

Петренко Л.А.

*Київський національний економічний університет***ДЕФІНІЦІЮВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Термін “експортний потенціал підприємства” зустрічається досить часто як в теоретичних, наукових, так і в практичних дискусіях з приводу розвитку економіки країни. В нього вкладають різні значення, що призводить до певної плутанини і підводить до необхідності його вірного дефініціювання.

Згідно з Великим Економічним словником, “експортний потенціал – це здатність промисловості, всього суспільного виробництва даної країни в цілому виробляти необхідну кількість конкурентоспроможних товарів для зовнішнього ринку” [1, ст.732]. Отримати визначення експортного потенціалу підприємства можна, спроекціювавши вищесказане на мікрорівень. Але, на нашу думку, заміна категорії “виробляти” на “розвиватись” збагатить зміст поняття. Розуміючи під експортним потенціалом організації її можливості розвиватись на зовнішньому ринку, вдається врахувати різноманітність і динамічність форм розвитку. Так, підприємство може лише виробляти продукцію для зовнішнього ринку, але може і займатись її збутом на території іншої країни, відкривати за кордоном філіали тощо.

Спостерігається перманентне зміщення акцентів при дефініціюванні експортного потенціалу. Така нестійкість визначення пов'язана з динамікою як зовнішнього середовища, так і внутрішніх умов (компонент) його експортного потенціалу. Разом з тим значний діапазон ознак, закладених в дефініціях, є також наслідком належності авторів до різних економічних шкіл. Так, ряд науковців (Клименко Н.А., Пепа Т.В. [2,3]) вміщують у визначення переважно виробничі складові, вважаючи їх визначальними в означенні експортного потенціалу підприємства. Представники іншого підходу зміщують акцент в бік маркетингового, ринкового потенціалу (Попов Є.В. [4]), елімінуючи значення внутрішніх факторів успішної діяльності на світовому ринку.

Відмінною рисою більшості досліджень експортного потенціалу є намагання авторів конкретизувати мету зовнішньоекономічної діяльності підприємства. За критерієм мети можна виділити такі напрямки:

- V (volume) - Експортний потенціал розуміється як здатність зберігати або збільшувати обсяг експорту. (О.М.Кириченко, Ломаченко Т.І. [5,6]). Зазначене тлумачення сутності потенціалу не враховує фактора доцільності такої поведінки підприємства. Можливо, зростанню експортного потенціалу сприятиме зменшенню кількості експортованих товарів за умови зміни країни-імпортера або форми присутності на ринку.

- S (square) - Експортний потенціал – це здатність до контролю максимально можливої частки світового ринку. (Стичишин П.П., Кобиляцький Л. [7,8]) Але, по-перше, засоби контролю ринку значно “ширші” за експорт; по-друге, максимально можлива – чи оптимальна? Підтримання високої частки не обов'язково буде вигідним. Подібна мета має узгоджуватись з етапами ЖЦ ринку

і підприємства та може бути прийнятною доти, доки ефект від максимізації перевищуватиме затрати на завоювання і утримання цієї максимальної частки ринку.

- Р (preference) - Експортний потенціал як здатність виявляти та відтворювати конкурентні переваги на світовому ринку (Крушницька Г.Б., Пепа Т.В. [9,3]). Цілі підтримання конкурентних переваг і розвитку можуть бути суперечливими, оскільки перше в окремих випадках можливе (вимагає!) редуції, деградації системи потенціалу.

- D (development) – Під експортним потенціалом розуміється здатність розвиватись на світовому ринку. Розвиток передбачає закономірну зміну форми, місця, обсягів експортної діяльності, причому не лише як вимушений, але і як превентивний захід для підтримання максимальної ефективності організації.

Експортний потенціал належить до категорій, які не залишатимуться незмінними, а еволюціонуватимуть разом з теоретичною і практичною економікою. Тому дефініціювання експортного потенціалу підприємства продовжуватиме розвиватись за означеними напрямками, поглиблюючи економічну теорію і сприяючи тим самим підвищенню ефективності економічної практики.

Література:

1. Большой Экономический Словарь. – М, 2002.-1024 с.
2. Клименко Н.А. Концепція регулювання та моделювання експортно – імпоротної системи АПК України. // Науковий вісник НАУ. – 1999. - №14. – С. 365–373.
3. Пепа Т.В. Методологічні основи формування експортного потенціалу харчової промисловості.// Продуктивні сили і регіональна економіка. Зб. наук. праць. – К.: РВПС України НАН України. - 1998. – С. 159 – 163.
4. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. – М.: Экономика, 2002. – 559с.
5. Кириченко О. М. Експортний потенціал харчової промисловості України. // Наукові праці Українського державного університету харчових технологій. К.: УДУХТ.-1999.-№5.-С.66-69.
6. Ломаченко Т. І. Економічна ефективність зовнішньої діяльності та розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка.-2000.-С.72-74.
7. Стичішин П.П. Експортний потенціал підприємства: концепція механізму формування та реалізації.// Зовнішня торгівля: проблеми та перспективи. Зб. наук. праць. Вип. 4. Ч.1. – К.: УАЗТ, 2000.
8. Кобыляцкий Л. Организационно – методические подходы к повышению экспортного потенциала инвестиционного комплекса. // Персонал. – 2002. - №12. – С.68. – 75.
9. Крушницька Г.Б. Експортний потенціал регіону та шляхи покращення його використання. Автореферат дис. к.е.н.Чернівці.: ЧНУ, 2001. – С.3.