

СТРУКТУРИЗАЦІЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ОСНОВІ ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДОВИХ ЙОГО ЗАГАЛЬНОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РЕСУРСУ

Здійснено дослідження підходів різних вчених щодо структуризації експортного потенціалу, проведено відповідний аналіз. Запропонована власна структуризація експортного потенціалу. Досліджено складові конкурентоспроможного ресурсу, що є основою експортного потенціалу будь-якого суб'єкта економіки.

Research of approaches of different scientists is carried out in relation to structuring of export potential, the proper analysis is conducted. Own structuring of export potential is offered. The constituents of competitive resource, which are basis of export potential of any subject of economy, are investigated.

Ключові слова: потенціал, експортний потенціал, конкурентоспроможний ресурс, структуризація експортного потенціалу.

Вступ. З метою забезпечення ефективної роботи певного механізму за різних навколишніх умов, здійснення його належного обслуговування, а у разі потреби – вчасного і якісного ремонту чи переходу на інший режим роботи, механік має досконало знати щонайменше: будову цієї машини, взаємозв'язок між усіма деталями та системами, їх призначення та функції, вимоги до експлуатації механізму, його реакцію на зовнішні впливи та внутрішні зміни. Такі знання у поєднанні з відповідними навиками, інтуїцією, здійсненням активних досліджень, спрямованих на удосконалення цієї механічної системи – шлях до задоволення зростаючих потреб людей, суспільства. Якщо перенести все зазначене зі сфери механіки у сферу економіки, то зміст залишиться таким самим, зміниться лише об'єкт дослідження з механічної системи на економічну. У нашому випадку це експортний потенціал, який також має свої складові, що виконують певні функції, реагують на виклики ззовні.

Основний розділ. Згідно з трактуванням, наведеним у Великому тлумачному словнику сучасної української мови, структура – це взаєморозміщення та взаємозв'язок складових частин цілого [1, с. 641]. Під структурою системи, якою і є експортний потенціал, розуміють мережу найсуттєвіших, стійких зв'язків між її елементами. Структура виражає не всю сукупність зв'язків об'єкта, а тільки його важливіші зв'язки, тобто структура є розгорнуте вираження сутності [2, с. 13].

Питанню структуризації потенціалу присвячена значна кількість наукових робіт таких відомих вчених як Федонін О.С., Бузько І.Р., Воронкова А.Е., Репіна І.М., Олексюк О.І., Попов І.В., Лапін Є.В., Гавва В.М., Ілляшенко С.М., Канигін Ю.М. та інших. Разом з тим, структурування саме експортного потенціалу залишається найменш розробленою та достатньо дискусійною темою. В наукових роботах представлені лише окремі розрізнені точки зору на це питання, натомість єдиного комплексного підходу до цієї проблеми досі не існує. Для підтвердження наведемо низку прикладів, але у світлі сказаного варто зважати на те, що у деяких із них розглядається експортний потенціал абстрактної економічної системи, у інших – експортні потенціали різних за рівнем економічних суб'єктів (країни, регіону, підприємства).

Так Байрак В.М. вважає, що повний експортний потенціал складається із суми використаних і ще невикористаних ресурсів, а також з організаційних, матеріально-технічних (у т.ч. технологічних), фінансових, кадрових та інформаційних ресурсів, що можуть бути залучені для збільшення обсягів експорту.

При розгляді ресурсної основи експортного потенціалу, на думку цього вченого, необхідно розрізняти: по-перше, наявність ресурсів, які визначають науково-технічний, технологічний та фінансовий стан галузі; по-друге, наявність маркетингових та організаційно-управлінських можливостей, як особливого виду ресурсів [3].

На думку Бойка С.М., експортний потенціал є визначальною можливістю рівноваги виробничого і споживчого потенціалів. При цьому виробничий потенціал є можливостями виробити і довести до реалізації максимальний обсяг продукції, а споживчий потенціал вказує на потенційні можливості підприємств щодо її переробки [4].

Крижановський М.М. вважає, що експортний потенціал країн формується не лише за рахунок виробництва конкурентоспроможної продукції: він включає також капітали (інвестиції), природні ресурси, послуги, технології тощо, і навіть трудові ресурси – все те, що може стати предметом міжнародного обміну на ринкових умовах [5].

Крушніцька Г.Б. переконана, що експортний потенціал регіону виступає як складноорганізована динамічна система, яка має структуру у вигляді трьох підсистем: внутрішнього потенціалу регіону, потенціалу експортних бар'єрів та потенціалу зарубіжних ринків, але одночасно є підсистемою експортного потенціалу країни, а отже рівень розвитку експортної діяльності країни залежить від наявних експортних потенціалів регіонів [6].

