі вимоги до аналітичного обґрунтування переорієнтації експортної діяльності, здатність до перенавчання, можливі зміни у виробничо - технологічному менеджменті у відповідності з потребами виробництва продукції з

Розглядаючи перспективи використання зазначених стратегій в розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств в контексті умов зовнішнього середовища, що склалися на сьогодні, слід враховувати:

- ембарго на імпорт української м’ясо - молочної продукції Російською Федерацією, що зумовлює вимушений вибір стратегії переорієнтації переважною більшістю молокопереробних підприємств;
- слідувати стратегії розгортання на російському ринку залишається можливим лише для декількох українських виробників (вони не ввійшли до вибірки досліджуваних підприємств, зокрема, це ТОВ "Менський сир" та ТОВ "Миргородський СК"), що отримали спеціальний дозвіл за результатами огляду виробництва комісією російських експертів; неупередженість експертних висновків ставиться під сумнів аналітиками ринку продукції АПК;

Стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств

№ п/п	Критерій та ключові ознаки	Стратегія		
		Проникнення	Розгортання	Примноження
1	Мета розвитку експортного потенціалу	Вихід (перший) на зовнішній ринок	Розширення присутності на існуючому ринку	Диверсифікація географії ринків
2	Основні виробничі заходи	Управління якістю, «позиціонування якості» для ринку, сертифікація та стандартизація продукції	Наголос на розширенні виробництва: вирішення питань розвитку сировинної бази та нарощення потужностей	Врахування в технології виробництва специфічних умов вимог транспортування зберігання та реалізації сиру на конкретному ринку
3	Ключові маркетингові заходи	Ознайомча реклама, гнучкі ціни, активні маркетингові дослідження	Аналіз можливостей зниження ціни; акцент на управлінні каналами збуту	Увага до позиціонування продукції у відповідності з особливостями ринку
4	Фінансові аспекти діяльності підприємства, що потребують підвищеної уваги	Врахування особливостей митного і податкового супроводження експортних операцій, режиму оподаткування країни-реципієнта	Оптимальний розподіл ресурсів між задачами виробництва (на підприємстві) і реалізації (на ринку)	Компромісні рішення при розподілі фінансових ресурсів різними ринковими сегментами
5	Свідчення ефективності реалізації стратегії	Формування сталого попиту на продукцію підприємства на цільовому ринку	Максимізація частки цільового експортного ринку у визначених сегментах	Формування «портфелю» ринків заданими співвідношеннями-частками

- досвід, накопичений підприємствами при реалізації окремих елементів та неформалізованих завдань) проникнення на ринок Росії може бути корисним для обґрунтування і впровадження стратегії перекладу експортного потенціалу на інші ринки;
- стратегію примноження слід розглядати як перспективну лише в разі успішної реалізації вітчизняними підприємствами стратегії переорієнтації, а існуючі на сьогодні спроби експорту в незначних обсягах в окремі країни не засновані на обґрунтованих стратегічних перспективах і, як правило, є епізодичними (наприклад, експорт ВАТ „Шосткинський міськмолк” в другому півріччі 2006 р. до Ізраїлю та США склав 1,5 тис. т виробництва сиру).

Спираючись на вищевикладене, можна стверджувати, що перспективною стратегією розвитку експортного потенціалу в молокопереробних підприємств є стратегія переорієнтації. Принципом переорієнтації з найменшими витратами, на нашу думку, є спочатку попереднього та обраного в якості пріоритету майбутньої реалізації експортного потенціалу ринків. Вибір неспорідненого ринку пов'язаний з обмеженими ресурсів та часу на перепрофілювання потенціалу підприємств, що обов'язково виявиться ефективним.

З метою визначення перспективності різних географічних векторів реалізації та розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств проведемо експертну оцінку. Для цього визначимо основні характеристики експортного потенціалу національних виробників сиру (за мисливими досліджуваних підприємств) та співставимо їх з вимогами ринків, що імпортують сир. Для аналізу перспектив з-поміж основних ринків (див. рис.2.13) відібрано ті, що репрезентують різні географічні регіони: Австралія, США, ЄС, Японія, Єгипет, Мексика

**Спільність характеристик експортного потенціалу національних виробників сиру
та вимог основних ринків – імпортерів**

Основні характеристики експортного потенціалу національних виробників сиру	Відповідність вимогам основних ринків – імпортерів сиру					
	ЄС	США	Японія	Єгипет	Австралія	Мексика
Виробництво сиру, призначеного для подальшої обробки	+		+	+		+
Використання технології пастеризації					+	
Виробнича собівартість не нижче 5 дол. /кг (за даними на вересень 2007 р.)		+	+			
Виробництво сирів з незначним терміном визрівання	+		+	+		+
Сезонність виробництва (а саме: літній сезон „великого молока”)					+	
Відсутність відомих на світовому ринку торгових марок	+		+	+		+

Як свідчать результати дослідження (табл. 3.5), експортний потенціал молокопереробних підприємств повністю не задовольняє вимоги жодного з основних імпортоорієнтованих ринків. Особливо великий розрив існує з ринками США та Австралії. Тому на сьогодні можна говорити про пріоритет реалізації експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств на внутрішньому ринку, виходячи з наступних міркувань:

- найближчим за критерієм спорідненості серед всієї множини ринків до експортного російського є саме внутрішній ринок України;
- експортний потенціал вітчизняних молокопереробних підприємств деградує в разі його невикористання, і саме збільшення збуту на внутрішньому ринку є найбільш доступним для підприємств;
- вступ України до СОТ поставить українських виробників в умови міжнародної конкуренції на внутрішньому ринку, негативні наслідки якої в змозі попередити тільки відповідний розвиток експортного потенціалу підприємств.

Враховуючи результати проведеного аналізу, можемо зробити такі узагальнюючі висновки:

- стратегія переорієнтації експортного потенціалу на внутрішній ринок на сьогодні є єдиною можливою для вітчизняних молокопереробних підприємств і найвищі перспективи щодо нарощення збуту на внутрішньому ринку мають підприємства першої групи, враховуючи низький рівень їх експортоорієнтованості (див. табл. 2.5), найнижчі перспективи у підприємств третьої групи, оскільки вони мають порівняно низький потенціал (див. табл. 2.17) і діяльність їх була майже повністю експортоорієнтованою (наприклад, табл. 2.20);
- збут на внутрішньому ринку є вимушеним кроком та пов'язаний з необхідністю розбудови або переорієнтації каналів реалізації і супроводжується зростанням конкуренції в галузі, але період

реалізації експортного потенціалу молокопереробних підприємств на ринку України слід використати, в першу чергу, для приведення якісних характеристик потенціалу підприємств у відповідність з вимогами прогресивних ринків молокопродуктів, зокрема США та країн Євросоюзу.

Обґрунтована стратегія має знаходити відображення в тактиці, і моделювання наслідків реалізації стратегії на рівні окремих молокопереробних підприємств, з метою визначення ефективності тих або інших стратегічних кроків, залишається актуальним питанням подальшого дослідження.

3.2. Обґрунтування моделей розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств України

Обґрунтування моделей розвитку експортного потенціалу є елементом механізму управління ним та здійснюється в рамках обраної підприємством стратегії. Під моделлю ми розумітимемо абстрактний образ, що відображає основні риси розвитку експортного потенціалу та побудований з використанням процедур абстрагування та ідеалізації. Застосування моделей в управлінні експортним потенціалом підприємства покликане спростити прийняття рішень менеджерами, а значить зекономити час і інші ресурси, що в результаті підвищить ефективність діяльності підприємства в цілому.

В ході обґрунтування моделей розвитку експортного потенціалу ми притримуватимось наступної логічної послідовності:

- по-перше, визначимо об'єкт та задачі моделювання;
- по-друге, визначимо складові (параметри) моделей та можливі їх комбінації, що дозволить сформулювати сукупність моделей розвитку експортного потенціалу;
- по-третє, проаналізуємо моделі під кутом зору використання в управлінні розвитком експортного потенціалу молокопереробних підприємств України, визначимо можливості ефективного застосування визначених моделей в системі управління потенціалом;
- по-четверте, сформулюємо сукупність критеріїв контролю успішності використання моделі в системі управління розвитком молокопереробного підприємства.

Об'єктом моделювання є розвиток експортного потенціалу підприємства. Як зазначалось в підрозділі 3.1, під розвитком ми розумітимемо перманентний процес віднайдення просторово-часових координат (X,Y,Z,t) для засобів розвитку у відповідності з цілями соціально-економічної системи підприємства, при цьому має забезпечуватись принцип оптимальності сполучення цілей і засобів. Задачею моделювання виступає створення образу процесу розвитку експортного потенціалу за основними параметрами, означений образ має бути покладений в основу управління розвитком.

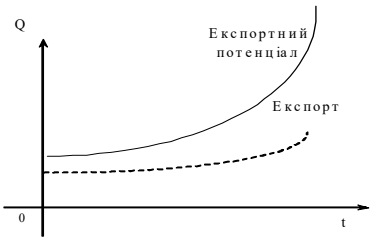
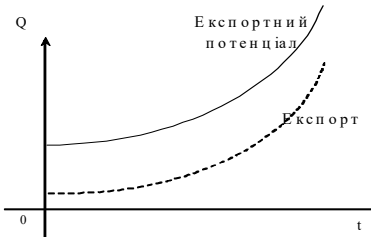
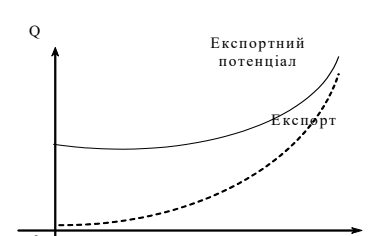
Напрямок майбутнього розвитку експортного потенціалу підприємства формується на основі осмислення його ретроспективних тенденцій під кутом зору прогнозованих змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства. Тому при виборі моделі розвитку експортного потенціалу на майбутнє слід виходити з необхідності компенсації негативних та посилення позитивних тенденцій.

Тому для формування перспективних моделей охарактеризуємо розвиток експортного потенціалу підприємств, враховуючи визначені в п. 2.3 функції розвитку за групами та тренд експорту продукції. Для цього введемо поняття „тип розвитку експортного потенціалу”, під яким будемо розуміти

співвідношення тенденцій розвитку та реалізації потенціалу (експорту). На основі аналізу зазначених тенденцій було ідентифіковано типи розвитку експортного потенціалу досліджуваних підприємств (результати представлено в табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Ідентифікація типів розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств

Група підприємств	Тренд розвитку експортного потенціалу та експорт продукції	Критерій належності до типу розвитку	Тип розвитку
I група: ТОВ „Виробниче об'єднання Моліс”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Молочник”		$\Delta f(\text{ЕПП}) > \Delta f(\text{Е})$	Випереджальний позитивний розвиток
II група: ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” ВАТ „Звенигородський сироробний завод”		$\Delta f(\text{ЕПП}) \approx \Delta f(\text{Е})$	Співмірний позитивний розвиток
III група: ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод” ВАТ „Вапнярський молокозавод”		$\Delta f(\text{ЕПП}) < \Delta f(\text{Е})$	Відстаючий переважно позитивний розвиток

Примітки: 1) $\Delta f(\text{ЕПП})$ – приріст експортного потенціалу підприємства

2) $\Delta f(\text{Е})$ – приріст експорту продукції

Як засвідчує табл. 3.5, найвищими перспективами подальшого розвитку характеризуються підприємства, функція розвитку експортного потенціалу яких має найвищу додатну кривизну (ТОВ „Виробниче об'єднання Моліс”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, ВАТ „Молочник”). З іншого боку, значний розрив між рівнем розвитку експортного потенціалу і реальним експортом свідчить про суттєві недоліки в системі управління потенціалом. Співмірністю нарощення експортного потенціалу та обсягів експорту характеризується розвиток ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” і ВАТ „Звенигородський сироробний завод”. Низька додатна кривизна функції розвитку експортного потенціалу в сполученні з високими темпами збільшення експорту (ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, ВАТ „Рожищенський сирзавод”, ВАТ „Вапнярський молокозавод”) свідчить про близькість потенціалу до вичерпання та необхідність вжиття кардинальних управлінських заходів щодо стимулювання його розвитку.

В табл. 3.5 представлено лише типи позитивного розвитку експортного потенціалу, характерні для досліджуваних підприємств. На практиці можлива „нульова” (відсутність розвитку) або негативна (регрес) тенденція розвитку потенціалу в сполученні з позитивною або спадаючою тенденцією експорту. Розгляд зазначених тенденцій, які не є характерними для сучасного розвитку молокопереробних підприємств України, ми залишимо поза межами дослідження як напрямок подальших наукових розробок.

