

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**ПРОГНОЗНІ МОДЕЛІ ПІДВИЩЕННЯ
ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
FORECAST MODELS FOR IMPROVING INDUSTRIAL
ENTERPRISES EXPORT POTENTIAL**

У статті обґрунтовано роль планування та прогнозування в стратегічному управлінні зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств. Багатоальтернативний підхід до формування прогнозної моделі підвищення експортного потенціалу дасть змогу чіткіше виокремити можливі несприятливі для розвитку стани об'єкта та прийняти відповідні управлінські рішення. Визначено методи та принципи, етапи прогнозування, що використовують під час формування прогнозних моделей. Досліджено особливості визначення експортного потенціалу машинобудівних підприємств. Виокремлено показники, які використовуються для визначення експортного потенціалу підприємств машинобудівної галузі.
Ключові слова: прогнозування, зовнішньоекономічна діяльність, експортний потенціал, промислові підприємства.

В статті обґрунтовано роль планування та прогнозування в стратегічному управлінні зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств. Багатоальтернативний підхід до формування прогнозної моделі підвищення експортного потенціалу дасть змогу чіткіше виокремити можливі несприятливі для розвитку стани об'єкта та прийняти відповідні управлінські рішення. Визначено методи та принципи, етапи прогнозування, що використовують під час формування прогнозних моделей. Досліджено особливості визначення експортного потенціалу машинобудівних підприємств. Виокремлено показники, які використовуються для визначення експортного потенціалу підприємств машинобудівної галузі.
Ключові слова: прогнозування, зовнішньоекономічна діяльність, експортний потенціал, промислові підприємства.

этапы прогнозирования, используемые при формировании прогнозных моделей. Исследованы особенности определения экспортного потенциала машиностроительных предприятий. Выделены показатели, используемые для определения экспортного потенциала предприятий машиностроительной отрасли.

Ключевые слова: прогнозирование, внешнеэкономическая деятельность, экспортный потенциал, промышленные предприятия.

The article substantiates the role of planning and forecasting in the strategic management of foreign economic activity of industrial enterprises. A multi-alternative approach to the formation of a forecast model for increasing the export potential will provide a clearer opportunity to distinguish between possible, unfavorable for development states of the object and adopt appropriate management decisions. The methods, principles and stages of forecasting, which are used in the formation of forecast models, are determined. The features of determination of export potential of machine-building enterprises are investigated. The indicators that are used to determine the export potential of enterprises in the machine-building industry are singled out.
Key words: forecasting, foreign economic activity, export potential, industrial enterprises.

УДК 339.564:334.716

Бабій І.В.

к. е. н., доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування Хмельницький національний університет

Постановка проблеми. Підприємства промисловості за останні роки сильно активізувались у процесах виходу на міжнародну економічну арену, але через існування низки несприятливих факторів, їх складність ці процеси значно уповільнюються. Тому перед менеджерами підприємств, крім завдань із зменшення впливу внутрішніх негативних чинників, постають проблеми пошуку шляхів розширення збуту продукції на міжнародних ринках. Для посилення зовнішньоекономічних відносин в умовах жорсткої конкуренції господарюючим суб'єктам необхідно вжити багато заходів, спрямованих на розвиток ЗЕД. Адже це є перш за все запорукою розвитку як економіки країни загалом, галузей промисловості, так і підприємств зокрема. Активізація інтеграційних процесів у зовнішньоекономічній діяльності вимагає внесення суттєвих корективів у фінансово-господарську діяльність підприємства як в розрізі техніко-організаційної складової, так і з позиції функціонування системи управління підприємством. Крім зростання необхідності вкладень фінансових ресурсів, внесення змін у кадрове, технічне, інформаційне забез-

печення, планування виходу продукції на зовнішні сегменти ринку потребує застосування ефективних методів управління, зокрема оцінювання стратегічного експортного потенціалу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням аспектів управління зовнішньоекономічною діяльністю промислових підприємств, прогнозування експортного потенціалу та підвищення обсягів збуту продукції на зовнішні ринки присвячені праці таких вчених, як, зокрема, В. Волкова, В. Гудкова, Є. Дронь, М. Макаренко, М. Маєвський, І. Матюшенко, Е. Радченко, С. Касперович, Н. Черкас, О. Селіхова, О. Соболев.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження значимості прогнозування процесів підвищення експортного потенціалу підприємств машинобудування в розрізі стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В системі стратегічного управління ЗЕД промислових підприємств чи не найвагомішим компонен-