За дослідженнями Пепи Т.В. експортний потенціал – це частина виробничого потенціалу країни, реалізація результатів діяльності якого здійснюється у сфері зовнішньоекономічних зв'язків, це – обсяг благ, які країна може реалізувати за свої межі при відповідних обмеженнях без збитків для себе і з можливістю максимізації прибутку [7].

Серовою Л.П. запропоновано елементно-функціональну структуру експортного потенціалу підприємства, яка складається з трьох блоків: підприємство, внутрішнє середовище країни-господарки, зовнішнє середовище, що розглядаються на двох рівнях – реальному та гіпотетичному [8].

У роботі Стичішина П.П. експортний потенціал системи визначається: а) виробничо-технологічним потенціалом системи, як здатності її до випуску продукту у кількості, якості та ціні відповідно до вимог цільового ринку; б) маркетинговим потенціалом системи, як сукупності її засобів та можливостей у міжнародній маркетинговій діяльності щодо просування конкретного продукту на конкретний ринок. Своєю чергою виробничо-технологічний потенціал включає технічні ресурси (структура, техніко-економічний та науково-технічний рівень виробничого обладнання, основного та допоміжного матеріалу, основних фондів, сировини тощо), використання технічних ресурсів (фондовіддача, ресурсоемність виробів), науково-технологічні ресурси (інвестиції в науково-дослідницькі та конструкторські розробки, їх перспективність, конкурентоздатність, інформаційне забезпечення науково-технічного пошуку та управління виробництвом), кадрові ресурси (кваліфікація робітників та службовців, їх адаптаційна здатність до змін в цілях і завданнях підприємства), ресурси управління (характер та гнучкість управлінської системи, швидкість проходження управлінських рішень тощо), фінансові ресурси (стан активів, наявність кредитних ліній тощо). Складовими маркетингового потенціалу є здатність до макроекономічного аналізу ситуації на міжнародному ринку, здатність до своєчасного виявлення актуальних проблем розвитку цільового ринку, здатність до аналізу кон'юнктури цільового ринку, здатність до розробки та реалізації конкурентоздатних маркетингових стратегій, кадрові та інформаційні маркетингові ресурси, фінансові ресурси по забезпеченню маркетингової діяльності. Таким чином, експортний потенціал розглядається як функція від виробничо-технологічного та маркетингового потенціалу. [9].

Отже існує багато підходів та думок щодо структурування експортного потенціалу. Такий плюралізм, на нашу думку, зумовлений різноманітністю цілей, що переслідуються авторами-дослідниками експортного потенціалу (рис. 1).



Рис. 1. Підходи різних науковців щодо структурування експортного потенціалу

Прихильники ресурсного підходу розглядають структуру експортного потенціалу під кутом зору наявності певних ресурсів. До таких вчених належить Фомишин С.В. та Байрак В.М. Значна когорта науковців експортний потенціал трактує через сукупність можливостей випускати конкурентоспроможну продукцію, створювати певний ефект, досягати поставленої мети. У такому випадку складові експортного потенціалу визначаються функціональними можливостями. Такої точки зору дотримуються Стичішин П.П., Серова Л.П., Крушніцька Г.Б., Пепа Т.В. та інші. Ми найраціональнішим вважаємо змішаний підхід, коли структуризація експортного потенціалу здійснюється з урахуванням як ресурсного, так і функціонального підходів.

Переконані, що структуризацію експортного потенціалу варто здійснювати на основі трактування сутності об'єкта дослідження. Уважно розглядаючи наше визначення [10], досить просто можна його розбити на змістові компоненти, які легко вибудовуються у логічно-сміслову схему (рис. 2).

Якщо друга частина цієї логічної схеми достатньо зрозуміла і складається з елементарних частин, то обсяг конкурентоспроможного ресурсу – на нашу думку, є складною системою і потребує подальшого вивчення. Аналіз запропонованих прикладів структуризації експортного потенціалу дозволяє виокремити групу компонентів, які, на нашу думку, можуть слугувати базовими структурними елементами сукупного конкурентоспроможного ресурсу, що, за нашим визначенням, є основою експортного потенціалу будь-якої економічної системи. Вважаємо, що до таких складових належить віднести: фінансовий, виробничий, маркетинговий, організаційно-управлінський, трудовий, інноваційний та інформаційний конкурентоспроможні ресурси, що в загальному становлять сукупний конкурентоспроможний ресурс певного економічного суб'єкта. Кожен із зазначених компонентів, на нашу думку, має свої специфічні завдання, мету та функції, може піддаватися різним впливам та викликати збільшення або зменшення обсягу сукупного конкурентоспроможного ресурсу і як наслідок – призводити до позитивних чи негативних змін експортного потенціалу. Розглянемо кілька прикладів.