Розвиток експортного потенціалу підприємства, на нашу думку, визначається наступними параметрами, які будуть покладені в основу його моделювання:

- вихідним розміром (В) і просторово-часовими координатами експортного потенціалу (графічно позначається точкою);
- імпульсом розвитку (І), який задається тенденціями експорту та експортного потенціалу в ретроспективі, що в сукупності

характеризують тип розвитку потенціалу (графічно позначається вектором);

- обмеженнями розвитку (О), що встановлюються на основі прогнозу майбутнього середовища функціонування підприємства (графічно представляються асимптотою);
- напрямком управління розвитком (Н), який визначається менеджментом підприємства (графічно - вектор);
- цільовим результатом (Ц), що характеризує розмір і просторово-часові координати майбутнього експортного потенціалу (графічно позначається точкою).

Враховуючі зазначені параметри, модель розвитку експортного потенціалу підприємства в загальному вигляді представлено на рис. 3.5.

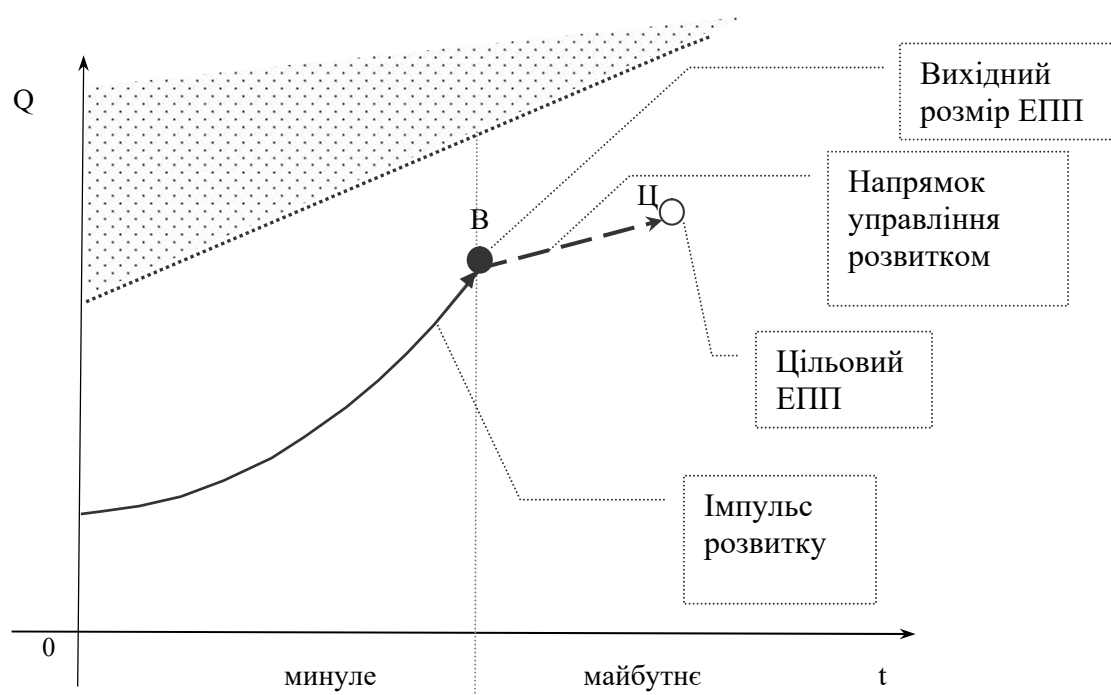


Рис. 3.5. Модель розвитку експортного потенціалу підприємства в загальному вигляді

На практиці можливі різні комбінації параметрів розвитку експортного потенціалу. Ми детально розглянемо саме ті, що є характерними для розвитку молокопереробних підприємств України.

Обмеження розвитку експортного потенціалу зі сторони споживання не слід вважати суттєвими, оскільки розміри ринку збуту є неспівставно більшими за виробничі можливості окремих виробників, а рівень концентрації в галузі в найближчі роки залишатиметься невисоким. Обмеження з боку можливостей виробництва є більш обґрунтованими і пов'язані з водомісткістю і матеріаломісткістю технологічних процесів, що стають критичними чинниками при нарощенні географічно локалізованого виробництва сиру. З огляду на особливості досліджуваних підприємств, шляхом подолання зазначених обмежень розвитку потенціалу великих виробників (а це підприємства першої і другої груп) може стати розміщення виробничих підрозділів в декількох (різних) географічних пунктах, що сприятиме покращенню водо- та сировинного забезпечення за умови незмінності інших факторів.

Імпульс розвитку і розміри експортного потенціалу в сукупності характеризують його інерцію. Використання інерції не завжди є доцільним з огляду на можливі зміни цілей підприємства, але збереження імпульсу розвитку є фактором економії витрат на управління потенціалом. З огляду на наведені в табл. 3.5 типи розвитку експортного потенціалу, можна відзначити односпрямованість імпульсів розвитку і реалізації потенціалу (співмірний розвиток) та їх різноспрямованість (випереджальний та відстаючий типи розвитку). В останньому випадку постає необхідність узгодження імпульсів, оскільки продовження існуючих тенденцій на майбутнє загрожуватиме низькою ефективністю або вичерпанням експортного потенціалу підприємств. Для цього ми пропонуємо скористатись векторною природою імпульсів розвитку, і узгодити їх шляхом додавання (як зазначалось вище, ми розглядаємо лише позитивний розвиток), результат може бути покладений в основу вибору напрямку управління розвитком.

Враховуючи зазначені особливості параметрів розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств за групами, можемо сформувати моделі їх розвитку.

Перспективну модель розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств, що ввійшли до першої групи, зображено на рис. 3.6. Необхідність компенсувати розвиток експортного потенціалу шляхом підвищення рівня його реалізації зумовлює зниження вектора розвитку. Відповідно, модель названо компенсаторною.

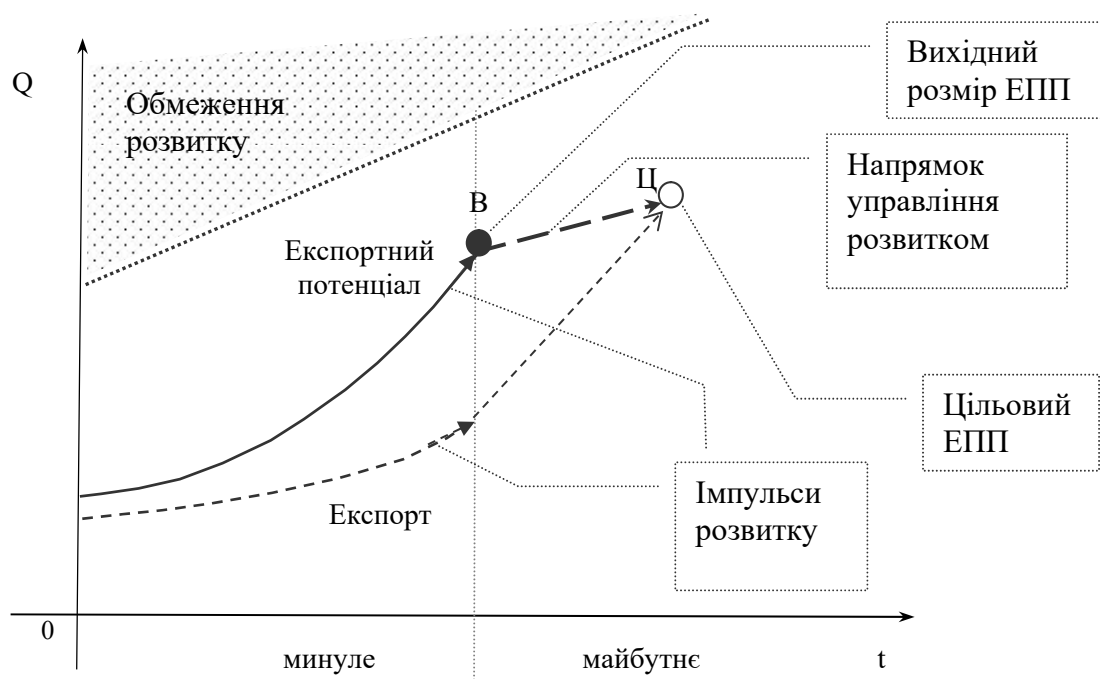


Рис. 3.6. Компенсаторна модель розвитку експортного потенціалу підприємства

Для другої групи підприємств (ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” та ВАТ „Звенигородський сироробний завод”) доцільно рекомендувати модель, засновану на використанні імпульсу попереднього розвитку в якості напрямку управління експортним потенціалом на майбутнє. Додаткові джерела ефективності використання потенціалу можуть бути

виявлені шляхом оптимізації його складових, відповідно, модель слід назвати оптимізуючою.

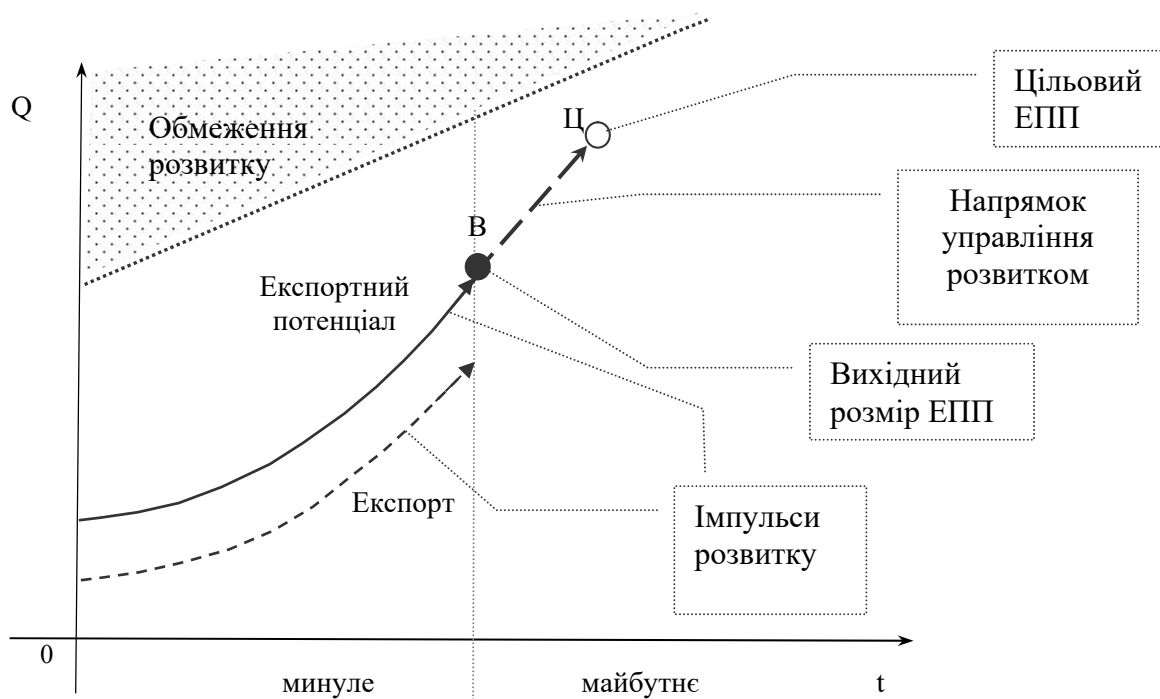


Рис. 3.7. Оптимізуюча модель розвитку експортного потенціалу підприємства

Розвиток експортного потенціалу третьої групи підприємств, як свідчать результати проведеного дослідження (див. табл. 3.5), потребує стимулювання, оскільки помітно відстає від тенденції нарощення експорту. Відповідно, вектор розвитку має змінитись, що засвідчує пропонована на рис.3.8 стимулююча модель.

Визначені перспективні моделі розвитку експортного потенціалу мають органічно вбудовуватись в систему управління ЕПП. Система управління розвитком експортного потенціалу підприємства, на нашу думку, являє собою сукупність взаємопов'язаних принципів і організаційно-економічних заходів та елементів ресурсного забезпечення, спрямованих на аналіз тенденцій розвитку

ЕПП в контексті зовнішнього середовища, визначення пріоритетних напрямків та реалізацію заходів з розвитку експортного потенціалу.

