

ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

Досліджено основи формування та уточнено сутність експортоорієнтованості підприємства у якості сформованої ним комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій з метою оптимізації експортної направленості (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможності, впливу глобалізації, у спрямуванні на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Ключові слова: експортоорієнтованість, експортоорієнтовані підприємства, глобалізація, експортоспроможність, інноваційноспроможність, інвестиційноспроможність.

O. V. KHMELEVSKIY

Khmelnytsky National University

EXPORT ORIENTATION ENTERPRISE: ESSENCE AND FEATURES OF FORMATION

The basics of formation and the essence of export orientation of the company as it formed a comprehensive science-based system of forms, methods and means of action to optimize export orientation (within the state support and state regulation), based on export, innovation and investment capacity, impact of globalization, in directing at achieving a balance between the needs of domestic and foreign markets to increase profitability.

Keywords: export orientation, export-oriented enterprises, globalization, export capability, innovative capacity, investment capacity.

Постановка проблеми. Експортна спрямованість вітчизняних підприємств є одним із найважливіших шляхів розвитку підприємництва. Водночас, експортна діяльність підприємства, як специфічний вид міжнародної підприємницької діяльності, вимагає як відповідного ресурсного забезпечення, так і управлінського інструментарію розвитку, а також відповідного теоретичного обґрунтування.

В сучасному міжнародному бізнесі формується новий тип експортоорієнтованих компаній, які вирізняються переважаючою часткою експорту у загальному обсязі реалізованої продукції, стійким утриманням конкурентних позицій на зовнішніх ринках, високими експортними доходами. В той же час, категорія «експортоорієнтованість» застосовується як у визначенні категоріального апарату теорії експортоорієнтованого розвитку, так і для характеристики різних суб'єктів – від окремого підприємства до галузі, території, держави чи навіть міждержавного об'єднання. Теоретичне обґрунтування та виявлення засад формування експортоорієнтованості підприємств сприятиме розвитку останніх, створюючи можливість прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Експортну спрямованість підприємств у вітчизняній науці підтримували та вивчали такі науковці, як В.В. Бадрак, Є.В. Балицький, О.Г. Білорус, А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, С.Г. Згурець, В.І. Крамаренко, Н.М. Куреда, А.А. Мазур, В.М. Нижник, В.П. Онищенко, С.І. Пірожков, Ю.В. Полунєєв, В.М. Порожня, О.Б. Саліхова, Г.А. Семенов, М.Я. Стадник, С.Г. Стріха, П.П. Стичішин, О.І. Сухоруков, Ю.Ф. Терещенко. Ними пропонуються різноманітні теоретичні моделі й підходи переважно до з'ясування сутності, структурних характеристик та особливостей формування експортного потенціалу підприємства, що можуть слугувати основою для з'ясування сутності та особливостей формування експортної орієнтованості підприємств.

Ознаки та особливості діяльності експортоорієнтованих підприємств вивчалася закордонними дослідниками, серед яких А. П. Кирєєв [1], А. М. Вічевич, О. В. Максимець [2] Н.С. Ричихіна, С. К. Куканина [3], С.Е. Сарсембекова [4], С.В. Теребова [5], колектив авторів бізнес-школи «ЧЕ-ЛИНК» [6], проте характеристики щодо експортоорієнтованості ними не надавалися.

Слід відмітити дослідження, проведені О.С. Бірюком та С.О. Бірюком [7–9], якими надано визначення поняття «експортоорієнтована компанія» з виявленням умов їхнього виокремлення в специфічну групу: мікрорівневих (виробничих і маркетингових) та макрорівневих, пов'язаних із пріоритетами державної експортної політики і масштабами та кон'юктурою внутрішнього ринку; обґрунтовано якісні та кількісні критерії віднесення компаній до групи експортоорієнтованих з урахуванням галузевої специфіки, а також виявлено тенденцію до зростання експортоорієнтованості в діяльності національних компаній економік відкритого типу.

Невирішені раніше частини проблеми. Проте загальновизнаної дефініції експортоорієнтованості підприємства, як і окреслення підґрунтя, на якому вона базується, дотепер не існує.

Постановка завдання. Метою написання статті є розкриття основ формування та уточнення сутності поняття «експортоорієнтованість підприємства».

Виклад основного матеріалу. Розгляд сутності експортоорієнтованості підприємства вказує на домінування дещо спрощеного підходу до її визначення, що ілюструється різноманітним в формулюванні категорії «експортоорієнтоване підприємство» в економічній літературі (табл. 1).

