

УДК: 339.664

ББК 65.050.9(4Укр)

Псюк Р.М.

**ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА**

ТзОВ “Карпатнафтохім”,
вул. Промислова, 1, м. Калуш,
77306, Україна,
тел.: 0506773756,
e-mail: psuk@ukr.net

Анотація. Розглянуто особливості формування експортного потенціалу на вітчизняних промислових підприємствах. Визначено ключові елементи формування експортного потенціалу промислового підприємства. Здійснено бліц-аналіз ринку полімерної продукції в Україні. Запропоновано напрями зміцнення експортного потенціалу промислового підприємства із врахуванням особливостей середовища його функціонування.

Ключові слова: експорт, потенціал, підприємство, менеджмент, конкурентоспроможність.

Psiuk R.M.

PRIORITIES FOR FORMATION OF EXPORT POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Karpatnaftohim LTD,
Industrial str., 1, Kalush,
77306, Ukraine,
tel.: 0506773756,
e-mail: psuk@ukr.net

Abstract. The peculiarities of export potential formation at domestic industrial enterprises are considered. The key elements of the export potential formation of the industrial enterprise are determined. A blitz analysis of the polymer market in Ukraine was carried out. The directions of the export potential strengthening at the industrial enterprise due to the peculiarities of its environment functioning are offered.

Key words: export, potential, enterprise, management, competitiveness

Вступ. В умовах глобалізації та загострення конкурентних відносин як на національному, так і міжнародному рівнях перед вітчизняними підприємствами виникає необхідність пошуку способів зміцнення своїх ринкових позицій та шляхів досягнення конкурентних переваг. Експортну діяльність слід розглядати як один із способів забезпечення поступу підприємства відповідно до сучасних вимог розвитку. Серед переваг діяльності експортерів товарів і послуг доцільно звернути увагу на можливість виходу і завоювання нових ринків збуту, зростання іміджу, дотримання міжнародних стандартів якості, організація діяльності відповідно до міжнародних юридичних норм і правил, можливість зміцнення валютних позицій, доступ до реальних інвестицій, підтримка інноваційного розвитку, отримання цінного досвіду співпраці.

Про актуальність питання формування та ефективного використання експортного потенціалу засвідчує той факт, що воно широко висвітлюється вітчизняними науковцями, зокрема Мельник О. Г. [1], Князем С. В. [2], Байдалою Н. М. [3], Піддубною Л. І. [4], Стахорським О. О. [5] та іншими. Значну увагу у їх працях приділено передумовам та чинникам формування експортного потенціалу, а також узагальненню його значення для розвитку вітчизняних підприємств.

Зарубіжні дослідники також приділяють значну увагу дослідженню експортної діяльності підприємств. Зокрема, Й. Гессель та А. ван Стель (J. Hessels, A. van Stel) зазначають, що експортна діяльність дозволяє отримати новий досвід, знання та технології та забезпечує економічне зростання в країні [6]. Ю. А. Гілс та С. Л. Вілямс (Judith A. Giles and Cara L. Williams) стверджують, що експортна діяльність забезпечує зростання у продажах та працевлаштуванню, а також інноваційних можливостей фірми [7, 8].

Постановка завдання. У працях зарубіжних науковців зазначається, що визначений емпіричний зв'язок між економічним зростанням і експортною діяльністю фірм є складним і вимагає додаткових досліджень, специфічних для кожної країни. У вітчизняній науковій літературі досліджено експортний потенціал окремих галузей в Україні, зокрема, сільськогосподарської, машинобудівної, деревообробної, нафтогазової тощо. Попри те, що базові складові експортного потенціалу у певній мірі уже узагальнено, доцільним є пошук, виявлення і дослідження тих його робочих елементів, які є і можуть бути визначальними в специфічних умовах існуючої економічної ситуації в Україні та стану розвитку вітчизняних підприємств.

Метою даної статті є виділення основних елементів формування експортного потенціалу підприємств на ринку промислової продукції із урахуванням можливостей середовища функціонування підприємства та виявлення ключових чинників підвищення конкурентоспроможності не тільки окремих підприємств, але і економіки країни загалом.