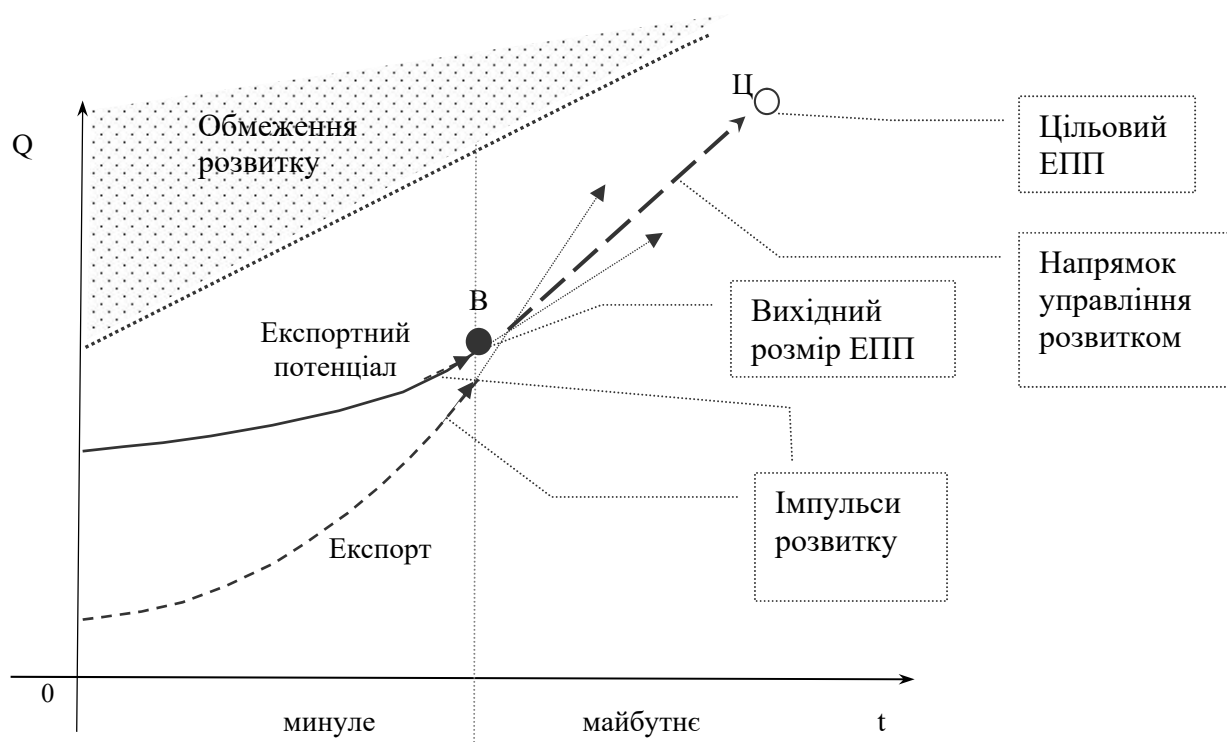


Рис. 3.8. Стимулююча модель розвитку експортного потенціалу підприємства

Як свідчить проведене дослідження, означена система на молокопереробних підприємствах існує фрагментарно, з чого випливає необхідність приділити увагу її місцю в забезпеченні розвитку експортного потенціалу підприємства, будові та процесу її формування.

В організаційному аспекті місце системи управління в забезпеченні розвитку експортного потенціалу обумовлюється рівнем експортоорієнтованості підприємства. Під експортоорієнтованістю ми розумітимемо використання в якості орієнтиру (і, відповідно, дотримання) цінових та якісних параметрів продукції, конкурентоспроможної на цільовому експортному ринку. З погляду експортоорієнтованості, можливі такі варіанти управління розвитком експортного потенціалу:

- для підприємства з високим рівнем експортоорієнтованості всі функції управління розвитком експортного потенціалу покладені на

відповідні ланки системи управління підприємством і практично невіддільні від останньої;

- для підприємства з невисоким рівнем експортоорієнтованості доцільним є створення окремого підрозділу з управління розвитком експортного потенціалу, який по мірі зростання потенціалу може бути ліквідований або функції його обмежуватимуться моніторингом та контролем розвитку і використання експортного потенціалу підприємства.

Як зазначалось нами в п.1.1, експортний потенціал підприємства включає внутрішній компонент (потенціал виробництва продукту) та зовнішні (потенціал споживання продукту цільовим зовнішнім ринком та регулювання міжнародного переміщення цього продукту). Вплив на зовнішню складову, враховуючи масштаби діяльності вітчизняних молокопереробних підприємств, не можна вважати суттєвим, тому управління цією складовою обмежується моніторингом з метою вчасної перебудови внутрішнього потенціалу у відповідь на виявлені можливості або загрози зовнішнього середовища.

Систему управління розвитком експортного потенціалу в загальному вигляді, спираючись на процесний підхід в управлінні, ми представили крізь призму основного процесу експортоорієнтованого підприємства, а саме випуску продукції. В процесі нами виділено чотири основних послідовно поєднаних складових: маркетинг, ресурсно-технічне забезпечення, виробництво та збут.

Пріоритетні моделі розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств реалізуються шляхом цілеспрямованого впливу на складові основного процесу: цільовим напрямком впливу в рамках компенсаторної моделі є маркетинг і збут продукції, стимулюючої - ресурсно-технічне забезпечення, а оптимізуючої – виробництво продукції (рис.3.9).

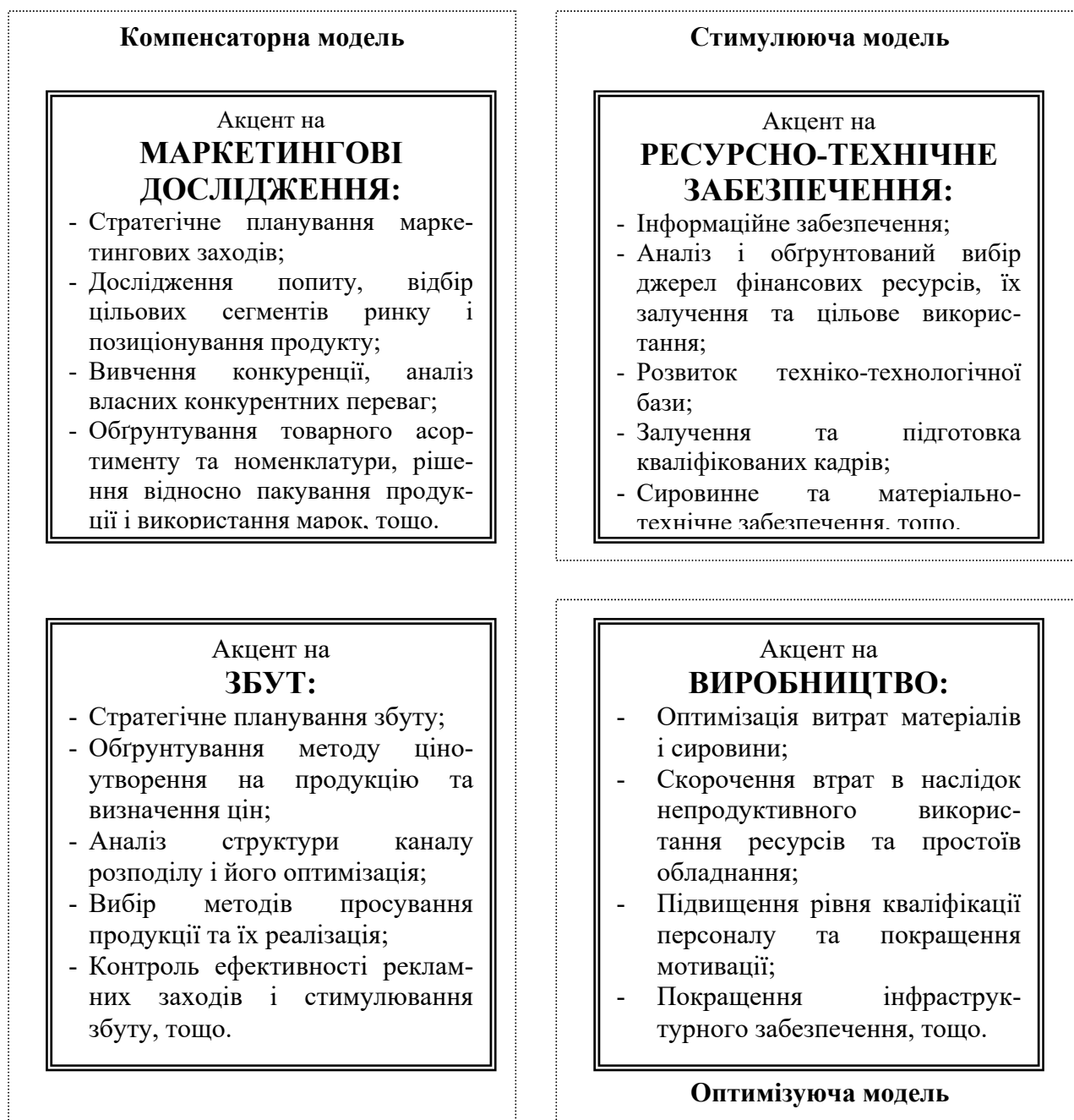


Рис. 3.9. Пріоритетні моделі розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств в системі управління ЕПП

Примітка:



зона реалізації пріоритетної моделі розвитку ЕПП в системі управління

Розвиток експортного потенціалу підприємства на основі пріоритетної моделі передбачає відповідні управлінські заходи, окремі з яких наведено на

рис. 3.9. Повний перелік заходів формується з урахуванням специфіки діяльності підприємства, і тому є індивідуальним.

У відповідності з визначеними моделями, процес управління розвитком експортного потенціалу підприємства має спиратись на принципи компенсації, оптимізації та стимулювання. Розкриємо ці принципи та визначимо перспективи (наслідки) їх дотримання в управлінні розвитком:

- Принцип компенсації: накопичений експортний потенціал є умовою нарощення обсягів експорту підприємством. Невикористання наявних можливостей з максимальною ефективністю здатне призвести до деградації системи експортного потенціалу.
- Принцип оптимізації: завжди існує найкраща комбінація ресурсів, факторів і умов діяльності підприємства, здатна забезпечити оптимальний розвиток його експортного потенціалу.
- Принцип стимулювання: успішний (прибутковий) експорт продукції підприємством створює умови для інвестування в нарощення його експортного потенціалу. Відсутність адекватних заходів з розвитку потенціалу в сполученні з посиленням його експлуатації здатні призвести до вичерпання потенціалу.

Система управління експортним потенціалом підприємства повинна ґрунтуватись на сполученні і використанні всіх наведених принципів, однак при реалізації компенсаторної, оптимізуючої чи стимулюючої моделі відповідний принцип має бути основним (рис. 3.10).

В якості критерію успішної реалізації моделі виступає досягнення в ході управління експортним потенціалом цільового результату, яким являється: для компенсаторної - зниження темпів розвитку ЕПП і підвищення рівня його реалізації; для оптимізуючої - підвищення ефективності використання факторів розвитку ЕПП, для стимулюючої - збільшення ЕПП при оптимальному сполученні факторів його розвитку.

Принципи	Критерії	Показники
Компенсаторна модель Принцип компенсації Накопичений експортний потенціал є умовою нарощення обсягів експорту підприємством	Зниження темпів розвитку ЕПП і підвищення рівня його реалізації	Коефіцієнти абсолютної та відносної ефективності використання потенціалу
Оптимізуюча модель Принцип оптимізації Завжди існує найкраща комбінація ресурсів, факторів і умов діяльності підприємства, здатна забезпечити оптимальний розвиток його експортного потенціалу	Підвищення ефективності використання факторів розвитку ЕПП	Коефіцієнт рентабельності експортного потенціалу підприємства
Стимулююча модель Принцип стимулювання Успішний (прибутковий) експорт продукції підприємством створює умови для інвестування в нарощення його експортного потенціалу	Збільшення ЕПП при оптимальному сполученні факторів його розвитку	Розмір та прирощення розміру експортного потенціалу

Рис. 3.10. Принципи, критерії та показники ефективності управління розвитком експортного потенціалу молокопереробних підприємств

В якості узагальнюючих показників ефективності розвитку ЕПП у відповідності до визначених перспективних моделей доцільно застосовувати коефіцієнти абсолютної та відносної ефективності використання ЕПП,

коефіцієнт рентабельності ЕПП (технологію обрахунку коефіцієнтів запропоновано на с. 160 дисертації), розмір та прирошення розміру ЕПП. Узагальнюючі показники мають використовуватись в поєднанні з частковими, сукупність яких формується індивідуально для конкретного підприємства в цілях контролю успішності саме тих управлінських заходів, які будуть впроваджені на підприємстві. Орієнтовний перелік часткових показників ефективності управлінських заходів у відповідності з пріоритетною моделлю розвитку експортного потенціалу подано в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Показники ефективності управлінських заходів у відповідності з пріоритетною моделлю розвитку експортного потенціалу

Пріоритетна модель	Показники ефективності управлінських заходів	
	Узагальнюючий	Часткові
Компенсаторна модель	Рівень використання ЕПП	- показники збуту: обсяги збуту в натуральному і грошовому вимірі, структура збуту, співвідношення обсягів реалізації та виробництва; - показники, що характеризують ринкову позицію: частка ринку, зміна ринкової частки (абсолютна та в співвідношенні з темпами росту/скорочення ринку); - показники, що характеризують успішність просування продукції: витрати на рекламу, показники ефективності рекламних заходів; - тощо
Оптимізуюча модель	Рентабельність ЕПП	- показники, що характеризують витрати: собівартість продукції, зміна собівартості під впливом окремих факторів; - показники, що характеризують ефективність використання факторів: прирошення продуктивності праці, фондівіддачі, рентабельності капіталу, рентабельності продукції; - тощо.
Стимулююча модель	Розмір ЕПП	- показники залучення капіталу в розвиток ЕПП та його використання; - показники вартості, структури та оновлення основних фондів; - показники, що характеризують забезпечення трудовими ресурсами: кількість працюючих, рівень кваліфікації персоналу; тощо

Слід відзначити, що доцільною може бути комбінація моделей в системі управління для різних напрямків розвитку експортного потенціалу одного підприємства. При цьому слід враховувати можливість отримання додатнього синергійного ефекту в управлінні в разі використання моделей з близькими векторами розвитку та від'ємного, якщо вектори розвитку будуть протилежно спрямовані.