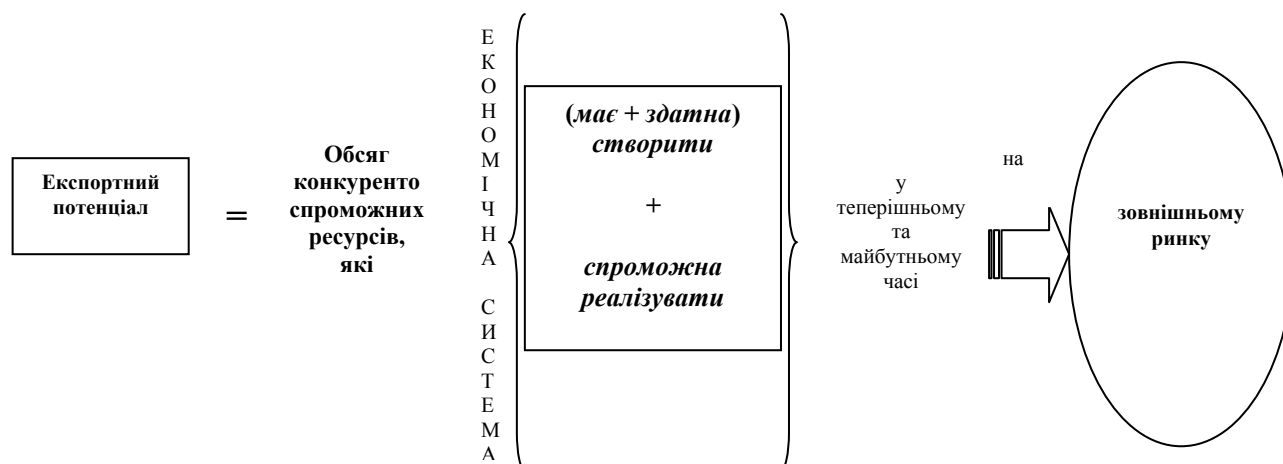


Рис. 2. Логічно-сміслова схема структури експортного потенціалу

Так фірми, що виходять на міжнародну арену зіштовхуються з безліччю фінансових проблем, зокрема, яку методику фінансування експорту слід обрати, які саме види діяльності фінансувати, яким чином можна сплатити експортний кредит, як його застрахувати. Ускладнюють процес прийняття оптимальних рішень щодо здійснення експортної діяльності відмінності в режимах оподаткування, використання різними країнами валюти різного рівня конвертованості, існування різноманітних ризиків фінансового характеру.

Тож стосовно організаційно-управлінської складової експортного потенціалу. Реалізація фірмою або іншим суб'єктом економіки мультиринкової, міжнародної, глобальної чи транснаціональної стратегії міжнародного бізнесу вимагає дотримання певних вимог щодо організаційної структури та системи управління. До прикладу, фірма "Philips" значний період свого існування керувалася мультиринковою стратегією, якій відповідала певна організаційна структура та система управління. Проте через деякий час в галузі з'явилися японські конкуренти з глобальною стратегією міжнародного бізнесу. За такої ситуації фірма "Philips" змушена була перейти до транснаціональної стратегії з типовою для такої стратегії матричною організаційною структурою. Однак принципів матричної структури працівники реально не дотримувались, тому через деякий час фірма почала зазнавати значних збитків. Коли ж вимоги матричної організаційної структури почали виконуватись фактично становище фірми значно покращилось [11].

Як уже зазначалося, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності значну роль відіграє інформаційна складова експортного потенціалу, яка теж має бути конкурентоспроможною. І чим вищий рівень цієї конкурентоспроможності, тим більше експортних можливостей у підприємства або іншої економічної системи. Адже не викликає сумніву, що відсутність інформації щодо різноманітних можливостей на міжнародному ринку, недостатня поінформованість експортера, особливо, стосовно країни з іншою мовою, культурою, традиціями та менталітетом, законодавчою базою, економічною та грошовою системою є не лише значною перешкодою реалізації наявних та потенційних експортних можливостей будь-якого економічного суб'єкта, але крім того, примножує кількість ризиків, і як результат може призвести до небажаних наслідків. З цього приводу корисною є практика уряду США. Всю інформацію експортерам у них надає Міжнародна асоціація торгівлі та Агенція комерційних послуг, що підпорядковуються Департаменту торгівлі США. Ще одним варіантом вирішення окресленої проблеми є використання послуг спеціально створеної компанії управління експортом.