том виступає підсистема планування та прогнозування цих процесів. Планування в стратегічному управлінні ЗЕД передбачає діяльність із формування та обґрунтування мети господарюючого суб'єкта, побудови стратегії, вибору методів, за допомогою яких можна пришвидшити досягнення поставлених цілей. Формування стратегічних орієнтирів (стратегії) ЗЕД відбувається з усебічним врахуванням особливостей діяльності підприємства та забезпечує спроможність в майбутньому протидіяти негативним чинникам та адаптуватись до неодмінної зміни умов ведення ЗЕД.

Стратегія ЗЕД машинобудівних підприємств обов'язково передбачає формування низки прогнозних моделей, що допоможе контролювати господарчі процеси на міжнародному ринку під час реалізації продукції, сприятиме прийняттю раціональних управлінських рішень та окресленню вектору посилення інтеграційних процесів вітчизняних підприємств. Менеджерами підприємства прогнози формуються під час процесу планування та є умовою реалізації планів із підвищення ефективності діяльності.

Як зауважують М. Маєвський, С. Вільчинська, одними з головних причин незадовільних наслідків економічних перетворень є зруйнування державної планової політики, повна відмова від планування та прогнозування на всіх рівнях керівництва, відмова від усього позитивного, що було нагромаджено у сфері планового управління [1, с. 578]. Вітчизняна економіка знаходиться у стані повного знищення чинної раніше інфраструктури та систем управління, натомість нові уведення та реформи впроваджуються дуже повільними темпами та не в усіх випадках виправдовують очікуваний результат. Сьогодні майже не використовуються багаторічні надбання планового управління, а дехто помилково вважає планування та прогнозування несумісним елементом сучасного менеджменту. Натомість практика процесів економічного розвитку інших країн свідчить про зворотне: підсистеми планування та прогнозування з кожним роком набувають все більшої значимості та вагомості для збереження набутого стану економіки, її розвитку та забезпечення виконання стратегічних цілей держави.

На міжнародній арені, перебуваючи в торговельно-економічних відносинах з іншими країнами, вітчизняні господарюючі суб'єкти матимуть пристосовуватись та повністю додержуватись міжнародних норм ведення бізнесу в законодавчому аспекті, у дотриманні стандартів якості продукції, що експортується, раціоналізації ресурсного забезпечення виробничого процесу тощо.

Потреба у прогнозуванні ЗЕД визначається постійною зміною умов функціонування, у довгостроковій перспективі не існує визначеної гарантії отримання ефекту від вжитих управлінських заходів. З огляду на притаманні ЗЕД особливості та необхідність постійного вивчення сегментів

ринків, перспективних для торговельних відносин країн, формування прогнозів вимагає достатнього обсягу інформаційних даних щодо умов та вимог збуту товарів на тому чи іншому ринку.

Прогнозування можна трактувати як формування перспективної моделі функціонування суб'єкта, системи, що здійснюється шляхом використання наявної бази науково-методичних напрацювань. Прогнозування як складова стратегічного управління ЗЕД промислових підприємств як містить в собі елементи планування (є його компонентом), так і передбачає виконання низки дій, що управлінцями мають бути проведені ще до початку планування. Цілком правомірно стверджувати, що як складний процес прогнозування на мікро- та макrorівнях потребує використання більшої кількості інформаційних даних, ніж під час планування.

Прогнозування є методом, що застосовує отриману минулу практику функціонування та водночас є теперішнім передбаченням перспективи розвитку окремого виду діяльності. Як елемент механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю прогноз вважається сформованою багатоальтернативною моделлю визначення стану окремими об'єктами. Важливо зацентувати увагу на тому, що за нинішніх умов функціонування промислових підприємств та стану вітчизняної економіки вагомим є використання якнайбільшої кількості альтернатив передбачення майбутнього. Саме такий багатоальтернативний підхід до формування прогнозної моделі дасть змогу чіткіше виокремити можливі несприятливі для розвитку стани об'єкта та прийняти відповідні управлінські рішення. Наслідком цієї діяльності є формування перспективного стану, який буде взятий за базу в окремій підсистемі управління – плануванні.