Логічна послідовність зміни моделей в системі управління потенціалом протягом життєвого циклу підприємства являється ланцюжком „компенсаторна – оптимізуєча – стимулюєча модель”, що впливає з дотримання визначених нами принципів компенсації, оптимізації та стимулювання. Циклічність розвитку експортного потенціалу підприємства передбачає можливість продовження циклу шляхом позиціонування продукту підприємства на тому експортному ринку, де він виявиться „молодшим” (див. табл. 1.8) та повторення циклів в разі успішного оновлення стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства.

На користь зазначеної послідовної зміни моделей в управлінні експортним потенціалом свідчить і економічний Закон спадної віддачі. У відповідності з ним, зі збільшенням розміру потенціалу заходи щодо подальшого його нарощення потребують все більшого ступеня обґрунтованості, а управлінський акцент зі збільшення потенціалу має зміщуватись на розробку і впровадження заходів щодо покращення його використання.

Враховуючи закон спадної віддачі економічних ресурсів та концепцію життєвого циклу потенціалу, можемо сформулювати обмеження щодо вбору компенсаторної, оптимізуєчої або стимулюєчої моделі в якості пріоритетної:

- моделі призначені для розвитку експортного потенціалу підприємств, ретроспективні тенденції яких мають чітко виражений характер і можуть бути віднесені до одного з

визначених нами типів розвитку; в разі, якщо тип розвитку не можна ідентифікувати на основі ретроспективного аналізу, застосування моделей має обмежуватись окремими управлінськими заходами в загальній системі управління потенціалом, при цьому для контролю можуть використовуватись рекомендовані узагальнюючі показники ефективності розвитку експортного потенціалу;

- відсутність можливості вірного прогнозування зовнішнього середовища, що пов'язана в першу чергу з нестабільністю ринків та державних регуляторних заходів, підвищує ризик подальшого нарощення потенціалу і тим самим накладає обмеження на застосування стимулюючої моделі;
- обмеження щодо можливостей залучення додаткових факторів та ресурсів для розвитку експортного потенціалу (для молокопереробних підприємств це, в першу чергу, сировинне обмеження) стають особливо актуальними для великих підприємств, що знижує актуальність для них стимулюючої моделі;
- сезонність молокопереробної галузі передбачає необхідність існування резервів потенціалу задля збільшення виробництва продукції влітку; і, в особливості, компенсаторна модель (оскільки вона спрямована на забезпечення більш високого рівня використання потенціалу) має враховувати такі резерви;
- моделі призначені для використання підприємствами, які вже пройшли стадію становлення експортного потенціалу, тобто вже мають певний потенціал і використовують його;
- в разі, якщо підприємство (або його окремий бізнес-напрямок) знаходиться тільки на стадії становлення і модель розвитку його експортного потенціалу неможливо ідентифікувати через

відсутність власного імпульсу розвитку, його можна змодельовати на основі аналізу діяльності іншого підприємства з порівняльними параметрами, прийнявши відповідні поправки.

Постійне відслідковування тенденцій і вчасна корекція або зміна моделі здатні попередити непродуктивне використання зусиль підприємства з розвитку власного експортного потенціалу.

3.3. Передумови та ефективність впровадження моделей розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств

Використання обґрунтованих моделей розвитку експортного потенціалу в практиці господарювання молокопереробних підприємств має на меті підвищення ефективності їх діяльності. Досягнення означеної мети обумовлюється можливостями адекватного ресурсного забезпечення розвитку потенціалу та оптимального використання ресурсів.

Успішному управлінню розвитком експортного потенціалу підприємств на основі реалізації перспективних моделей сприятиме побудова прогнозу основних показників, серед яких розмір експортного потенціалу та показники його використання.

В ході розрахунку прогнозної величини експортного потенціалу було прийнято наступні обмеження:

- враховуючи, що протягом 2006 р. експортний потенціал молокопереробних підприємств залишився практично незмінним (в наслідок

впровадження ембарго не імпорту сиру Росією підприємства призупинили нарощення потужностей, а виробництво сиру скоротилось в порівнянні з 2005 р. на 21%), в якості відправного доцільно використати величину потенціалу, сформованого на початок 2006 р.;

- враховуючи стабілізацію розвитку підприємств протягом 2006 року, є об'єктивні причини для побудови перспективних моделей на основі імпульсів розвитку експортного потенціалу, визначених на основі тенденцій 2002 – 2005 рр.;

- з метою зниження похибки, що прогресує з розширенням горизонту планування в наслідок обмеженої прогнозованості майбутнього, доцільно обмежити розрахунки 2008 роком.

Технологія використання обраної моделі для обрахунку величини майбутнього експортного потенціалу спирається на визначення його імпульсу розвитку; останній, як зазначалось в п.3.2, в разі рекомендації підприємству оптимізуючої моделі - має бути збережений, компенсаторної – встановлюється на рівні імпульсу експорту, стимулюючої – визначається на основі додавання імпульсів розвитку експортного потенціалу та експорту. Враховуючи означене методичне положення, було визначено прогнозований темп розвитку потенціалу (розрахунки подано в Додатку Д, табл. 2).

Отриманий темп розвитку є порівняно вищим для підприємств першої та третьої груп, при цьому особливо виділяються ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” та ВАТ „Красноградський маслосирзавод”, що отримали оцінки на рівні 161 і 183% щорічного приросту. Використання таких високих темпів в прогнозуванні потребує додаткової уваги до можливостей ресурсного їх забезпечення.

Спрогнозований темп розвитку було покладено в основу розрахунку перспективної величини потенціалу (табл. 3.7). Прогноз побудовано з використанням натуральних одиниць, а саме обсягів потенційного виробництва продукції в тонах. Вибір потужнісної оцінки потенціалу в

даному випадку зумовлений необхідністю обґрунтування можливостей сировинного забезпечення розвитку на основі запропонованих перспективних моделей.

Таблиця 3.7

Прогнозні розміри експортного потенціалу молокопереробних підприємств на 2007 – 2008 рр. в результаті впровадження перспективних моделей

Модель / Підприємство / Група		Прогнозований темп	Розмір ЕПП, тонн	
			2007 р.	2008 р.
Компенсаторна модель	ВАТ „Молочник”	1,40	23115,16	32304,15
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	2,61	40946,25	106993,94
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	1,63	20118,55	32795,00
	СЕРЕДНЯ ПО 1 ГРУПІ	1,82	27033,84	49210,71
Оптимізує модель	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	1,51	18953,84	28648,17
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	1,18	8489,34	10055,67
	СЕРЕДНЯ ПО 2 ГРУПІ	1,37	13531,49	18581,40
Стимулює модель	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	2,83	16385,16	46376,48
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	1,61	9715,71	15669,83
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	2,04	10409,66	21234,79
	СЕРЕДНЯ ПО 3 ГРУПІ	1,90	10713,07	20352,87

Згідно з даними табл. 3.7, максимальним експортним потенціалом на 2008 р. серед досліджуваних молокопереробних володітиме ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” (приблизно 107 тис. тонн сиру на рік), найменшим ВАТ „Рожищенський сирзавод” та ВАТ „Звенигородський сироробний завод” з показниками 15,7 та 10 тис. тонн відповідно.

Розвиток експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств, як вже зазначалось, вимагає розв’язання проблеми забезпечення підприємств якісною сировиною – молоком. З метою

визначення умов успішного впровадження перспективних моделей, з огляду на сировинний фактор, нами було поставлено і вирішено такі завдання, як:

- розрахунок потреби в сировині, виходячи з наявних потужностей підприємств та з врахуванням вибору перспективної моделі розвитку експортного потенціалу;
- визначення можливих шляхів забезпечення сировиною потрібної якості в необхідній кількості для досліджуваних підприємств;
- обґрунтований вибір пріоритетного напрямку сировинного забезпечення розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств.

В ході розрахунку потреби в сировині за відправні було прийнято наступні положення:

- середнє співвідношення сировини (молока) до випуску готової продукції (сиру) складає від 10:1 до 13:1, на матеріаломісткість впливає рівень харчової цінності конкретних видів сиру в асортименті виробника; враховуючи це, потребу в сировині слід визначати не як єдино правильне значення, а як діапазон „мінімальна - максимальна” потреба;
- враховуючи географічне розташування молокопереробних підприємств в різних кліматичних зонах (поліській, лісостеповій та степовій), що впливає на вміст в молоці білку і жиру і, відповідно, на питомі витрати молока на 1 тонну сиру, приймемо для виробників поліської зони коефіцієнт поправки на рівні 1,15, що дозволить нівелювати вплив природно - кліматичного фактору на якість сировини;
- вважатимемо, що сезонні коливання якості молока не піддаються точному обрахунку внаслідок: по-перше, принципово різних умов пасовищного та стійлового утримання корів в різних господарствах, по-друге, лише відносній зміні якості, оскільки „літнє” молоко більш

- багате на білок, тоді як жирність молока порівняно вища взимку; тому застосовувати поправки при обрахунку потреби в молоці з огляду на фактор сезонності не вважаємо методично обґрунтованим;
- потреба в сировині як така розраховується, виходячи з необхідності забезпечення розвитку експортного потенціалу підприємства, і тому не повинна враховувати (на даному етапі розрахунків) транспортні, фінансові, організаційні обмеження як критичні.

Враховуючи зазначені положення, було обчислено потребу в сировині для забезпечення розвитку експортного потенціалу підприємств на 2007 р. (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Розрахунок потреби в сировині для забезпечення розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств у відповідності з перспективною моделлю на 2007 р., тонн

№ з/п	Підприємство	Прогнозний розмір потенціалу	Потреба в сировині при витратах 10:1	Потреба в сировині при витратах 13:1
1	ВАТ „Молочник”	23 115,16	265 824,34 *	345 571,64 *
2	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	40 946,25	409 462,46	532 301,20
3	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	20 118,55	201 185,47	261 541,11
4	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	18 953,84	217 969,17 *	283 359,92 *
5	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	8 489,34	84 893,45	110 361,48
6	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	16 385,16	163 851,60	213 007,07
7	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	9 715,71	111 730,69 *	145 249,89 *
8	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	10 409,66	104 096,65	135 325,64

Примітка: * - з врахуванням поправки 1,15 на розміщення в зоні Полісся

Аналіз отриманих в табл. 3.8 результатів дозволяє зробити висновок щодо існування значного діапазону потреби в сировині серед досліджуваних підприємств: від 84 893,45 (ВАТ „Звенигородський сироробний завод”) до 532 301,20 тонн молока на рік (ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”). На сьогодні молокопереробні підприємства покривають потребу в сировині майже виключно шляхом заготівлі його у сільгоспвиробників, що, на нашу думку, обмежить ефективність застосування перспективних моделей розвитку експортного потенціалу.

Умовою, що сприятиме ефективному використанню пропонованих моделей в управлінні, на нашу думку, є створення виробничо – переробних кластерів. Під кластером ми будемо розуміти агломерацію взаємопов’язаних виробників і переробників молока на певній території. Порівняти перспективну кластерну і існуючу на сьогодні точкову форми співпраці в галузі виробництва і переробки молока дозволяє рис. 3.11.