Щодо маркетингу. Невдачі експортерів-початківців часто пов'язують з непрофесійним аналізом ринку, невмінням зрозуміти і передбачити смаки та уподобання іноземного покупця, запропонувати ефективну програму розподілу, організувати потужну кампанію стимулювання продажів тощо [12]. Це говорить про значимість маркетингової складової, винятковість якої виявляється у визначенні незайнятої ринкової ніші, у розробці продукції, яка б могла її заповнити, що своєю чергою свідчить про наявність значних потенційних можливостей саме у цьому структурному елементі експортного потенціалу.

Наступне, до чого хотілося б привернути увагу, це те, що очевидним є той факт, що розробка та впровадження будь-якої інноваційної продукції чи технології, без чого сьогодні не обійтись, є досить ризикованою діяльністю. Комерціалізація новацій може принести як лідируючі конкурентні позиції та значний прибуток, так і призвести до значних збитків та втрат. Тобто інновація може стати причиною як значних позитивних, так і деструктивних змін. Темпи розвитку новітніх технологій постійно зростають, як наслідок – життєвий цикл продукції значно скорочується. Для того, щоб мати можливість утримувати свою конкурентну позицію недостатньо забезпечувати суб'єкт інвестиціями та кваліфікованим персоналом. Також необхідно встановити міцний зв'язок між науково-дослідною діяльністю, виробництвом, фінансовим забезпеченням, ефективним маркетингом. Здійснити таку інтеграцію без об'єктивної інформації експортеру особливо важко, адже відповідний суб'єкт функціонує на ринку, де смаки та уподобання споживачів різних країн можуть кардинально відрізнятись. Ще один аспект щодо запровадження інновацій, на якому вважаємо за необхідне акцентувати увагу, останнім часом досить популярний. Він стосується розробки і впровадження новацій з

високим ступенем екологічності та економічної ефективності, до яких належать продуктивні інновації, енергоощадні, маловідходні або безвідходні та екологічно безпечні технології. Учені наголошують, а життя переконує, що наразі саме такі інновації значно посилюють конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, у тому числі й на зовнішньому ринку, що свідчить про їх позитивний вплив на експортний потенціал таких економічних суб'єктів. Тому нині особливо гостро постає питання щодо прийняття ефективних управлінських рішень стосовно зростання виробництва, підвищення його економічної ефективності, конкурентоспроможності з урахуванням екологічного та ресурсозберігаючого факторів.

Тож аналіз викладеного у наведених прикладах, а також аналогічна інформація з багатьох інших джерел дозволяють зробити висновок про те, що перелічені вище структурні елементи складають сукупний конкурентоспроможний ресурс певної економічної системи не за принципом “мозаїки” або звичайної математичної суми, як показано на схемі I. Адже частина із зазначених складових перетинаються або, точніше, накладаються, як це продемонстровано на схемі II (рис. 3). На нашу думку, у найзагальнішому вигляді графічне зображення структури конкурентоспроможного ресурсу, який є основою експортного потенціалу будь-якої економічної системи, має форму сфери. Така форма репрезентує усі напрями діяльності економічного суб'єкта, разом з тим вона не є достатньо наглядною. Крім того, для проведення оцінки сукупного конкурентоспроможного експортного ресурсу суб'єкта економіки сферичною формою не зовсім зручно користуватися, тому вважаємо, що саме схема II є оптимальним варіантом графічного зображення сукупного конкурентоспроможного ресурсу будь-якої економічної системи.