Результати. Під експортним потенціалом підприємства розглядають системне явище, що характеризує можливість підприємства виконувати функцію суб'єкта міжнародної економічної діяльності, задовольняючи потреби зовнішніх ринків, природа яких пов'язана зі здійсненням експортної діяльності підприємства [1]. На нашу думку ці можливості формуються як на рівні підприємства, так і за його межами.

М. Портер визначив п'ять конкурентних сил, що впливають на прибутковість галузі [10]: постачальники, покупці, товари-замінники, потенційні та діючі конкуренти. Ці сили діють у зовнішньому середовищі підприємства і тільки завдяки внутрішньому середовищу, а саме існуючій системі управління воно може скерувати ці сили на формування конкурентних переваг і як наслідок – отримання прибутку. В умовах міжнародної діяльності, зокрема експорту, менеджмент підприємства, використовуючи сучасні управлінські технології, формує попит на продукцію, визначає ціни, контролює якість, орієнтує на дотримання національного та міжнародного законодавства, забезпечує виконання регуляторних вимог, активізує співпрацю з вітчизняними та зарубіжними інституціями, та в підсумку, досягаючи ефективності, забезпечує конкурентний розвиток підприємства (рис. 1).

Оцінюючи протягом останніх років основні позиції українського експорту, у 2016 році у структурі товарного експорту продовжували переважати чорні метали – 19,9 % від загального обсягу експорту, зернові культури – 16,7 %, жири та олії тваринного або рослинного походження – 10,9 %, електричні машини – 5,7 %, руди, шлак і зола – 5,4 %, механічні машини – 4,3 % та насіння і плоди олійних рослин – 4,2 % [11]. Натомість експорт у розвинутих країнах орієнтується на продукцію машинобудування, комп'ютерні технології, програмне забезпечення.

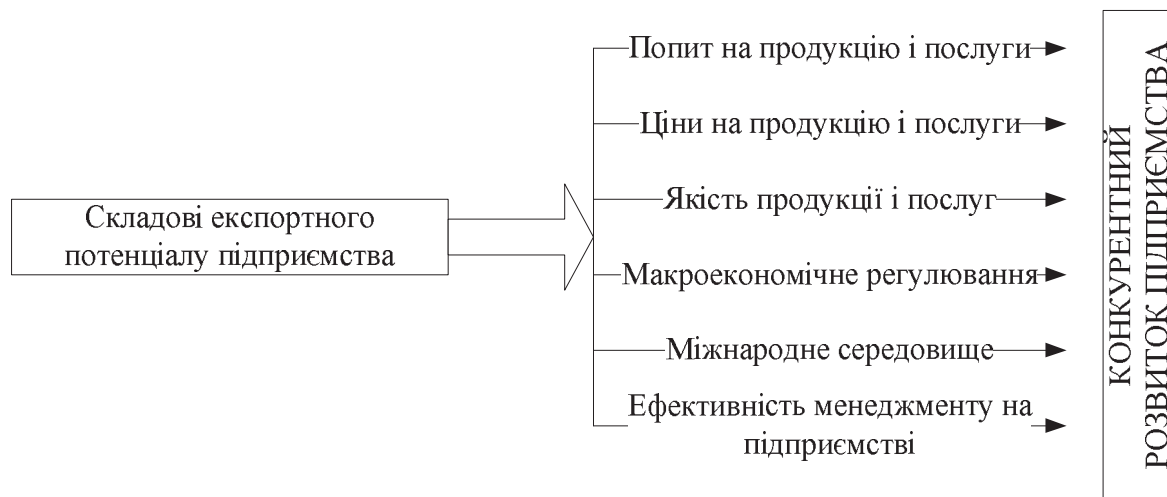


Рис. 1. Складові формування експортного потенціалу підприємства
Джерело: сформовано автором

Fig. 1. Components of the formation of the export potential of the enterprise

Відтак сьогодні на особливу увагу заслуговує питання формування та підтримання пріоритетів експортної діяльності вітчизняних підприємств, що відповідають зростанню частки товарів із створеною високою доданою вартістю.