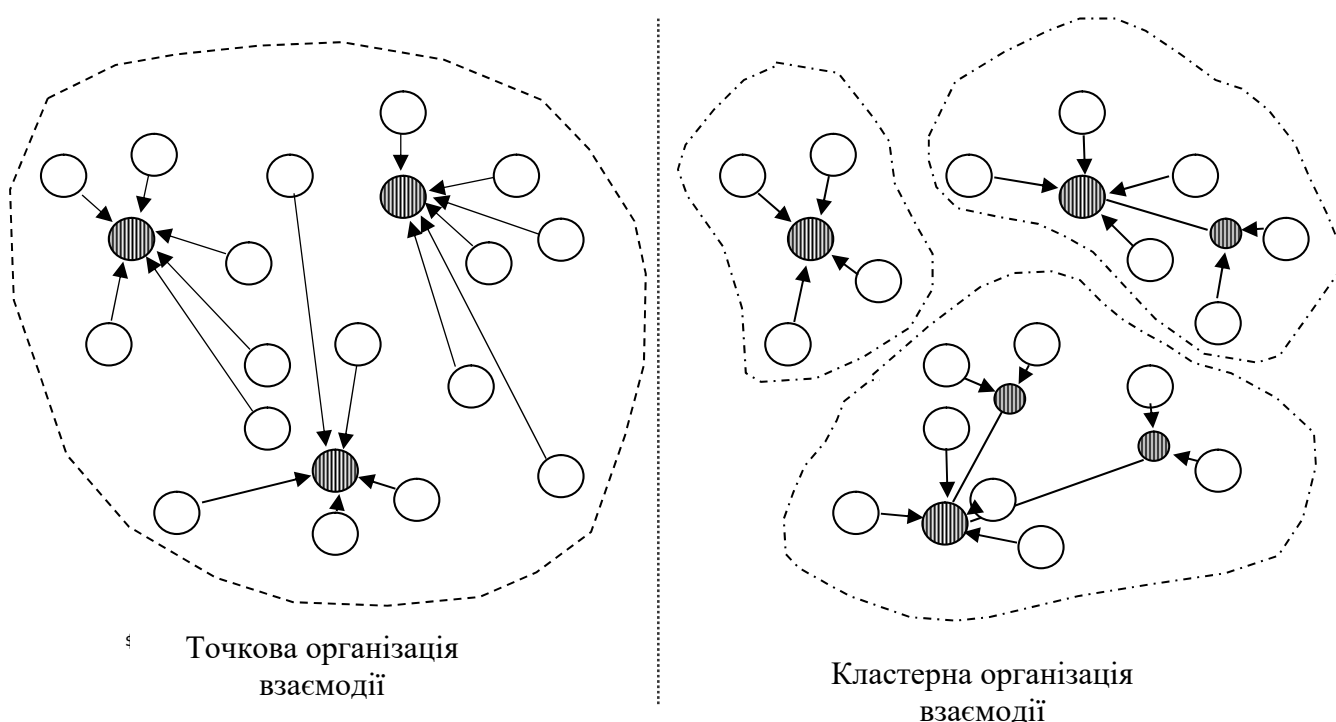


Рис. 3.11. Точкова та кластерна організація взаємодії виробників та переробників молока

Умовні позначення ○ - виробник молока

● - переробник молока

○ - межі території

○ - межі кластеру

На користь створення виробничо-переробних кластерів в галузі свідчить світова тенденція розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств, означена нами як „поліос оригінальності” (див. підрозділ 2.1). Експортний потенціал елітного сиру на світовому ринку на сьогодні забезпечується збереженням особливостей не лише країни, а місцевості його виробництва. Таким чином, сир, виготовлений на Поліссі, Поділлі, Буковині або на Півдні України за умови максимального збереження місцевих якісних характеристик молока і підкріплення відповідною торговою маркою, на нашу думку, відповідатиме ключовій вимозі високоприбуткового сегменту світового ринку – вимозі оригінальності. Функція кластеру полягатиме і в протидії усередненню якісних особливостей молока, яке на сьогодні має місце, оскільки різні молокопереробні підприємства заготовляють його в спільних сировинних зонах, транспортуючи на відстань до 600 км. Як наслідок, створення кластеру сприятиме і скороченню транспортних витрат.

Розглядаючи кластер як форму інтеграції виробників молока і молокопереробних підприємств, слід відзначити можливість його створення як на виробничій, так і на організаційній основі. Переваги і обмеження організаційної та виробничої інтеграції в рамках кластеру під кутом зору можливостей досліджуваних підприємств представлено в табл. 3.9.

Враховуючи результати проведеного аналізу, можна рекомендувати створення кластерів на виробничій основі для підприємств першої групи, в особливості для ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, кластерів на організаційній основі – для ВАТ „Звенигородський сироробний завод” та підприємств третьої групи. ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, враховуючи помірні темпи його розвитку у відповідності з пропонованою оптимізуючою моделлю, може деякий час використовувати організаційну форму інтеграції, але вона має вчасно змінитись виробничою, щоб запобігти обмеженню розвитку його експортного потенціалу.

Таблиця 3.9

Переваги, недоліки і можливості використання молокопереробними підприємствами організаційної та виробничої форми інтеграції

Переваги / Недоліки / Можливості	Організаційна інтеграція	Виробнича інтеграція
1	2	3
Переваги даної форми інтеграції	- Порівняно низькі витрати, пов'язані зі зміцненням контрактних відносин, зокрема, на умовах забезпечення сільгоспвиробників паливно – мастильними матеріалами, кредитування тощо; - Можливість швидкого розширення сировинної бази за рахунок залучення до співпраці сільгоспвиробників молока.	- Отримання додаткових прибутків за рахунок об'єднання виробництва і переробки, можливість отримання конкурентних переваг від зниження собівартості продукції; - Повний контроль над якістю молока, забезпечення умов для проходження міжнародної атестації підприємств-експортерів
Недоліки даної форми інтеграції	- Порівняно слабкість зв'язків між виробником і переробником, що створює ризик розірвання співпраці або загрозу скорочення виробництва молока сільгоспвиробником; - Відсутність гарантій щодо якості молока та обмежене гарантування його кількості.	- Висока вартість розвитку сировинної бази, потреба в залученні кредитних або інвестиційних ресурсів; - Існування значного часового лагу між інвестуванням у створення власного стада та отриманням молока в необхідній кількості.
Можливості використання молокопереробними підприємствами	- 1 група: низькі можливості, оскільки розпорошена сировинна база і ризики нестабільності надходження молока не дозволяють забезпечити необхідні темпи розвитку експортного потенціалу; - 2 група: середні можливості у ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, з огляду на розташування в зоні з порівняно низькою щільністю виробництва молока; високі для ВАТ „Звенигородський сироробний завод”; - 3 група: середні можливості, враховуючи високі темпи розвитку підприємств.	- 1 група: високі можливості, враховуючи обсяги капіталу підприємств та наявність, зокрема у ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”, перших ознак започаткування кластеру на основі виробничої інтеграції; - 2 група: середні можливості для ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”, зважаючи на відсутність досвіду, та низькі у ВАТ „Звенигородський сироробний завод”, враховуючи його порівняно невисокі обсяги діяльності; - 3 група: низькі можливості, зважаючи на брак вільного капіталу у підприємств.

Успішне вирішення проблеми сировинного забезпечення розвитку експортного потенціалу є передумовою для подальшого ресурсного обґрунтування і впровадження перспективних моделей. З цією метою доцільно використовувати запропоновані нами на с. 156 – 163 дисертації емпіричні функції, що дають змогу визначити вплив залучених факторів, а саме: обсягів інвестованого капіталу (ІК), середньорічної вартості основних фондів (ОФ) та чисельності персоналу (ЧП) на величину експортного потенціалу за групами молокопереробних підприємств.

Тобто, для забезпечення прогнозного розміру експортного потенціалу підприємств (розрахунки наведено в табл. 3 Додатку Д) слід враховувати, що розвиток факторів експортного потенціалу за групами підприємств підпорядковується такій залежності:

для 1 групи: $ЕПП = 76,26 + 10,72 \cdot ІК - 12,75 \cdot ОФ - 68,31 \cdot ЧП$;

для 2 групи: $ЕПП = 5,58 - 0,54 \cdot ІК + 5,46 \cdot ОФ - 0,34 \cdot ЧП$;

для 3 групи: $ЕПП = -23,19 + 3,10 \cdot ІК + 1,35 \cdot ОФ + 34,75 \cdot ЧП$.

На основі факторного аналізу можемо визначити відносну потребу в додатковому залученні ресурсів для розвитку експортного потенціалу на 2007 р. Відносність в даному випадку є результатом використання методичного прийому елімінування впливу решти факторів. Для розрахунків використовуються відповідні дані за підприємствами, наведені в підрозділі 2.2 дисертації, результати факторного аналізу за групами узагальнено в таблиці 3.10.

Спираючись на отримані результати, можна відзначити, що критичним фактором впровадження стимулюючої моделі для 3 групи підприємств, враховуючи наявні на 2006 р. ресурси, є пошук і залучення капіталу для оновлення основних фондів. Для впровадження оптимізуючої моделі підприємствам 2 групи також слід залучати додаткові фінансові ресурси, але спрямовуватимуться вони в першу чергу не на оновлення виробничих потужностей, а на поповнення оборотного капіталу.

Таблиця 3.10

**Потреба в додатковому залученні факторів виробництва з метою
успішної реалізації пропонованих моделей розвитку експортного
потенціалу молокопереробних підприємств у 2007 р.**

Модель / Група	Прогнозна величина ЕПП, млн. грн.	Додаткова потреба в ресурсах		
		Інвестований капітал, тис. грн.	Основні фонди, тис. грн.	Чисельність персоналу, осіб
Компенсаторна модель / 1 група	473,43	97349,34	X	X
		X	267320,14	X
		X	X	36080
Оптимізуюча модель / 2 група	267,06	93937,18	X	X
		X	41560,03	X
		X	X	11340
Стимулююча модель / 3 група	150,21	30214,23	X	X
		X	90450,67	X
		X	X	3457

Примітка: X – потреба в ресурсі є незмінною

Впровадження моделей в практику пов'язане з необхідністю контролю рівня використання залучених факторів і його впливу на узагальнюючий показник розвитку ЕПП. З метою покращення контролю часткових і узагальнюючого показників може бути використана отримана нами на основі аналізу емпіричних даних функціональна залежність рентабельності розвитку експортного потенціалу ($K_{\text{рентаб.ЕПП}}$) від рентабельності капіталу (РК), продуктивності праці (ПП) та фондівіддачі (Ф) за групами підприємств, яка має такий вигляд:

для 1 групи: $K_{\text{рентаб.ЕПП}} = 14,46 - 0,048 \cdot \text{ПП} + 0,047 \cdot \text{ФВ} + 1,87 \cdot \text{РК};$

для 2 групи: $K_{\text{рентаб.ЕПП}} = -30,97 - 0,114 \cdot \text{ПП} - 49,6 \cdot \text{ФВ} + 22,29 \cdot \text{РК};$

для 3 групи: $K_{\text{рентаб.ЕПП}} = -0,29 - 0,041 \cdot \text{ПП} + 0,92 \cdot \text{ФВ} + 0,53 \cdot \text{РК}.$

Усвідомлюючи ймовірність похибки, зумовленої впливом обмеженої передбачуваності майбутнього, в особливості зміни цінового фактору, ми спробували побудувати прогностні узагальнюючі показники ефективності впровадження молокопереробними підприємствами перспективних моделей розвитку експортного потенціалу (розрахунки подано в Додатку Д, табл. 3 та табл. 4), результати розрахунків узагальнено в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

**Прогностні узагальнюючі показники розвитку експортного потенціалу
молокопереробних підприємств**

Показник / Підприємство / Група		2007 р.		2008 р.	
Компенсаторна модель	Коефіцієнти абсолютної (К1) та відносної (К2) ефективності використання експортного потенціалу	K1	K2	K1	K2
	ВАТ „Молочник”	0,13	0,17	0,15	0,20
	ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат”	0,52	0,53	0,54	0,55
	ТОВ „Виробниче об’єднання „Моліс”	0,20	0,28	0,27	0,37
	СЕРЕДНЯ ПО 1 ГРУПІ	0,28	0,32	0,33	0,37
Оптимізує модель	Коефіцієнт рентабельності експортного потенціалу (К3)	K3		K3	
	ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат”	0,0682		0,0715	
	ВАТ „Звенигородський сироробний завод”	0,0735		0,0794	
	СЕРЕДНЯ ПО 2 ГРУПІ	0,0703		0,0742	
Стимулює модель	Розмір (Р) та прирощення розміру (ΔР) експортного потенціалу, млн. грн.	P	ΔP	P	ΔP
	ВАТ „Красноградський маслосирзавод”	396,24	150,25	598,32	425,22
	ВАТ „Рожищенський сирзавод”	150,41	51,64	177,48	83,14
	ВАТ „Вапнярський молокозавод”	267,06	73,24	365,88	149,41
	СЕРЕДНЯ ПО 3 ГРУПІ	232,36	71,15	657,57	135,19

Прогностні показники, наведені в табл. 3.11, отримані з прийняттям окремих методичних обмежень, що є необхідними з огляду на фактор обмеженої прогнозованості зовнішнього середовища молокопереробних підприємств.