Усі методи прогнозування рівня збуту виробів промислових підприємств можна розподілити на спрощені та комплексні. Перші зазначені методи характеризуються однорідністю використовуваного інструментарію в процесі формування прогнозів. До цих методів належить метод екстраполяції наявних тенденцій чи метод морфологічного аналізу тощо. Натомість комплексним методам формування прогнозів збуту продукції притаманне застосування елементів окремих відомих методів та специфічних засобів прогнозування, наприклад pattern-метод, profile-метод або метод прогнозного графа. Залежно від джерел інформації методи прогнозування поділяються на евристичні методи та фактографічні методи (рис. 1).

Сьогодні як вітчизняні учені, так і зарубіжні науковці дають багато визначень щодо трактування експортного потенціалу. Залежно від рівня формування експортного потенціалу (макрорівень, мезорівень і мікрорівень) можна виділити експортний потенціал країни, галузі, регіону та конкретного підприємства. Якщо на рівні окремого підприємства



Рис. 1. Класифікація методів прогнозування

експортний потенціал може бути взагалі відсутній, то на державному рівні експорт є важливим джерелом формування доходів країни. Експортний потенціал є частиною економічного потенціалу країни. Водночас економічний потенціал країни є більш широким поняттям і дає узагальнену характеристику рівню розвитку всієї економіки країни, тоді як експортний потенціал є комплексною характеристикою її експортних можливостей.

Складання прогнозних моделей обов'язково має ґрунтуватися на низці загальноприйнятих принципів цього процесу (рис. 2).

Складовими частинами експортного потенціалу є наявні та майбутні експортні ресурси, що становлять сукупність ресурсних можливостей експорту країни. Отже, експортний потенціал країни тісно пов'язаний з її конкурентними перевагами на міжнародному ринку та залежить від географічного розташування країни; економічних, природно-кліматичних, соціокультурних, інфраструктурних, наукових, інноваційних, трудових, технологічних, інвестиційних та історичних умов діяльності економічних суб'єктів; правового, політичного та економічного середовища ведення міжнародного бізнесу [2, с. 210–211].

В. Волкова категорію моделі трактує як носій інформації про оригінал для досягнення мети суб'єкта в умовах певної інфраструктури, що забезпечує моделювання, тобто включає технології та умови моделювання:

$$M = (O, C, S, TECH, COND \text{ вн. зв.}, X), \quad (1)$$

де O – оригінал, явище чи об'єкт, що моделюється, інформаційне джерело;

C – суб'єкт, тобто особа, якій потрібна була інформація про оригінал для досягнення своєї мети (дослідження, прийняття рішення тощо);

S – виокремлена мета чи певна кількість цілей;

$TECH = \{meth, means, alg, \dots\}$ – сукупність технологій (*meth* – методи, *means* – засоби, *alg* – алгоритми);

$COND \text{ вн. зв.}$ – умови формування моделі, зокрема зовнішні та внутрішні чинники, що здійснюють вплив на її створення та функціонування у системі;

X – мова для дослідження гносеологічних аспектів відносин «модель – оригінал» [5, с. 15–16].

Прогнозування обсягів експорту продукції як процес можна розподілити на 3 стадії. На першій стадії прогнозування відбувається вибір методики формування прогнозної моделі з огляду на поставлені цілі та наявні дані для прогнозу. На другій стадії прогнозування збуту продукції визначається інформаційна база, відбувається виокремлення тих показників, що будуть задіяні у створенні прогнозу. На останній стадії проводять ретроспективний аналіз, останній, необхідний для визначення відхилення та внесення корективів у прогнозну модель.

В. Богомазова описує зовнішню торгівлю України n видами товарів із m країнами за допомогою такої моделі:

$$Ex_j = f(Y_{pi}, R \times CPI_j / CPI_u, RPI_i), \quad (2)$$

де Ex_j – експорт i товару в j -ту країну;

Y_{pi} – середній обсяг виробництва i -го товару;

R – номінальний курс гривні до іноземної валюти;

CPI_j – індекс споживчих цін у країні торговельного партнера j ;

CPI_u – індекс споживчих цін в Україні;

RPI_i – сума прямих іноземних інвестицій у галузь, що експортує продукцію i -го виду [6].