В Івано-Франківському регіоні значним експортним потенціалом володіє компанія “Карпатнафтохім” – виробничий комплекс, у структурі виробництва якого біля 60 відсотків продукції експортується. Слід зазначити, що попит на продукцію є визначальним індикатором експортного потенціалу. Його значення характеризує здатність підприємства задовольняти платоспроможний попит на власну продукцію на внутрішніх і зовнішніх ринках збуту. В сучасних умовах формування попиту на продукцію необхідно здійснювати із урахуванням створюваної доданої вартості. Це формує конкурентні переваги, збільшує валютні надходження, сприяє якісним структурним змінам. Серед асортименту продукції зазначеної компанії до продуктів із високим рівнем доданої вартості відноситься полімерна продукція.

Ринок полімерів – це ринок напівфабрикатів, призначених для виробництва товарів широкого вжитку, які широко використовуються у різних галузях народного господарства, зокрема виробництві труб, кабельно-провідникової продукції, плівки, упаковки, штучних замінників шкіри та інших товарів, сировиною для отримання яких є вуглеводнева сировина. До полімерної продукції відносять поліетилен та полівінілхлорид різних видів та марок. ТЗОВ “Карпатнафтохім” має проектні потужності з випуску ПВХ-С в обсязі 300 тис. тонн на рік. В даний час компанія є єдиним вітчизняним виробником цієї полімерної сировини. Попри сприятливу ринкову кон’юнктуру підприємство у зв’язку із низкою політичних та економічних загроз призупинило свою діяльність протягом 2013-2017 років. Разом з тим, за статистичними даними в Україну в 2016 році було імпортовано 110,52 тис. тонн даного продукту, що складає біля 37 відсотків потужностей підприємства. Таким чином, продукція користується попитом на внутрішньому ринку. Окрім цього, досвід експортної діяльності засвідчує, що підприємство має значний потенціал експорту в країни СНД, на азіатський ринок (рис. 2).

Зазначене вище дозволяє підсумувати, що формування експортного потенціалу залежить від виробничих потужностей підприємства та спроможності продукції задовольняти попит, а також наявності потенційних ринків збуту, готових розподіляти експортовану продукцію. В умовах жорсткої конкуренції визначальною конкурентною перевагою на ринку промислової продукції є якість продукції.

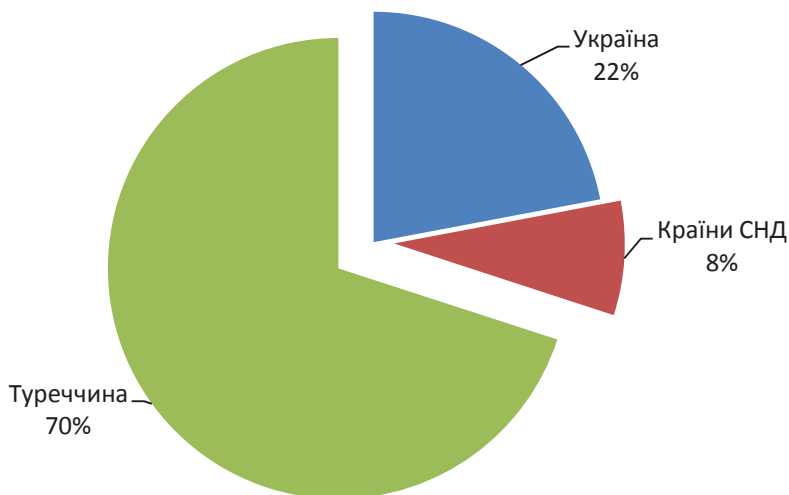


Рис. 2. Структура ринків реалізації ПВХ-С ТзОВ “Карпатнафтохім”
Джерело: [12]

Fig. 2. Structure of PVC-C implementation markets for Karpatnaftokhim Ltd.

Відтак створення в Україні нових, високоякісних, високотехнологічних виробництв є визначальним чинником формування експортного потенціалу вітчизняних підприємств.