Висновки до розділу 3

За результатами моделювання розвитку експортного потенціалу підприємств” можна зробити наступні висновки:

1. Проведені дослідження та узагальнення характерних проявів існуючих стратегій дозволили запропонувати чотири перспективних стратегії розвитку експортного потенціалу підприємств: проникнення, розгортання, примноження та переорієнтація. Визначено, що для вітчизняних молокопереробних підприємств на сьогодні актуальна стратегія переорієнтації.

2. Запропоновано поняття „тип розвитку експортного потенціалу”, під яким слідє розуміти співвідношення тенденцій розвитку та реалізації потенціалу (експорту). На основі аналізу розвитку молокопереробних підприємств ідентифіковано типи розвитку експортного потенціалу: випереджальний, співмірний та відстаючий.

3. Визначено, що в основу моделювання розвитку експортного потенціалу підприємства слід покласти наступні параметри: вихідний розмір (В), імпульс розвитку (І), який задається тенденціями експорту та експортного потенціалу в ретроспективі, обмеження розвитку (О), що встановлюються на основі прогнозу майбутнього середовища функціонування підприємства, напрямок управління розвитком (Н), який визначається менеджментом підприємства, цільовий результат (Ц), що характеризує розмір і просторово-часові координати майбутнього експортного потенціалу.

4. Запропоновано наступні моделі розвитку експортного потенціалу: для ТОВ „Виробниче об’єднання Моліс”, ВАТ „Світловодський маслоробний комбінат” ВАТ „Молочник” - компенсаторну модель; для ВАТ „Шосткинський міськмолкомбінат” ВАТ „Звенигородський сироробний завод” – оптимізуючу модель; для ВАТ „Красноградський маслосирзавод”,

ВАТ „Рожищенський сирзавод” і ВАТ „Вапнярський молокозавод” – стимулюючу модель.

5. Пріоритетні моделі розвитку експортного потенціалу молокопереробних підприємств реалізуються шляхом цілеспрямованого впливу на складові основного процесу: цільовим напрямком впливу в рамках компенсаторної моделі є маркетинг і збут продукції, стимулюючої – ресурсно-технічне забезпечення, а оптимізуючої – виробництво продукції.

6. У відповідності з визначеними моделями, процес управління розвитком експортного потенціалу підприємства має спиратись на принципи компенсації, оптимізації та стимулювання. Принцип компенсації: накопичений експортний потенціал є умовою нарощення обсягів експорту підприємством. Принцип оптимізації: завжди існує найкраща комбінація ресурсів, факторів і умов діяльності підприємства, здатна забезпечити оптимальний розвиток його експортного потенціалу. Принцип стимулювання: успішний експорт продукції підприємством створює умови для інвестування в нарощення його експортного потенціалу.

7. В якості узагальнюючих показників ефективності розвитку ЕПП у відповідності до визначених перспективних моделей запропоновано використовувати коефіцієнти абсолютної та відносної ефективності використання ЕПП, коефіцієнт рентабельності ЕПП, розмір та прирощення розміру ЕПП.

8. В ході реалізації перспективних моделей розвитку експортного потенціалу переваги мають ті молокопереробні підприємства, в структурі яких наявні ознаки започаткування виробничо-переробного кластеру, застосовуються високоточні системи контролю якості молока, проводиться технологічне переоснащення виробництва.

Основні результати моделювання процесів розвитку експортного потенціалу вітчизняних молокопереробних підприємств знайшли відображення в публікаціях [118, 119, 125]

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі проведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання обґрунтування методичних і прикладних аспектів розвитку експортного потенціалу підприємств. Основні науково-практичні результати дослідження дозволили зробити наступні висновки:

1. Питання теоретичного, методологічного і прикладного характеру, які стосуються процесів розвитку експортного потенціалу промислових підприємств, в недостатній мірі опрацьовані та висвітлені в економічній літературі, зокрема відсутня структуризація і системний підхід до діагностування рівня розвитку експортного потенціалу підприємства, недостатня увага приділяється удосконаленню моделей управління та розвитку. Існує також необхідність визначення системних елементів експортного потенціалу, на які повинна спрямовуватись стратегія розвитку потенціалу окремого підприємства.

2. Враховуючи трансформацію теорії управління потенціалом в контексті тенденцій розвитку світової економіки, під експортним потенціалом підприємства слід розуміти його здатність до розвитку на світовому ринку через зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності при оптимальному використанні внутрішнього і зовнішнього економічного потенціалу.

3. Експортний потенціал не являється суто внутрішньою характеристикою підприємства, до його структури необхідно включати компоненти потенціалу виробництва продукту виробником, потенціалу споживання цього продукту цільовим експортним ринком і потенціалу

нормативно-правового регулювання переміщення продукту від виробника до закордонного споживача.

4. Структура експортного потенціалу справляє безпосередній вплив на основні результуючі показники діяльності підприємства, його конкурентоспроможність. Тобто, стабільний фінансово-економічний стан являється передумовою забезпечення розвитку експортного потенціалу, а рівень розвитку потенціалу, в свою чергу, визначає можливості ефективної діяльності. Цей принцип було покладено в основу запропонованих способів покращення результативності діяльності підприємств, в залежності від співвідношення розрахованих узагальнюючих показників оцінки рівня розвитку експортного потенціалу.

5. Система управління розвитком експортного потенціалу має власні принципи функціонування, виконує відповідні функції і займає ключову позицію в загальній системі стратегічного управління експортоорієнтованим підприємством. З цієї точки зору, визначено етапи процесу формування даної системи, організаційні та економічні елементи якої мають на меті підвищення рівня ефективності використання експортного потенціалу підприємства.

6. Дослідження процесів розвитку молокопереробних підприємств свідчить про існування зв'язку між рівнем експортного потенціалу і показниками ефективності їх діяльності, що доводить необхідність активізації процесів розвитку експортного потенціалу підприємств галузі як передумови стабільної ринкової позиції та ефективності ведення виробничо-господарської діяльності.

7. Аналітичні оцінки стану й розвитку потенціалу підприємств галузі дозволяють зробити висновок щодо існування проблеми сировинного забезпечення виробництва та моноспрямованості вітчизняного експорту, що призвела до формування залежності українських виробників від економічного, соціокультурного і політичного середовища Російської Федерації.

8. Розвиток експортного потенціалу стає не тільки фактором успіху вітчизняних молокопереробних підприємств, а й умовою їх виживання в сучасному соціально-економічному середовищі, що характеризується зростанням відкритості ринків товарів та послуг. Молокопереробні підприємства потребують впровадження ефективніших технологій, покращення якості продукції та освоєння виробництва її нових видів, що відповідають світовому рівню конкурентоспроможності.

9. Розроблений механізм розвитку експортного потенціалу, що дозволяє оптимізувати його структуру і забезпечити ефективний розвиток підприємства в цілому, включає наступні процеси: вибір стратегії розвитку експортного потенціалу, обґрунтування параметрів моделі розвитку, реалізацію заходів з розвитку експортного потенціалу та контроль за ефективністю розвитку.

10. Обґрунтування стратегій експортного потенціалу полягає в узгодження між собою цілей і засобів розвитку підприємства та надання їм просторово-часової визначеності.

11. Використання удосконаленої методики діагностування рівня розвитку експортного потенціалу дозволяє ідентифікувати тип розвитку та сформувати оптимальні системи управління для підприємств різних стратегічних груп. Існує можливість комбінації систем управління для різних напрямків розвитку експортного потенціалу одного підприємства.

12. В цілому, більшість молокопереробних підприємств характеризується вищими за середнє значеннями розрахованих показників, а отже повинні в стислі строки максимально скористатись власними перевагами для забезпечення використання експортного потенціалу на ринку, що створить основу для його подальшої інтенсифікації.

Реалізація сукупності теоретико – методичних положень і практичних рекомендацій щодо розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств сприятиме їх конкурентоспроможності на світовому ринку та високоефективному функціонуванню.

Список використаних джерел

1. Закон України „Про оподаткування прибутку підприємства” від 28.12.94 // Відомості Верховної Ради. – 1995. - №4
2. Закон України «Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради України. -1994.-№1.-С. 1.
3. Закон України від 5 квітня 2001 року № 2371 – Ш „Про митний тариф України” // Урядовий кур’єр. – 16 травня 2001 р.
4. Закон України про молоко та молочні продукти // Відомості ВРУ. – 2004. - №47.
5. Господарський кодекс України // Відомості ВРУ. – 2003. - № 18, № 19-20, № 21-22.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання координації міжгалузевих відносин на ринку продукції тваринного походження» від 25 грудня 2002 року №1964 // Internet: rada.kiev.ua
7. Пояснювальна записка до Проекту Закону України «Про молоко і молочні продукти» // Координаційна рада з питань аграрної політики при Кабінеті Міністрів.-2003.-15 с.
8. ДСТУ3662-97 «Молоко коров’яче незбиране» Вимоги при закупівлі. - затверджено і введено в дію наказом Державного стандарту України від 5 грудня 1997 року №736. - К.: Держстандрт України, 1997. - 8 с.
9. Абдуллаева Л.В., Лабинов В.В., Сорокин Е.П. Реализация Федерального Закона «О техническом регулировании»: основные аспекты проведения работ по стандартизации в молочной промышленности // Молочная промышленность. – 2006. - №5. – С. 4 – 8.
10. Авдеенко В. Н., Котлов В. А. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 1989.-240 с.
11. Аналіз закону України „Про внесення змін до Закону України „Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини””(6 вересня 2005 року, 3 2809-IV) // Молочное Дело. – 2006. - №2. – С. 38 – 39.

12. Ансофф И. Стратегическое управление. Пер. с англ. М.: Экономика, 1989. – 415 с.
13. Антонов В., Колосов А. Глобализация мирового рынка пищевой продукции // Рынок ценных бумаг. – 2000. - №6 (165). – С. 16 – 21.
14. Антонюк, П.О. Збереження експортного продовольчого потенціалу України // Економіка АПК. - 2002. - N: 1. - С. 110-114.
15. Анчишкин А.И. Прогнозирование роста социалистической экономики. – М.: Экономика, 1973. – 230 с.
16. Ареф'єва О., Коренков О. Методичний підхід до визначення резервів загального потенціалу розвитку підприємства та управління ним // Економіст. – 2003. - №9. – С. 45 - 47
17. Архипов В.М. Проектирование производственного потенциала объединений (теоретические аспекты). - Л: ЛГУ, 1984.-184 с.
18. Асадчев В. Підходи до визначення податкового потенціалу регіону // Економіст. – 2002. - №7. – С. 94 – 95.
19. Басюркина Н.И. Методические подходы к планированию экономического развития плодоовощеконсервного производства в рыночных условиях // Экономика Крыма. – 2006. – №16. – С. 78–81
20. Бачевский Б.Е., Витюк Е.В. Формирование производственного потенциала предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету ім.. В.Даля. – 2005. - №2 (84). – Ч. 2. – С. 9 – 14.
21. Башнянин Г. Про періодичну матрицю (карту) виробничих систем і проблему синтезу виробничих концепцій // Регіональна економіка. – 2003. - №1. – С. 10 – 17.
22. Бегма В.М., Мазуров Г.І. Деякі аспекти визначення експортного потенціалу українського оборонно–промислового комплексу // Проблеми науки. – 2007. - № 7. – С. 45 - 51
23. Бидик А.Г. Визначення стратегічного потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. – 2002. - №4. – С. 105 – 110.