Можна виокремити три принципово різні базові економічні моделі процесів ЗЕД, в основі яких лежать найбільш суттєві змістовні характеристики, а саме модель витрат, модель доходів та модель прибутку. Базова модель витрат у її «чистому вигляді» визначає, що діяльність оцінюється і стимулюється за рівнем витрат. Тоді в інформаційних планових та облікових моделях витрати, доходи і фінансові результати мають відображатися за цими стратегічними напрямками, а всередині кожного з них – за центрами відповідальності. Розглянуті економічні моделі витрат, доходів, прибутку мають значення базових, тому що кожна з них визначає загальний, концептуальний підхід до розробки різних інформаційних моделей процесів [7, с. 146].



Рис. 2. Загальноприйняті принципи складання прогнозних моделей на промисловому підприємстві

Джерело: [3, с. 22; 1, с. 580; 4, с. 25–27]

Формування прогнозів реалізації продукції на зовнішньому ринку, підвищення експортного потенціалу підприємствами машинобудування є одними з головних компонентів сукупності цілей маркетингової підсистеми суб'єкта господарювання та інших структурних підрозділів. Від точності складання прогнозу збуту виробів залежить ефективність ведення фінансово-господарської діяльності, досягнення поставлених стратегічних цілей підвищення рівня прибутковості підприємства та зростання конкурентних позицій на зайнятих сегментах ринку. Особливості системи управління експортно-імпортною діяльністю впливають на ефективність прогнозування його зовнішньоекономічної діяльності (рис. 3).

Сутність експортної діяльності підприємства можна подати у вигляді трикомпонентної моделі, структурними елементами якої є базові ресурси підприємства, якими забезпечено виконання виробничо-господарських та організаційно-економічних функцій та процедур господарської діяльності підприємства на внутрішньому ринку, а

також планування його виходу на зовнішній ринок. Під структурною трикомпонентною моделлю експортної діяльності підприємства пропонується розуміти склад та послідовність стадій діяльності, що передують експортній, реструктуризації та експорту, сукупність відповідним цим стадіям функцій, реалізація яких дає змогу підприємству здійснювати керовану, систематичну експортну діяльність [8, с. 215–216].

Через те, що прогнозування є своєрідним проектуванням сценаріїв зовнішньоекономічної діяльності у перспективі, сукупність методів прогнозування збуту продукції на зовнішні ринки є способами, за допомогою яких формуються прогнози експертної діяльності підприємств машинобудування. Визначити сукупний показник експортного потенціалу машинобудівного підприємства можна за допомогою формули:

$$N = \sqrt[i]{x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot x_i}, \quad (3)$$

де x_i – значення розрахованого показника із загальної сукупності;

i – кількість показників [9, с. 35–36; 10, с. 31].

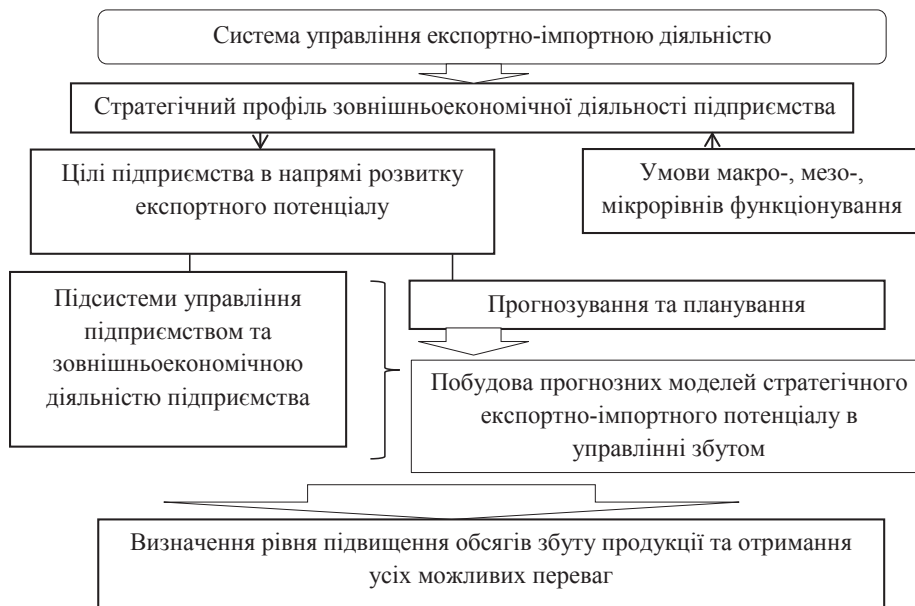


Рис. 3. Система управління експортно-імпортною діяльністю машинобудівного підприємства