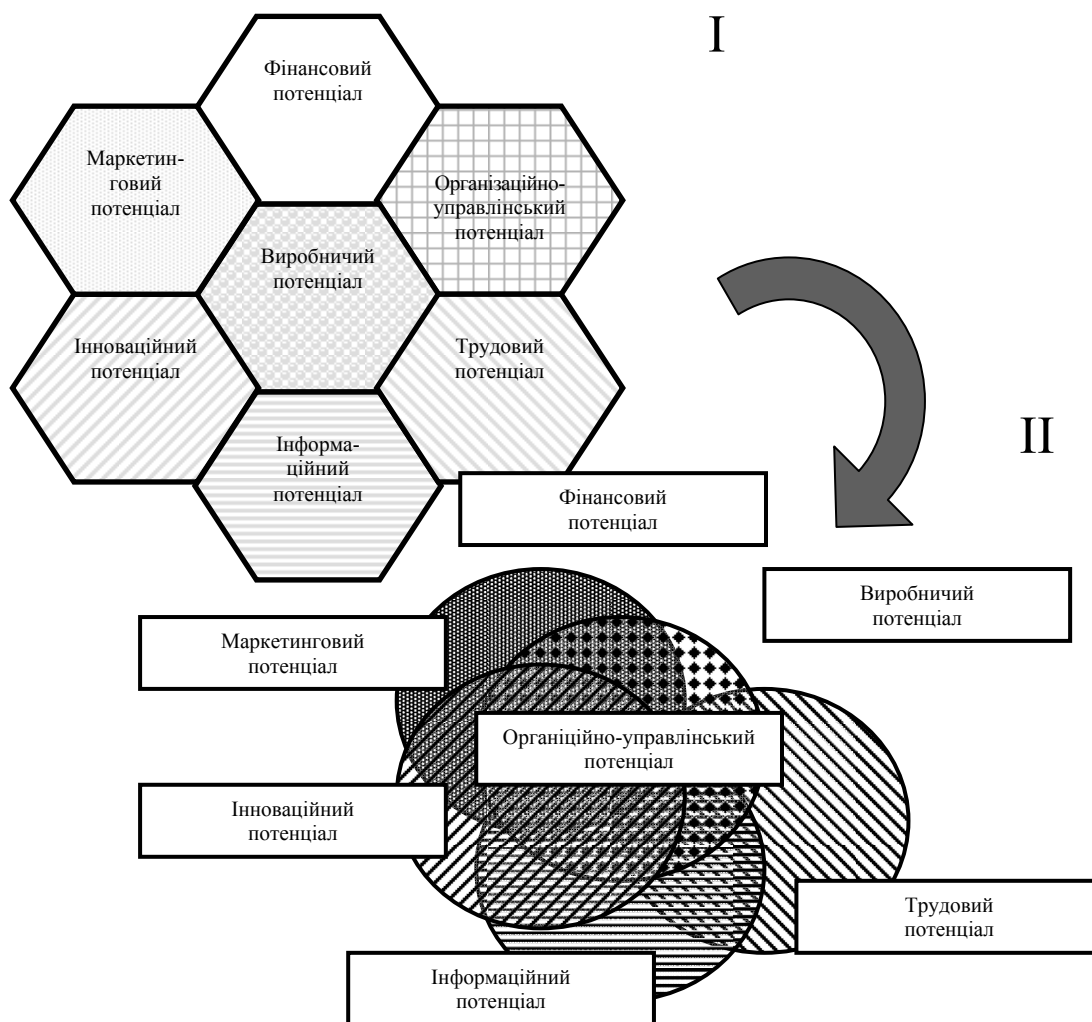


Рис. 3. Комбінування елементів експортного потенціалу

Наведемо ще кілька тез, що підтверджують наш висновок про інтеграцію окремих складових сукупного конкурентоспроможного ресурсу. Кандидат економічних наук Т. Мельник у одній із праць стверджує: “...У виробничому потенціалі втілене ядро підвищення конкурентоспроможності продукції, оскільки поєднання інвестування в нові технології й обладнання, розвинутої наукової бази та реалізації наукових розробок безпосередньо у виробництво та відповідного рівня кваліфікації кадрів забезпечує можливості зростання випуску нової високотехнологічної наукомісткої продукції, модернізації “старої” традиційної продукції...” [13].

У роботі російського вченого Ю. Канігіна наголошується на тому, що жодні інновації неможливі без наявності та аналізу широкого спектра інформації, особливо, коли йдеться про перспективи експортування суб'єктом економіки продукції, послуг тощо. Зокрема з цього приводу зазначається, що без достовірної та релевантної інформації стає неможливим застосування стратегії постійних нововведень [14]. Вважаємо за доцільне поглибити думку цього поважного науковця, наголошуючи на тому, що зазначені нововведення стосуються усіх напрямів діяльності суб'єкта економіки (організаційно-управлінської, виробничої, фінансової, маркетингової тощо), з чого випливає, що інформаційна складова потенціалу певної економічної системи пов'язана не лише з інноваційною, а й з усіма іншими складовими загального потенціалу суб'єкта економіки, у т.ч. й експортного.

На підтримку такого умовиводу можна також навести тезу доктора економічних наук С.М. Ілляшенка про те, що "...у загальному випадку необхідно є інформація таких видів: характеристики споживачьких запитів, загальна ситуація на ринку, рівень конкурентної боротьби, найбільш перспективні напрями розвитку НТП, характеристики економічного, політичного, правового, соціального, технологічного, екологічного і т.д. середовищ господарювання, характеристики власного підприємства і підприємств-конкурентів тощо" [15, с. 183].

Перш, ніж перейти до наступного етапу викладу наших міркувань вважаємо за необхідне наголосити на вкрай важливому, навіть, визначальному моменті, який полягає у тому, що сутності понять "потенціал" та "експортний потенціал" далеко не ідентичні. І якщо зміст першого з них значно ширший, то основною рисою другого, ми переконані, є його зовнішньоекономічна спрямованість. Тому надалі, про щоб не йшлося, який би елемент нашого об'єкта дослідження не розглядався, мається на увазі, що все це певним чином або у певний спосіб пов'язується із зовнішньоекономічною діяльністю.

