

# ОЦІНКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Шереметинська О.В.**

НУХТ, доцент, канд. екон. наук

**Шереметинський М.А.**

НУХТ, ст..викл

В сучасних умовах при виході на зовнішній ринок, підприємства харчової промисловості зустрічаються з новими вимогами щодо своєї діяльності, котрі ставлять перед ними задачі щодо вдосконалення технічних параметрів виробництва, підвищення якості його продукції та доведення до відповідності міжнародним стандартам якості. Виконання та дотримання даних умов можливе при ефективному використанні повного комплексу методів та форм зовнішньоекономічної діяльності.

Тому для ефективного виходу на зовнішні ринки підприємствам харчової промисловості необхідно насамперед ретельно дослідити можливості свого експортного потенціалу з подальшою реалізацією зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках.

Згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [3], «експорт товарів – це продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів.

За тлумаченням Т.М. Мельник, експорт є вагомим чинником впливу на економічне зростання країни та на її інтеграцію у світове господарство, і за таких умов він набуває ознак потенціалу [1, с. 243].

Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів – підприємство, галузь, регіон всередині країни, національна економіка, угруповання кількох держав, які реалізують цей потенціал завдяки розвитку зовнішньої торгівлі, передусім експорту.

Необхідність вивчення експортного потенціалу підприємства виникла в зв'язку з розширенням напрямків міжнародних економічних відносин підприємств харчової промисловості та формування вектору євроінтеграції. Необхідно більш повне включення країни в процеси глобалізації і міжнародного економічного співробітництва. Вихід на зовнішній ринок вимагає попередньої оцінки експортного потенціалу з метою визначення потенційних можливостей підприємства поставляти і просувати на зовнішній ринок конкурентоспроможну продукцію або надавати конкурентоспроможні послуги в необхідній кількості в певні терміни. В умовах ринкових умов, що постійно змінюються розширення зовнішньоторговельних відносин і посилення конкурентної боротьби на міжнародних ринках, ефективне використання експортного потенціалу дозволить забезпечити підготовку і прийняття якісних управлінських рішень, спрямованих на досягнення сталого розвитку підприємств харчової промисловості. Однією з основних проблем оцінки експортного потенціалу є відсутність інформаційної бази для неї. Більшість авторів методик оцінки експортного потенціалу обмежуються моделюванням показників без зазначення джерел розрахунку, що знижує їх практичну значимість.

При виході на зовнішній ринок експортний потенціал підприємства відіграє важливу роль в оцінці його ефективності і конкурентоспроможності, що особливо важливо для вітчизняних підприємств так як найбільші українські експортери – це промислові підприємства, та підприємства харчової промисловості.

В першу чергу експортна діяльність забезпечує приплив валютного виторгу, що є вигідним не лише для підприємств, але і для держави. Також експорт стимулює зростання конкурентоспроможності за рахунок вдосконалення технічного рівня виробництва і якості продукції. Експортна діяльність стимулює підвищення ефективності використання ресурсів і допомагає знизити рівень безробіття. Експорт забезпечує поліпшення показників, що характеризують ефективність діяльності підприємства з позицій

різних зацікавлених груп: власників, менеджерів, персоналу, конкурентів і інших.

В експортному потенціалі підприємства можна виділити ключові фактори, що впливають на його реалізацію. Вони істотно впливають на конкурентоспроможність підприємства, його можливість виробляти експортований товар в заданих обсягах, якість ресурсного забезпечення виробництва експортного асортименту тощо. У зв'язку з цим виникає синергетичний ефект стійкого підвищення ефективності формування та реалізації експортного потенціалу підприємства на заданих сегментах зарубіжних ринків. Тільки повний системний облік взаємопов'язаних факторів забезпечить російським підприємствам, які виходять на міжнародний ринок, конкурентні переваги.

Процес підвищення ефективності формування та реалізації експортного потенціалу підприємства характеризують такі фактори [2]:

1. Імпорт матеріалів і комплектуючих, устаткування, технологій, ноу-хау. Частка імпортованих складових в собівартості продукції експортного асортименту в промисловості може становити до 40% і більше, так як вітчизняне виробництво розвивається повільніше зарубіжного.

2. Міжнародна кооперація. Рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції не завжди відповідає міжнародним вимогам, тому підприємствам необхідно кооперуватися і виробляти продукцію більш високої якості або аналогічну імпортованій.

3. Підприємництво в вільних економічних зонах (ВЕЗ). Даний вид підприємництва дозволить підприємству знайти оптимальну для себе нішу, в якій воно зможе постійно вдосконалювати якість продукції для виходу на зовнішній ринок.

4. Контрафакт. Наявність такої продукції у підприємства істотно знижує його конкурентоспроможність, тому необхідно не допускати появи на ринку контрафактної продукції.

5. Міжкультурні маркетингові комунікації в даний час найперспективніші з позиції формування, реалізації та розвитку експортного потенціалу. Для досягнення синергетичного ефекту необхідно поєднання ділових комунікацій підприємств, економічних місій і міжнародних виставкових заходів. Управління цією системою, що здійснюється як на макро-, так і на мікрорівні, спрямована на просування підприємств на ринки далекого і ближнього зарубіжжя з метою моніторингу ефективного формування і реалізації їх експортного потенціалу.

6. Національне державне регулювання. Експортна діяльність, особливо для початківців експортерів, малих і середніх підприємств, є досить складним господарським процесом, що супроводжується значними ризиками і вимагає фінансових витрат. Однак, з огляду на той факт, що стимулювання національного експорту є одним з перспективних напрямків, якого дотримуються уряди багатьох країн, на ці цілі з бюджету виділяються певні суми: на відшкодування ПДВ, кредитування експортоорієнтованих виробництв та ін. Україна також намагається всіляко підтримувати та стимулювати промисловий і сировинний експорт.

Крім виявлених чинників, розвинути експортний потенціал підприємства можна наступним чином:

по-перше, збільшити фізичний обсяг виробництва і поставок продукції інтелектуальної власності на ринки далекого і ближнього зарубіжжя;

по-друге, знизити витрати виробництва і реалізації експорту;

по-третє, організувати за кордоном сервісне передпродажне і післяпродажне обслуговування.

Формування і реалізація експортного потенціалу підприємства – складне і багатопланове явище, що відбувається на ринку всередині країни під впливом безлічі факторів зовнішнього середовища і внутрішнього стану підприємства. Тому дослідження та вивчення способів оцінки експортного потенціалу є важливою частиною господарської діяльності підприємств харчової промисловості.

### **Список використаних джерел**

1. Мельник Т. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. Міжнародна економічна політика. 2008. № 1-2 (8–9). С. 241-271
2. Оценка конкурентоспособности предприятия // Электронная библиотека 2000–2014. URL: <http://www.ciberlinka.ru> (дата обращения: 15.03.2015).
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.