На кожному підприємстві машинобудівної галузі, яке є спрямованим на збільшення обсягів експорту, розширення ринків збуту продукції, формуються прогнозовані дані щодо динаміки основних показників фінансово-господарської діяльності. Дані можуть формуватися у вигляді прогнозованої карти динаміки показників [9, с. 40] (табл. 1).

Прогнозна модель підвищення експортного потенціалу підприємства машинобудування може будуватися на основі поєднання кількох методичних підходів, що в сукупності приводять до формування так званого агрегованого показника.

Таблиця 1

Прогнозна карта динаміки показників

Найменування показника	Динаміка	Щорічні темпи змін
Обсяги експорту	+	18%
Собівартість експортної продукції	-	12%
Витрати на збут	-	12%
Вартість активів підприємства	+	6%
Вартість основних засобів	+	5%
Вартість оборотних активів	+	10%
Кількість працівників	+	5%
Рентабельність виробництва	+	20%
Інноватизація продукції	+	10%
Ринкова вартість підприємства	+	7%
Диверсифікація експорту	+	4%
Накопичення зносу	+	1%

Цей агрегований показник прогнозного значення експорту знаходиться як середньоарифметичне із загальної сукупності врахованих показників для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Такий комплексний підхід до формування прогнозованих моделей експортного потенціалу має сьогодні досить велике значення, адже з усіх наявних підходів варто виокремити ті, які найбільше будуть відображувати особливості діяльності підприємства, галузь, в якій воно функціонує, а також фактори, що впливають на його функціонування на зовнішньому ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Формуючи прогнози моделі підвищення експортного потенціалу промислових підприємств, важливо використовувати комплексний підхід. Саме зазначений підхід має на меті використання управлінським персоналом не одного, а декількох найбільш обґрунтованих методів формування прогнозів. Така необхідність викликана тим, що розробка прогнозів здійснюється під впливом різноманітних чинників на фінансово-господарську діяльність функціонування у певних визначених умовах. З огляду на різновиди використання інформаційних даних, що використовуються під час формування прогнозу зовнішньоекономічної діяльності, господарюючий суб'єкт має чітко вибрати методи, використання яких дасть якнайбільшу ефективність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маєвський М. Планування та прогнозування діяльності підприємств у сучасних умовах / М. Маєвський, С. Вільчинська // Вісник Львівського університету. – 2010. – № 43. – С. 578–581.

2. Радченко Е. Визначення сутності поняття «експортний потенціал країни» / Е. Радченко // Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. – 2013. – Вип. 34. – С. 205–212.

3. Планування діяльності підприємства : конспект лекцій / уклад. О. Древаль. – Суми : Вид-во СумДУ, 2008. – 146 с.

4. Касперович С. Прогнозирование и планирование экономики : курс лекций для студентов специальностей 1-25 01 07 «Экономика и управление предприятием» / С. Касперович. – Минск : БГТУ, 2007. – 172 с.

5. Моделирование систем и процессов. Практикум : [учеб. пособие для академического бакалавриата] / под ред. В. Волковой. – М. : Юрайт, 2016. – 295 с.

6. Богомазова В. Методи прогнозування показників зовнішньоекономічної діяльності : дис. ... канд. екон. наук / В. Богомазова. – К., 2003. – 112 с.

7. Валуєв Ю. Базові економічні моделі процесів зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства / Ю. Валуєв // Економіка промисловості. – 2009. – № 3. – С. 143–150.

8. Аль-Оста С. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства / С. Аль-Оста // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 1. – С. 213–220.

9. Матюшенко І. Розвиток теоретико-методологічних підходів до оцінки експортного потенціалу українських підприємств / І. Матюшенко, К. Шеховцева // Бізнес Інформ. – 2016. – № 2. – С. 34–45.

10. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий / [С. Дубков, С. Дадалко, Д. Фоменок] // Банкауский вестник. – 2011. – № 28 (537). – С. 29–35.