24. Богатирьов І.О. Ефективність розвитку підприємств // Формування ринкових відносин в Україні. – 2003. - № 7 – 8 (26 - 27). – С. 73 – 79
25. Бойко –Бойчук Л. Синергетика як методологічний підхід у дослідженнях соціальних наук // Людина і політика. – 2003. - № 5. – С. 56 – 63.
26. Бойко С. М. Експортний потенціал ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки в Україні 08.02.03 – організація управління, планування і регулювання економікою Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Київ Національний аграрний університет – 2005. – 18 с.
27. Бойчук Р.М. До питання про прийняття інвестиційних рішень // Вісник Тернопільської академії народного господарства –Тернопіль: Видавництво “Економічна думка”.-1999.- Випуск 6. –С. 43-47
28. Большаков В.И., Дубров Ю.И. „Самоорганизация материала” как процесс детерминированной адаптации // Доповіді Національної академії наук України. – 2004. - №5. – С. 97 – 104.
29. Большая Советская Энциклопедия: В 30-ти т./ Ред. А.М. Прохоров. - 3-е изд. - М.: Сов. энцикл. - Т. 20: Плата-Проб. - 1975. - 608 с.
30. Большой Экономический Словарь. – М., 2002.-1024 с.
31. Борисова Е.В., Калабин А.Л. Учёт влияния разнородных факторов в индексном анализе // Вопросы статистики. – 2003. - №11. – С. 75 – 78.
32. Бородин А. Этапы формирования стратегического потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2003. - № 6. – С. 95 – 102.
33. Бурко Я.В. Стратегический потенциал предприятия как источник его конкурентного преимущества // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – Донецьк. – 2006. – Вип. 4 (98). Ч.2 – С. 16 - 19
34. Бухалков М. Оценка трудового потенциала как основа его эффективного использования // Человек и труд. – 2003. - №2. – С. 29 – 30

35. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. – Київ: ЦНЛ, 2005. – 504 с.
36. Василькова В.В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: Синергетика и теория социальной самоорганизации. – Спб., 1999. – 340 с.
37. Верба В.А., Новикова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. – 2003. - №3. – С. 22 – 31; № 4. – С. 13 – 17.
38. Верба Ф. Щодо потенціальної можливості формування єдиного економічного простору Україною, Росією, Білоруссю та Казахстаном // Економіка України. – 2003. - №11. – С. 80 – 83
39. Винтоняк В.Д. Сыроделие Украины // Молочная промышленность. – 2006. - №1. – С. 26 – 28.
40. Гайдамак Н.В. Потенціал системи як основа забезпечення результативності організаційних формувань // Вісник ЖІТІ. – 1999. - № 9. – С. 329 – 330.
41. Гатаулин А.М. Система прикладных статистико–математических методов обработки экспериментальных данных. – М.: Изд – во МСХА, 1992. – Ч.1. – С. 22 – 24.
42. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. Обґрунтування вибору стратегії формування та нарощення виробничого потенціалу регіонів України // Регіональна економіка. – 2002. - №4. – С. 82 – 90.
43. Горощенко Л.Г. Российский рынок молока // Молочная промышленность. – 2004. - №4. – С. 8 – 12.
44. Гриньов А.В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. – 2003. - № 12. – Ст. 12 – 17
45. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2001. – 254 с.
46. Давыскиба Е.В. Современные подходы к изучению и оценке экономического потенциала региона // Коммунальное хозяйство городов: Науч.- техн. сб. – Вып. 44. – К.: Техніка, 2002. - С. 73-76.

47. Давыскиба Е.В. Экономический потенциал региона: к определению категории // Коммунальное хозяйство городов: Науч.- техн. сб. – Вып. 40. – К.: Техніка, 2002. – С. 269-274.
48. Дем'янченко А.Г. Формування моделі комплексного аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства // Економіка. Фінанси. Право. – 2005. – №2. – С. 22 – 28.
49. Демидова И.А., Щербатюк А.И. // Статистический анализ эффективности деятельности производственного предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2006. – Ч. 2. – № 4 (98). – С. 58 – 64.
50. Диалектика познания сложных систем // Под ред. В.С. Тюхтина. – М., 1988. – 240 с.
51. Донец Ю.Ю., Жаров А.В. Эффективность основных фондов в машиностроении. – К.: Техника, 1979. – 136с.
52. Економічна енциклопедія: У 3-х т./ Ред. Б.Д. Гаврилишин. - К.: Академія. Т.1: А(абандон)-К(концентрація виробництва). - 2000. - 864 с.
53. Жидеєва Л.І. Методика проведення внутрішнього та зовнішнього аудиту зовнішньоекономічної діяльності // Вісник ЖІТІ. – 1999. – №9. – С. 73 – 76.
54. Жулавский А.Ю., Лапин Е.В. Производственный потенциал промышленных предприятий: проблемы оценки и прогнозирования // Вісник СумДУ. – 2002. – №10 (43). – С. 86 – 96.
55. Журавльова І.В. Вимірювання інтелектуального потенціалу підприємства: методичні підходи та результати розрахунків // Проблеми науки. – 2004. -№2. – С. 45 – 48.
56. Загладин Н. Глобализация в контексте альтернатив исторического развития // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. – №8. – С. 3 – 10.
57. Ивахненко А.Г. Кибернетическая система с комбинированным управлением. – К., 1967. – С.494.

58. Интегральный производственный потенциал пищевой промышленности/ П.В. Осипов. - О.: Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований, 2004. - 289 с.
59. Калінеску Т.В., Антіпов О.М. Управління податковим потенціалом підприємства // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2005. - № 2 (84). Ч. 2– С. 104 – 108.
60. Каракай Ю. В. Экспортний маркетинг будівельних матеріалів Спеціальність 08.06.02 - Підприємництво, менеджмент та маркетинг автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Київ – 2002. – 20 с.
61. Каракай Ю.В. Формування попиту та стимулювання збуту в експортній маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств галузі будівельних матеріалів України // Економіка та підприємництво: Зб. наук. праць – К. : КНЕУ, 1997. – Випуск № 1. – С. 110-116.
62. Кириченко О. М. Экспортний потенціал харчової промисловості України. // Наукові праці Українського державного університету харчових технологій. К.: УДУХТ.-1999.-№5.-С. 66-69.
63. Кисельова О.М, Активізація експортного потенціалу України на російському напрямку. Автореф. дис. к.е.н. Дніпропетровськ: ДНУ – 2001. – 17с.
64. Класифікація і асортимент сирів в Німеччині // Молочное Дело. – 2005. - №9. – С. 5 – 7; № 10. – С. 5 – 7.
65. Клименко Н.А. Менеджмент експортно-імпортного потенціалу АПК України // Науковий вісник НАУ. – 1998. - №4. – С. 191 - 199
66. Князева Е.Н. Случайность, которая творит мир (новые представления о самоорганизации в природе и обществе) // Философия и жизнь. – 1991. - №7. – С. 22-30.
67. Кобиляцький Л. К підвищенню експортного потенціала інвестиційного комплексу // Персонал, 2002. - №12. – С. 68 – 75.

68. Колесников А.А. Современные подходы к оценке потенциала предприятий в Украине. // Економіка: проблеми теорії і практики. Збірник наукових праць. Випуск 195: в 4 т. Том III – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – С. 750 – 755.
69. Коломієць В.В. Передумови дослідження експортного потенціалу регіону // 36. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Черкаси: ЧДТУ. – 2003, випуск 8. – С. 69-77.
70. Комлева Ю.В. Теоретичні аспекти використання узагальненого критерію Харрінгтона для оцінки стійкого розвитку підприємства // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2006. - № 4 (98). – С. 119 – 124.
71. Конкуренция в Украине: Аналитический доклад о состоянии, тенденциях и проблемах развития экономической конкуренции в Украине в 2000-2005 годах / Антимонопольный комитет Украины, Центр комплексных исследований по вопросам антимонопольной политики, Гос. учреждение Ин-т экон. и прогнозирования НАН Украины. - К.: Грета, 2006. - 40 с.
72. Коршунова И.А. Инвестиционная привлекательность и экономический потенциал предприятия // Регіональні перспективи. – 2000. - № 2 – 3 (9 - 10). – С. 71 – 73.
73. Костырко Л.А. Анализ потенциала операционной деятельности хозяйствующего субъекта // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2002. - № 5 (51). – С. 110 – 117.
74. Коуз Р. Фирма, рынок, право. – М.: Дело ЛТД. – 1993. – 192 с.
75. Кочкина Н., Лыскова Г., Николаев О., Павлов А. Оценка состояния кадрового потенциала научной сферы (методологический аспект) // Человек и труд. – 2003. - №8. – С. 30 – 32.
76. Крушницька Г.Б. Експортний потенціал регіону та шляхи покращення його використання. Автореферат дис. к.е.н. Чернівці: ЧНУ, 2001. – 19 с.

77. Кузнецов В.Г. Факторы, определяющие эффективность функционирования системы менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятия // Стратегия управления социально – экономическим развитием региона на период до 2010 года. Донецк: ИЭПИНАН Украины, 1999. – 132 с.
78. Кузьмінський В.О. Інноваційно – інвестиційний потенціал фінансово – промислових груп // Фінанси України. – 2003. - №6. – С. 114 – 124.
79. Кульбида В.В., Кульбида Л.Г. Определение устойчивости производства // Земледелие. – 1994. - №1. – С. 41 – 42.
80. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки // Актуальні проблеми економіки. – 2004. - № 7 (37). – С. 123 – 130.
81. Лобода К.В. Вплив нетарифного методу регулювання на експортний потенціал цукрової галузі // Фінанси України. – 2000. - №3. – С. 51 – 58
82. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка.-2000.-С. 72-74
83. Лукін С.О. Економічний потенціал регіону: суть, складові і місце у процесі реформування економіки // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: політика регіонального розвитку. Вип.V. – № 1. Збірник наукових праць Луцького державного технічного університету. – Луцьк: Надстир'я, 1999.– С. 40-51.
84. Луценко И. Рынок молочной продукции Украины: приход россиян // Фондовый рынок. – 2002 г. - № 20 (от 28 мая). – С. 18 – 21.
85. Максимов В.В. Теоретические аспекты управления экономическим потенциалом региона // Вісник СХУ ім. В.Даля. – 2004. - № 3. – С. – 179 – 183.
86. Маркетинг в сфере внешнеторговой деятельности: Учебное пособие / Г.Г.Мокров, Р.И. Дронов. - М.: ЮРКНИГА, 2004. - 304 с.

87. Мартюшева Л.С. та Калишенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. – 2002. - №10. – С. 61 – 64.
88. Марченко А.З. Проблеми формування експортної спеціалізації України // Економіка і підприємництво. Вип. 2. – К.: КНЕУ, 1998. – 168 с. – С.60 – 64.
89. Марченко, Т. Проблеми реалізації експортного потенціалу України/ Т. Марченко //Персонал. - 2005. - № 10. - С. 24-29.
90. Маршалл К.Р., Фенвик Р.М. Тенденции развития технологий в молочной промышленности // Мир продуктов. – 2002. - № 1. – С. 12 – 14.
91. Матковський Р.Б. Деякі теоретичні проблеми визначення сутності економічного потенціалу // Вісник Львівської комерційної академії. Сер. Економічна. – Львів, 2000. – Випуск 7, 2000 р. – С.192-196
92. Международный подход к украинским стандартам на молокопродукты // Молочное Дело. – 2005. - №12. – С. 26 – 27.
93. Мельник О.М. Логіка економічного розвитку: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2004. – 228 с.
94. Менар К. Экономика организаций. Пер. С фр. – М.: ИНФРА-М. - 1996. – 160с.
95. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій. Наказ голови агентства з питань запобігання банкрутству від 23.04.97р. № 81 // [http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi/javascript:OpenDoc\('z0288-97'\)](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi/javascript:OpenDoc('z0288-97'))
96. Мироедов А.А., Эйдельман Я.Л. Экономико – статистический подход к оценке экономического потенциала и качества управления предприятием // Вопросы статистики. – 2001. - №10. – С. 44 – 50
97. Миснер А.Р. Мастера успеха: Проверенные методы достижения успеха в бизнесе и в жизни: Пер. с англ. - Минск: Попурри, 2005. - 464 с.
98. Моисеев Н.Н. Алгоритмы развития. – М., 1987. – 138 с.

99. Молочный рынок Евросоюза – 2006: ситуация и перспективы // Молокопереработка. – 2006. - № 3 (6). – С. 16 – 21.
100. Н.И. Кондаков. Логический словарь справочник. М.: Наука, 1975. – 720с.
101. Нагірна В.П., Підгрушний Г.П., Качасв Ю.Д., Савчук І.Г., Валькована О.В. Теоретико – методологічні засади дослідження господарської діяльності в Україні з позицій соціального розвитку регіонів // Український географічний журнал. – 2004. - № 3. – С. 51 – 57.
102. Найденко О.Є. Методика діагностики стану внутрішнього середовища підприємства // Вісник східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. - №2 (84). – 2005. – Ч.2 – С. 162 – 170
103. Наливайко, А.П. Теорія стратегії підприємства: Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія/ А.П. Наливайко. - К.: КНЕУ, 2001. - 227 с.
104. Нелина В.В. Гармонизация национальных и межгосударственных стандартов при вступлении во ВТО // Молочная промышленность. – 2005. - №6. – С. 13 – 17.
105. Новаківський І.І. Інформаційний потенціал системи управління підприємством Спеціальність 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Львів – 2002. – 21 с.
106. Новоселов Ю.А., Куминова А.А. Кризис в молочной промышленности России: пути выхода // ЭКО. – 2001. - №12. – С. – 94 – 105.
107. Обьедков К.В. Направления развития сыродельной отрасли Беларуси // Переработка молока. – 2006. - №2. – С. 52 - 53.
108. Ограничения на ввоз продуктов // Переработка молока. – 2006. - №2. – С. 45.
109. Ойкен В. Основные принципы экономической политики: Пер. с нем. М., 1995. – 280 с.

110. Олексюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств. Автореферат. – К.: КНЕУ, 2001.-20с.
111. Омельченко В.Я. Границы и потенциал экономической организации // Наукові праці Донецького нац. технічного університету: Серія: Економічна: зб. наук. праць – Донецьк: ДонНТУ Вип. 70. – 2004. – С. 55 – 61.
112. Онишко С.В. фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки // Фінанси України. – 2003. - №6. – С. 67 – 74.
113. Осипов П.В. Интегральный производственный потенциал пищевой промышленности. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2004. – 288 с.
114. Параконный А.В., Параконный С.В. Классификация методов оценки экономического потенциала предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2006. – Ч. 1. - № 4 (98). – С. 174 – 175.
115. Пархомець М. Агропромисловий комплекс перехідної економіки // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Вип. 17. – 2001. – С. 117 – 124.
116. Пепа Т.В. Методологічні основи формування експортного потенціалу харчової промисловості // Продуктивні сили і регіональна економіка.: Зб. Наук. Праць – К.: РВПС України НАН України. – 2000. – С. 165 - 168
117. Перерва П.Г., Косенко А.П. Развитие методов оценки эффективности использования инновационного потенциала ВУЗа // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2006. - № 4 (98). – С. 178 – 187.
118. Петренко Л.А. Вибір стратегії розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств України // Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. Випуск 15. – К.: КНЕУ, 2006. - С. 103 – 112.
119. Петренко Л.А. Визначення пріоритетів розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств // Труды международной научно – практической конференции «Развитие учёта и аудита как основы

- информационно–аналитической системы предприятия. – Харьков.: НТУ „Харьковский политехнический институт”, 2005. – С. 113-114.
120. Петренко Л.А. Дефініціювання експортного потенціалу підприємства // Матеріали IV Міжнародної науково – практичної конференції „Динаміка наукових досліджень ’2005”. Том 17. Економіка підприємства. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 5 – 6.
121. Петренко Л.А. Експортний потенціал національних виробників сиру в контексті посилення процесів концентрації молокопереробної галузі // Економіка підприємства: теорія та практика: Зб. мат. Міжнар. наук.-практ. конф. 23-24 березня 2006 р. / Відп. за вип. Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 173 – 179.
122. Петренко Л.А. Методичні основи вимірювання експортного потенціалу підприємства // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип.15 / Голов. ред. А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2004. - С. 157-164.
123. Петренко Л.А. Механізм формування і розвитку експортного потенціалу підприємства // Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. Випуск. 12 – К.: КНЕУ, 2004. - С. 329 - 337.
124. Петренко Л.А. Основні тенденції розвитку експортоорієнтованих сироробних підприємств України // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 16. - Черкаси: ЧДТУ, 2006. - С. 294 – 301.
125. Петренко Л.А. Передумови розвитку експортного потенціалу сироробних підприємств України // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції „Наука і освіта ’2005”. Том 89. Економіка підприємства. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 11 – 13.
126. Пирець Н.М. Фактори розвитку експортного потенціалу України // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв’язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. – Донецьк: ДонНУ. – 2004. – С. 166-170.

127. Пирець Н.М. Формування сучасного рівня міжнародної конкурентоспроможності України // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. – Донецьк: ДонНУ. – 2005. – С.973-980.
128. Поважный А.С. Оценка финансового потенциала корпорации // Регіональні перспективи. – 2001. - № 5 – 6 (18 - 19). С. 231 – 234.
129. Половинкин П.Д. Стратегия управления хозяйственным риском // АПК: Экономика и управление. – 1994. - №1. – С. 15 – 19.
130. Погостинская Н.Н., Погостинский Ю.А. Системный анализ финансовой отчетности. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 96с.
131. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. – М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2002. – 559 с.
132. Пяткова Н.П. Возможности и принципы формирования стратегических ресурсов предприятия // Вісник східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – 2006. - №4 (98). – С. 140 – 144.
133. Радько С., Афанасьєва А. Риски в управлении трудовым потенциалом // Человек и труд. – 2003. - № 10. – С. 62 – 65.
134. Рыбалова Т.И. О таможенно–тарифном регулировании ввоза молочной продукции // Молочная промышленность. – 2004. - № 1. – С. 4 – 6.
135. Размещение молочной промышленности / Т.П.Теплухина, А.П. Кузнецова - М.: Пищевая промышленность, 1980. - 128 с.
136. Савицька В.Г. Основні аспекти маркетингу молочних продуктів // Економіка і підприємництво. Вип. 3. – К.: КНЕУ, 1999. – 196 с. – С. 110 – 115.
137. Савченко А.Г., Пухтаєвич Г.О., Тітьонко О.М. Макроекономіка: Підручник. – К.: Либідь, 1999. – 288с. – С. 264.
138. Самостроенко Г.М. Потенциал стратегии развития региона // Инновации. – 2003. - № 9 (66). – С. 27 – 29.

139. Сборник материалов по гигиене питания и пищевой санитарии. Составители Е.С. Красницкая и К.З. Соломатина. М., Экономика, 1966. – 140 с.
140. Сергеев В.Н. Молочная промышленность России // Молочная промышленность. – 2004. - №5. – С. 5 – 7.
141. Синявский Н.Г. Об одной задаче оценки возможности создания технологического потенциала для развития предприятия по производству упаковочной продукции // Аудит и финансовый анализ. – 2004. - №1. – С.253 - 260
142. Ситуация в мировой молочной промышленности в 2004 году // Молочная промышленность. – 2005. - № 5. – С. 4 – 6.
143. Словарь по кибернетике. / Под ред. В.С. Михалевича. – К.: «Главная редакция УСЭ им. М.П. Бажана», 1989. – 751с.
144. Словарь русского языка в четырёх томах. / Академия наук СССР. Ин-т рус. яз., под ред. А.П. Евгеньевой.- Издание второе, исправленное и дополненное. – М.: «Русский язык», 1981 - 1984. Том 4. – С-Я. 1984. – 794с.
145. Словарь русского языка в четырёх томах. / Академия наук СССР. Ин-т рус. яз., под ред. А.П. Евгеньевой.- Издание второе, исправленное и дополненное. – М.: «Русский язык», 1981 - 1984. Том 2. – К-О. 1983. – 736с.
146. Современный производственный потенциал региона / под общ. ред. д.э.н. В.Н. Гончарова. – К.: Техника, 1997. – 125 с.
147. Статистичний збірник «Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України» за 2002 рік/ Державний комітет статистики України: Під загальним керівництвом Ю.М.Остапчука.-К., 2003.-64 с. та аналогічні випуски Держкомстату за 1990-2001 роки
148. Стичішин П.П. Экспортний потенціал підприємства: концепція механізму формування та реалізації // Зовнішня торгівля: проблеми та перспективи. Зб. наук. праць. – Вип. 4. Ч. 1. – К.: УАЗТ, 2000 – С. 31 – 40.

149. Стратегическое управление потенциалом предприятия/ ред. И.П. Отенко. - Х.: ХНЭУ, 2006. – 380 с.
150. Страхова О., Слепнева Л. Анализ динамики трудового потенциала жизненно необходим// Человек и труд. – 2003. - №2. – С. 27 – 29.
151. Структурно-целевой анализ экономического потенциала предприятия: Теория и методол./ А.А. Ветров. - Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1989. - 285 с.
152. Сучкова Е.Д. Инновационно - инвестиционный процесс как фактор расширения национального рынка и усиления конкурентоспособности экономики // // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск. 197: в 5 т. Том 4. –Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. - С. 883-887.
153. Сущенко Е.А. Характеристика потенциала предприятия как экономической категории // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2002. - №5(51). – С. 239 – 244.
154. Техничко - экономический анализ производства: Учебник для вузов/ Б.В. Прыкин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 476 с.
155. Ткаченко В.А., Каламбет С.В. Розвиток філософії оподаткування на основі визначення податкового потенціалу // Фінанси України. – 2001. - №1. – С.30 – 34.
156. Трифилова А.А. Анализ инновационного потенциала предприятия // Инновации. – 2003. - №6 (63). – С. 67 – 72.
157. Утенко А.К. Картографічне моделювання та ГІС-аналіз // Український географічний журнал. – 2004. - №3. – С. 101 – 108.
158. Фащевский Н., Чернюк Л. Геоэкономический потенциал развития производительных сил Украины // Экономика Украины. – 2002. - №7. – С. 32 – 36.
159. Федонін О.С, Репіна І.Н., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка. – К.: КНЕУ. – 2003. – 316с.

160. Федорчук М.И. Концепция устойчивого развития. История возникновения. // Наукове пізнання: методологія і технологія. Випуск 1, 2003. – С. 124 – 130.
161. Физический энциклопедический словарь / Под ред. Прохорова А.М. – М.: «Советская энциклопедия», 1984. -944с.
162. Ханжина В.Л., Попов Е.В. Структура рыночного потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2001. - №2. – С. 148 – 160.
163. Харитонов В.Д., Евдокимов И.А., Алиева Л.Р., Абдуллаева Л.В. Деятельность Международной молочной Федерации и комитета по молочному делу РФ // Молочная промышленность. – 2006. - №1. – С. 38 – 40.
164. Харчова промисловість України: стан та перспективи / За ред. Акад. НАН України І.Р.Юхновського. -К.: ФАДА, ЛТД, 2001.-339 с.
165. Хиллиам М. Тенденции на европейском молочном рынке // Переработка молока. – 2006. - №2. – С. 42 – 44.
166. Химический энциклопедический словарь. / Под ред.И.Л. Кнунянца. – М.: «Советская энциклопедия», 1983. – 792с.
167. Хлопова Т.В., Дьякович М.П. К оценке трудового потенциала предприятия // Социологические исследования. – 2003. - №3. – С. 67 – 73.
168. Челенков А., Коляда В. Анализ конкурентоспособности на взаимосвязанных рынках // Маркетинг. – 2002. - №5 (66). – С. 96 – 102.
169. Четчиков А., Рыжов Д., Гуз М., Шилин М., Мельниченко Э. Расчёт потенциала: способы определения ёмкости рынка // Новый маркетинг. – 2004. - № 2. – С. 32 – 39.
170. Чешков М. Развитие: философская идея и конкретные исследования. // МЭиМО, 2004, №8, с. 70 - 81
171. Швиданенко О.А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти., Монографія. – К.: КНЕУ, 2007. – 312 с.

172. Шепелява Е.В. Управление качеством и безопасностью молочной продукции // Молочное Дело. – 2006. - №6. – С. 44 – 47.
173. Шишков Ю. Глобализация: враг или союзник развивающихся стран? // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. - №4. – С. 3 – 14.
174. Шкільов О.В., Жеревчук В.М. Внутрішньогосподарські резерви ефективної діяльності сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК.-2000.-№5.-С. 64-70.
175. Щелкунов В.И. Производственный потенциал Украины: стратегия формирования и использования, 1999. – К. -248 с.
176. Щербина В.В. Социальные теории организации. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 236 с.
177. Эверс Дж.М. Тенденции в стандартизации // Молочная промышленность. – 2006. - №5. – С. 9 – 10.
178. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие/ Ред. А.П. Градов. - 4-е изд., перераб. . - СПб.: Спец. лит., 2003. - 589 с.
179. Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: Монография/ А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, А.И. Кубах. - Х.: ИНЖЭК, 2005. - 175 с.
180. Экспортный потенциал малого бизнеса: проблемы, возможности, стимулы. («Круглый стол» РАРМП и газеты «Бизнес для всех» // Бизнес для всех. – 06.04.2004. - № 13(438). – С. 2 – 3.
181. Юданов А.Л. Конкуренция: теория и практика. – М.: Дело, 1998. – 382 с.
182. Яковлев А.И. Эффект международных экономических связей // Вестник НТУ "ХПИ". "Технічний прогрес та ефективність виробництва", вып.14(1) - Харьков: НТУ "ХПИ", 2006 - С. 207-211.
183. Якубчак О.М. Фізичні та біохімічні властивості молока // Молочное Дело. – 2005. - №12. – С. 36 – 37.

184. Ярощук О.В. Про необхідність застосування показників росту обсягу продукції в перспективному аналізі // Вісник СХУ ім. В.Даля. – 2004. - №3. – С. 213 – 219.
185. Dow Jones Sustainability World Index Guide. Version 6.0, September 2004, 37 p. – P. 8.
186. Fiksel, J. Sustainable Development: A Business Perspective. Special Report. – Solutions Update Magazine. Spring 2002.
187. Food Cost Review, 1950-1997 // An economic Service Report USDA Agricultural Economic Report.-1997.- №780.- P. 15.
188. Kohls, Joseph Marketing of Agricultural Products/7-th ed. New-York-London/ MacMilian Publishing Company.-1990.-544 p.
189. Shepherd Y.S., Futtrell G.A. Marketing Farm Products.-7th ed.-Iowa State University Press 1982. – 428 p.