Слід зазначити, що організація експортної діяльності є складним процесом, який охоплює не тільки процедури виробництва та реалізації продукції, але і процеси постачання необхідної для виробництва експортоорієнтованої продукції сировини. Посилаючись на досвід згаданого підприємства можна узагальнити, що у питаннях підтримання експортоорієнтованих підприємств вагома роль відводиться макроекономічному регулюванню. Зокрема, Кабінет міністрів Постановою № 299 від 26 квітня 2017 року встановив для “Карпатнафтохім” щорічні квоти на безакцизне ввезення і закупівлю сировини для виробництва: зріджений газ – 1070 млн л, прямогонний бензин – 1170 млн, дизельне паливо – 985 млн літрів. Переробка кожного із зазначених обсягів може забезпечити випуск 250 тис. тонн етилену на рік [14]. Це створює сприятливі умови для виробництва нафтопереробної продукції на експорт.

Врахування діючих і потенційних конкурентів має вагомим значенням на формування експортного потенціалу підприємства, зміцнюючи чи послаблюючи його. Особливо складною є ситуація, коли ринок певної продукції в країні є імпортозаміщеним, тобто формується головним чином за рахунок імпорту, а не виробництва на вітчизняних підприємствах. На рис. 3 представлено співвідношення попиту на продукцію ПВХ-С в Україні та основного джерела його заміщення – імпорту.

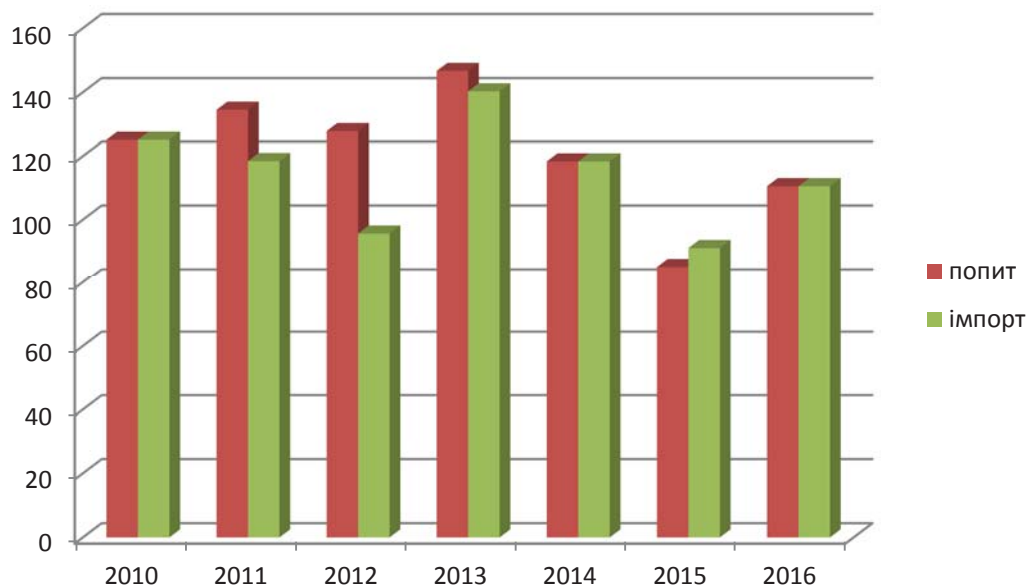


Рис. 3. Співвідношення попиту та імпорту на ПВХ-С в Україні, тис. тон

Джерело: [13]

Fig. 3. Supply and import of PVC-S in Ukraine, ths. tons

Потужності на ТОВ “Карпатнафтохім” з виробництва ПВХ-С дозволяють не тільки сформувати національний ринок полімерної продукції, але і створити конкурентоспроможне виробництво, здатне займати ніші на зовнішніх ринках збуту. На рис. 4 представлено структуру імпорту ПВХ-С у розрізі ключових гравців ринку полімерної продукції.

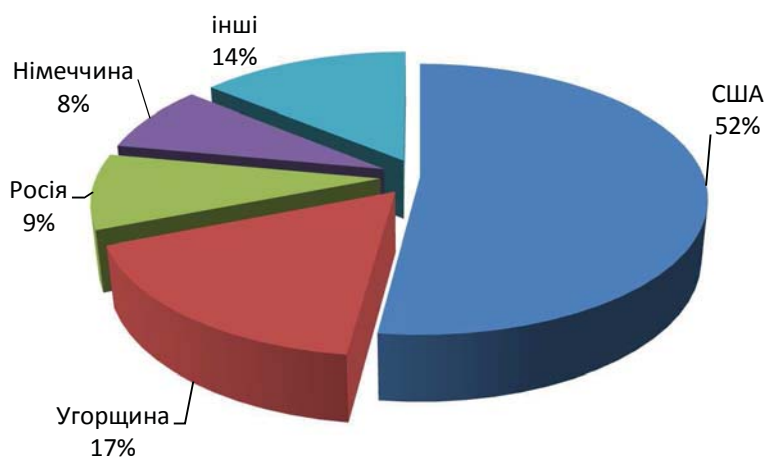


Рис. 4. Структура імпорту ПВХ – С у 2016 році

Джерело: [13]