Поглиблюючи далі наші дослідження у напрямі пошуку нових деталей, що стосуються структуризації експортного потенціалу, ми прийшли до висновку, що більшість із його основних компонентів, названих вище, мають по кілька складових. З цього приводу наведемо міркування окремих науковців, не звертаючи уваги на відсутність у деяких формулюваннях уточнення "експортний" до поняття "потенціал" та незважаючи на рівень економічного суб'єкта, який розглядається.

Відповідно до трактування Лапіна С.В., структурними елементами виробничого потенціалу є потенціал:

– технічний, який характеризується кількістю та якістю засобів праці, їх прогресивною структурою (співвідношення активної та пасивної частин) виробничих засобів, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів.

– технологічний, який визначається рівнем прогресивності технологій виробництва, товарів, робіт і послуг, що застосовуються, а також характеризується показниками ресурсомісткості та якості продукції, що виготовляється.

– природно-ресурсний, що визначається величиною природних ресурсів, якими володіє і розпоряджається підприємство і які використовуються або можуть бути використані ним в процесі виробництва продукції.

– нематеріальних активів – сукупність прав (придбаних чи створених підприємством): прав користування природними ресурсами (землею, надрами, водними ресурсами тощо), природними умовами, інформацією про природне середовище; прав користування майном (прав на користування земельною ділянкою, прав на оренду приміщення, обладнання тощо), прав на об'єкти промислової власності (на винаходи. Корисні моделі, промислові зразки, "ноу-хау" тощо); авторських прав [16, с. 171].

Свої висновки стосовно складових маркетингового потенціалу оприлюднили вчені: В. Баранчєєв, С. Стрижков [17, с. 42, 45–47], Е. Попов [18, с. 31–32], П. Стицишин [19]. На думку В.Л. Гури, в межах маркетингового потенціалу слід виділяти збутовий, логістичний та ринковий (абсолютна межа попиту на продукцію підприємства, характеризує ступінь відповідності внутрішніх можливостей розвитку господарюючого суб'єкта зовнішнім, що генеруються ринковим середовищем [20, с. 226]) потенціал [21, с. 198].

Щодо складових інноваційного потенціалу, то про це йдеться у Федоніна О.С., Рєпіної І.М., Олексюка О.І. [22, с. 14]. Дещо повнішим, на нашу думку, є трактування С.М. Ілляшенка [23], але ми переконані, що найсуттєвішими складовими інноваційного потенціалу з точки зору його розгляду як частини експортного потенціалу є науково-дослідна, науково-технічна та інтелектуально-новаторська. Науково-дослідна характеризується спроможністю підприємства здійснювати науково-дослідну роботу (розробляти нову та модифіковану продукцію, техніку, технологію тощо). Науково-технічна складова свідчить про можливість підприємства випускати нову продукцію, запроваджувати нові досягнення науки, техніки, новітні технології тощо, тобто вона пов'язана з реалізацією різноманітних нововведень, інтелектуально-новаторська – акцентує увагу на здатності персоналу підприємства продукувати інновації, відповідно до трактування Мельника Л.П. це люди і притаманні їм здібності виконувати фізичну й інтелектуальну роботу щодо створення інновацій [24, с. 38].

Інформаційна складова відображає інформаційну забезпеченість підприємства, ступінь повноти, точності і суперечливості інформації, необхідної для прийняття ефективних інноваційних рішень. Це вимагає:

– забезпечення поінформованості про зміни у правовому полі;

– розширення мережі інформування про динаміку кон'юнктури на провідних світових ринках, умови діяльності на них;

– інформування щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності органів влади;

– надання інформаційно-методичної підтримки щодо участі економічних суб'єктів у міжнародних виставках, ярмарках, а також проведення спеціалізованих рекламних кампаній на перспективних ринках тощо.

Узагальнюючи сказане, інформаційну складову, на нашу думку, варто розглядати за двома основними напрямками поінформованості про внутрішнє і зовнішнє середовища економічного суб'єкта.

Фінансовий потенціал відповідно до визначення Бикова В.Г. та Ряснянського Ю.М. є сукупністю фінансових ресурсів, що беруть участь у виробничо-господарській діяльності, й характеризується можливістю їх залучення для фінансування майбутньої діяльності та певних стратегічних напрямів розвитку підприємства [25, с. 58].

Спираючись на твердження названих вчених, пропонуємо до структурних елементів фінансового потенціалу віднести: потенціал наявних фінансових ресурсів та їх використання та потенційні фінансові ресурси та потенційні можливості їх використання.