Fig. 4. Structure of imports of PVC - C in 2016

Отже, формування конкурентоздатного виробництва в Україні дозволить не тільки активізувати ділову активність на внутрішньому ринку, але і дасть змогу потіснити на українському ринку зарубіжних конкурентів й значно послабити їх позиції. Це сприятиме формуванню експортного потенціалу підприємства та просуванню його продукції на зовнішні ринки збуту. Дієвими критеріями

конкурентних переваг є привабливість ціни на продукцію, ємність і преміальність ринку.

Слід зазначити, що важливою складовою експортного потенціалу підприємства є його менеджмент як система технологій та інструментів управління діяльністю, що дозволяє вірно формувати пріоритети розвитку та вибирати шляхи їх досягнення з врахуванням ситуацій, які постійно виникають в умовах турбулентності середовища його функціонування. Ефективність управлінської діяльності у значній мірі залежить від результативності роботи менеджерів різних рівнів управління, що беруть на себе відповідальність приймати якісні рішення та докладають максимум зусиль для їх ефективного виконання. Власне розвиток людських ресурсів на підприємстві, як свідчить світова практика, дозволяє досягати ефективності управління. А в умовах глобалізації та активізації зовнішньоекономічної діяльності, зокрема експортної, людські ресурси та управління ними формує ту конкурентну перевагу, що дозволяє підприємствам займати та утримувати стійкі позиції на зовнішніх ринках збуту продукції.

Висновки. Таким чином, формування експортного потенціалу підприємства є необхідною умовою його розвитку, особливо коли підприємство орієнтовано на виробництво продукції, що потенційно має ринки збуту за кордоном. Здійснення експортної діяльності має ряд переваг, зокрема: нові ринки збуту, надходження валюти, необхідність дотримання технічних та якісних параметрів продукції, що робить її конкурентоспроможною, досвід роботи з дійсними та потенційними іноземними партнерами, зміцнення іміджу підприємства. Можливість їх досягнення залежить від того, наскільки активно підприємство працює над формуванням експортного потенціалу та знає і вміє його ефективно використовувати. Важливим інструментом у цьому випадку виступає менеджмент підприємства, який базується на людських ресурсах. Саме людські ресурси є запорукою реалізації тих змін, які необхідні для формування та зміцнення експортного потенціалу вітчизняних підприємств.

1. Мельник О. Г. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу / О. Г. Мельник // Проблеми економіки. – 2017. – № 1. – С. 226–231.
2. Князь С. В. Експортний потенціал підприємства в системі системи менеджменту природоохоронної діяльності / С. В. Князь, Н. М. Байдала, Р. Б. Вільгуцька // Ефективна економіка. – 2013. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Байдала Н. М. Експортний потенціал: сутнісна характеристика, фактори формування та механізми стимулювання / Н. М. Байдала // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів: Вид-во Львівської політехніки. – 2011. – С. 153–154.
4. Піддубна Л. І. Експортний потенціал підприємства: сутність і системні імперативи формування та розвитку / Л. І. Піддубна, О. А. Шестакова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 37. – С. 223–229.
5. Стахорський О. О. Вплив інновацій на формування експортного потенціалу аграрних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Херсон. – 2010. – 20 с.
6. Hessels J. Entrepreneurship, Export Orientation, and Economic Growth / J. Hessels, A. van Stel // Small Business Economics. – 2011. – № 37 (2). – p. 255–268.
7. Giles J. A. Export-led Growth: A Survey of the Empirical Literature and Some Non-causality Results. Part 1. / J. A. Giles, C. L. Williams // Journal of International Trade and Economic Development. – 2000. – 9 (3). – p. 261–337.
8. Giles J. A. Export-led Growth: A Survey of the Empirical Literature and Some Non-causality Results. Part 2. / J. A. Giles, C. L. Williams // Journal of International Trade and Economic Development. – 2000. – 9 (4). – p. 445–470.
9. Полянська А. С. Пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств нафтогазового комплексу на шляху до інтеграції вітчизняного ПЕК у європейський економічний простір / А. С. Полянська // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. – 2013. – № 2. – С. 13–20.

10. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс. – 2005. – 715 с.
11. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2016 році: Статистичний збірник; відп. за випуск А. О. Фризоренко, 2017. – 152 с.
12. Ринки збуту та використання продукції ТОВ “Карпатнафтохім”. Офіційний сайт компанії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.knh.com.ua/product.shtml#hik>.
13. Маркет Репорт. Україна. ПВХ. Ежемесячный обзор. Февраль 02, 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mreplast.com/>
14. Про отримання вироблених в Україні, ввезення в Україну легких та важких дистилатів, скрапленого газу і бутану для використання як сировини для виробництва етилену // Постанова Кабінету міністрів № 299 від 26 квітня 2017 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/>

References

1. Mel'nyk, O. “The export potential of the enterprise: the essence and methodological bases of analysis.” *Problems of economics*, no. 1, 2017, pp. 226-231.
2. Knyaz, S., Bayda, N., and R. Vil'guts'ka. “Export potential of the enterprise in the system of environmental management system.” *Effective Economics*, no. 8, 2013, www.economy.nayka.com.ua. Accessed 10 May 2017.
3. Baidala, N. “Export potential: essential characteristic, formation factors and mechanisms of stimulation.” *Modern problems of economics and management: thesis of International Scientific Practical Conference, Polytechnic*, 2011, pp. 153-154.
4. Poddubna, L., and O. Shestakov. “Export potential of the enterprise: the essence and system imperatives of formation and development.” *Bulletin of economy of transport and industry*, no. 37, 2012, pp. 223-229.
5. Stakhorsky, O. *Influence of innovations on formation of export potential of agrarian enterprises: author's abstract*. Dissertation, 2010.
6. Hessels, J., and A. van Stel. “Entrepreneurship, Export Orientation, and Economic Growth.” *Small Business Economics*, no. 37 (2), 2011, pp. 255-268.
7. Giles, J. A., and C. L. Williams. “Export-led Growth: A Survey of Empirical Literature and Some Non-causal Results. Part 1.” *Journal of International Trade and Economic Development*, no. 9 (3), 2000, pp. 261-337.
8. Giles, J. A., and C. L. Williams. “Export-led Growth: A Survey of Empirical Literature and Some Non-causal Results. Part 2. ” *Journal of International Trade and Economic Development*, no. 9 (4), 2000, pp. 445-470.
9. Polyanska, A. “Priorities of development of foreign economic activity of enterprises of oil and gas complex on the way to integration of domestic fuel and energy in the European economic space.” *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*, no. 2, 2013, pp. 13-20.
10. Porter, M. *Competitive Advantage: How to achieve a high score and ensure its sustainability*, Alpina Biznes Buks, 2005.
11. *Foreign trade of Ukraine in goods and services in 2016. Statistical collection*, 2017.
12. “Markets of sales and use of products of Karpatnaftokhim LTD”. Official site of the company "Karpatnaftokhim", www.knh.com.ua/product.shtml#hik. Accessed 10 May 2017.
13. “Ukraine PVC Monthly review. February 02, 2017.” Market Report Company, www.mreplast.com. Accessed 10 May 2017.
14. “About reception of made in Ukraine, Import of light and heavy distillates, liquefied gas and butane, for use as raw materials for ethylene production. Cabinet of Ministers Decree on Apr. 26, 2017 № 299.” Official site of the Verkhovna Rada of Ukraine, zakon2.rada.gov.ua. Accessed 10 May 2017.

Рецензенти:

Петренко В. – д.е.н., професор кафедри публічного управління і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу;

Сус Т.Й. – к.е.н, доцент кафедри фінансів ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім.В.Стефаника”.