Вважаємо за необхідне привернути увагу до думки Є. Лапіна, який зазначає, що інвестиційний потенціал підприємства характеризується його здатністю формування власних та залучення ззовні інвестиційних ресурсів [16, с. 171]. Порівнюючи дві останні тези, а саме щодо компонентів фінансової та інвестиційної складових експортного потенціалу, погоджуємося з міркуваннями Федоніна О.С., Рєпіної І.М., Олексюка О.І. про те, що інвестиційний потенціал розглядають як головну складову фінансового. Адже ці науковці вважають, що фінансовий потенціал – це обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, що ними воно може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат. На думку вчених, інвестиційний потенціал є сукупністю наявних та прихованих можливостей підприємства для здійснення простого і розширеного відтворення [22, с. 16].

У різних джерелах відводиться значна роль і організаційно-управлінській складовій експортного потенціалу, яка характеризується наявністю раціональної організаційної структури, ефективної системи управління. Своєю чергою підсистему управління можна розглядати з точки зору якості здійснення планування, організування, контролю, мотивації та координації.

Неможливо обійти увагою і таку складову експортного потенціалу або точніше, конкурентоспроможного ресурсу як трудовий потенціал, що включає декілька статево-вікових груп працівників, які володіють різними потенційними можливостями. Він якісно характеризується освітнім і професійно-кваліфікаційним рівнем, стажем роботи за обраною спеціальністю. Важливими показниками трудового потенціалу підприємства є чисельність працівників і сукупний фонд робочого часу [26].

Модифікуючи визначення трудового потенціалу, поданого в указі Президента України від 3.08.1999 р., № 958/99 “Про основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року”, трудовий потенціал підприємства слід розглядати, як сукупну чисельність трудових ресурсів, які за певних ознак (стан здоров'я, психофізіологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір провадити трудову діяльність. Разом з тим, ми вважаємо, що серед складових трудового потенціалу доречним є виділення кадрового та інтелектуального потенціалу.

Кадровий потенціал – сукупність спроможностей працівників максимально ефективно виконувати свої обов'язки і виробляти високоякісні послуги, роботу, продукцію для задоволення потреб суспільства і досягнення цілей підприємства [27, с. 149].

Інтелектуальний потенціал – знання, які є в організації й можуть використовуватися для одержання переваги перед конкурентами. Це формалізований і зафіксований інтелектуальний матеріал, що використовується для виробництва [28].

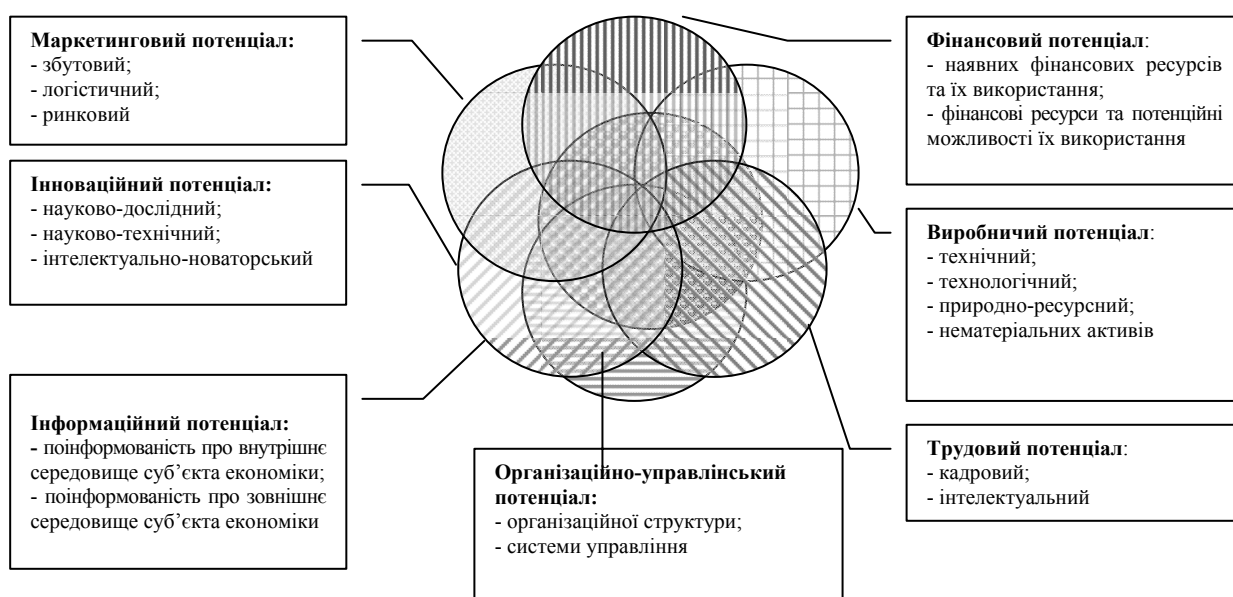


Рис. 4. Розгалужена схема конкурентоспроможного ресурсу

На основі викладеного пропонується більш розгалужена та деталізована схема сукупного конкуренто-спроможного ресурсу, яка, на нашу думку, може застосовуватися до суб'єкта економіки будь-якого рівня (рис. 4).

Висновки. Таким чином у статті ми розглянули складові експортного потенціалу та встановили взаємозв'язки між ними. А це дає можливість зробити висновки про те, що здійснення структуризації експортного потенціалу певної конкретної економічної системи потребує глибокого, всебічного та об'єктивного аналізу, який сприятиме виявленню сильних і слабких сторін цього суб'єкта, дозволить оцінювати рівень розвитку та конкурентоспроможності кожного компонента його сукупного експортного ресурсу, а також спрямує концентрацію зусиль менеджменту у найпріоритетнішому напрямі.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / За ред. В.Т. Бусел. – К., Ірпінь: Перун, 2007. – 1736 с.
2. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
3. Організаційно-економічні механізми підвищення експортного потенціалу інвестиційного комплексу України: автореф. дис... канд. екон. наук / Байрак В.М.; Українська академія зовнішньої торгівлі. – К., 2002. – 18 с.
4. Експортний потенціал ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки в Україні: автореф. дис... канд. екон. наук / С.М. Бойко; Нац. аграр. ун-т. – К., 2005. – 21 с.
5. Експортний потенціал України як фактор інтеграції в світогосподарській простір: автореф. дис... канд. екон. наук / Крижановський М.М.; Ін-т світової економіки і міжнародних відносин. – К., 2003. – 22 с.
6. Експортний потенціал регіону та шляхи покращення його використання (на прикладі Чернівецької обл.): автореф. дис... канд. екон. наук / Г.Б. Крушніцька; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2001. – 19 с.
7. Формування та використання експортного потенціалу харчової промисловості України: автореф. дис... канд. екон. наук / Пепа Т.В.; Рада з вивчення продуктивних сил України. – К., 2001. – 18 с.
8. Управління експортним потенціалом підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук / Л.П. Серова; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2002. – 21 с.
9. Експортний потенціал військово-промислового комплексу України: методичні аспекти оцінки та маркетинговий механізм його реалізації: автореф. дис... канд. екон. наук / Стичишин П.П.; Європ. ун-т фінансів, інформ. систем, менеджменту і бізнесу. – К., 2001. – 16 с.
10. Тюріна Н.М., Шелест Є.О. Сутнісні характеристики експортного потенціалу // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009.
11. Aguilar and Yoshino. "The Philips Group"; "Philips Fights the Flab" and R. Van de Krol, "Philips Wins back Old Friends" // Financial Times. – 1995 (july 14). – p. 14.
12. Ogbuehi A.O., Longfellow T.A. Perceptions of U.S. Manufacturing Companies Concerning Exporting // Journal of Small Business Management. – 1994 (october). – p. 37.
13. www.nbv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mep/2009_8_9/.../10_Melnu1.pdf
14. Каныгин Ю.М. Научно-технический потенциал (Проблемы накопления и использования). – Новосибирск: Наука, 1984. – 154 с.
15. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / За заг. ред. С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2005. – 582 с.
16. Лапин Е.В. Оценка экономического потенциала предприятия: монография. – Суми: Университетская книга, 2004. – 359 с.
17. Баранчев В., Стрижков С. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия // Маркетинг. – 1996. – № 5. – С. 42–50.
18. Попов Е.В. Потенциал маркетинга предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 5. – С. 31–41.
19. Стичишин П.П. Експортний потенціал військово-промислового комплексу України: методичні аспекти оцінки та маркетинговий механізм його реалізації. автореф. дис... канд. екон. наук. – К.: ЕУФІМБ, 2001. – 18 с.
20. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посібник – Суми, 2003. – 278 с.
21. Гура В.Л. Основні структурні елементи потенціалу сучасного підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. – 2007. – № 3 – С. 193–198.
22. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
23. Менеджмент та маркетинг інновацій: монографія / Ред. С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2004. – 616 с.
24. Економіка підприємства: підручник / За ред. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2004. – 648 с.
25. Бикова В.Г., Ряснянський Ю.М. Фінансово-економічний потенціал підприємств загальнодержавного значення – оцінка й управління // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 56–61.
26. <http://studentam.net.ua/content/view/4655/132/>
27. <http://studentam.net.ua/content/view/4655/132/>
28. Марчук Е.К. Украина: новая парадигма прогресса / Пер. с укр. – К.: Аваллон, 2001. – 224 с.