Таблиця 1

**Існуючі підходи до визначення категорії «експортоорієнтоване підприємство»
в економічній літературі**

Основна ознака	Сутність визначення	Автор
Продаж продукції на експорт	Експортоорієнтованим визначається будь-яке підприємство, що здійснює продаж продукції на експорт	А.П. Киреев [1]; А. М. Вічевич, О. В. Максимець [2]
Експорт як пріоритетне спрямування діяльності	Експортоорієнтоване підприємство – промислове підприємство, яке активно і регулярно здійснює експортні операції, проводить цілеспрямовану роботу з розширення самостійної присутності і зміцненню становища на зовнішньому ринку та розглядає вдосконалення зовнішньоторговельних операцій як пріоритетний напрямок розвитку виробничої і комерційної діяльності.	Колектив авторів бізнес-школи «ЧЕ-ЛИНК» [6]
	Експортоорієнтовані виробництва – це підприємства, виробнича діяльність яких спрямована на випуск конкурентоспроможної, якісної продукції для реалізації її на зовнішніх ринках з урахуванням завдань внутрішнього розвитку, для активізації економіки країни, розширення попиту на продукцію вітчизняного виробництва, розвитку економічних відносин, як в національному, так і в міжнародному аспектах	С.Е. Сарсембекова [4]
	Експортоорієнтовані організації – це суб'єкти бізнесу, які виробляють товари, роботи, послуги, які можуть бути затребувані на міжнародних ринках і володіють достатнім потенціалом для виходу на міжнародний ринок	С.В. Теребова [5, с. 50]
	Експортоорієнтовані підприємства – підприємства, що здійснюють експорт продукції, робіт, послуг і мають на меті одержання прибутку від виробничої або інших видів господарської діяльності	К.Ю. Антоневська [10, с. 8]
Частка експорту та наявність потенціалу	Експортоорієнтоване підприємство – це суб'єкт бізнесу, що виробляє конкурентоспроможні товари, має чітко сформульовану стратегію експортної діяльності, володіє достатнім потенціалом для сталої роботи на міжнародному ринку і постачає на зовнішній ринок більше 30% продукції, що випускається	К.С. Куканина, Н.С. Рычихина [3, с.34]
Частка експорту та тривалість експортування	До експортоорієнтованих пропонується відносити лише ті компанії будь-яких форм власності, організації та сфери бізнесу, які значну частину (не менше 40 %) своєї продукції протягом тривалого періоду (не менше трьох років) реалізують на зовнішніх ринках відповідно до стратегічних планів	Бірюк [7, с.8]

Слід відмітити, що визнання підприємства експортоорієнтованим виключно за фактом здійснення експорту [1; 2] хоча і приваблює своєю відносною простотою, проте не відображає інших специфічних характеристик, зокрема, спроможності до експортоорієнтації, врегулювання діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках тощо.

Разом з тим, обумовлюючи експорт як пріоритетне спрямування діяльності, у формулюванні сутності категорії «експортоорієнтоване підприємство» на вказаній основі різними авторами наводяться відмінні між собою судження, які, як вважається, заслуговують коментарів. Так, щодо визначення, наданого колективом бізнес-школи «ЧЕ-ЛИНК» [6], слід зауважити, що експортоорієнтованим може бути не лише промислове, а й підприємство будь-якої галузі, а визначення, надане С.В. Теребовою [5] дуже обмежено розкриває розуміння експортоорієнтованої організації, так як підходить переважно для тієї, яка планує вихід на зовнішній ринок.

Заслужує на увагу судження С.Е. Сарсембекової [4], яка вважає доцільним надати визначення експортоорієнтованих підприємств у підпорядкування до експортоорієнтованих виробництв щодо випуску конкурентоспроможної, якісної продукції для реалізації її на зовнішніх ринках, одночасно задаючи умовою урахування завдань внутрішнього розвитку, активізацію економіки країни, розширення попиту на продукцію вітчизняного виробництва та розвиток економічних відносин в національному та міжнародному аспектах. При цьому пропозиції, що частково вводяться вказаним автором [4, с.15] за пріоритетами розвитку експортоорієнтованих виробництв на рівні підприємства, включають збільшення частки підприємства на світовому ринку; виробництво якісної продукції; підвищення експорту виробництва; створення нових робочих місць; розвиток підприємства; надходження валютних коштів від експорту продукції; оновлення рівня технологічного стану виробництва; його інвестиційне забезпечення; освоєння та впровадження новітніх технологій та інновацій; розвиток окремих виробництв і залежних від них дрібних і середніх виробництв; освоєння і впровадження на виробництві нових закордонних методів управління та маркетингу. Однак обмеження сутності експортоорієнтованих підприємств рамками експортоорієнтованих виробництв не включає інших його ознак, звужуючи діяльність таких підприємств лише виробництвом продукції.

Щодо наявних дефініцій експортоорієнтованих підприємств на основі встановлення відсотку реалізації власної продукції на зовнішніх ринках, то К. С. Куканина та Н.С. Ричихіна [3, с.34] підкреслюють, що відмінними рисами наданого ними визначення від запропонованих у науковій літературі є те, що експортоорієнтоване підприємство має сформульовану стратегію експортної діяльності, що включає географію експортних поставок, ресурсну базу, а аналіз діяльності ряду промислових підприємств дозволив відміченим авторам виявити, що підприємство є експортоорієнтованим, якщо поставляє на зовнішній ринок більше 30% продукції, що випускається. Однак слід взяти до уваги, що такі висновки здійснені вказаними авторами за результатами дослідження експортної діяльності десяти конголезьких промислових підприємств і компаній (Generale des Carrieres et des mines, Ste de devpt indust Et du Congo, Societe Nationale D'electricite, Casaoyer de Bulu, Palmeraies de Gosuma, Caisse de Stabilisation Cotonniere та ін.) різних галузей (харчової, текстильної, гірничодобувної та ін.), яке й дозволило сформулювати належність підприємства до групи експортоорієнтованих саме за поставкою на зовнішній ринок більше 30% випущеної продукції, так як за меншої частки експорту продукції на зовнішній ринок у вказаній країні компанія вважається орієнтованою на її внутрішній ринок.

Для порівняння слід відмітити, що й у окремих вітчизняних нормативних актах застосовуються кількісні показники експортної орієнтації підприємств, зокрема, щодо прогнозування надходжень податку на додану вартість [11] їх два: обсяг експорту товарів та послуг відповідного виду діяльності має становити не менш ніж 40% валового випуску та той же показник має бути не менш ніж 1,5% загального обсягу експорту товарів та послуг.

В цілому ж, щодо наявних дефініцій експортоорієнтованих підприємств на основі встановлення відсотку реалізації власної продукції на зовнішніх ринках (не менше 40 %) [7; 9] слід зауважити, що вказаний кількісний показник, як вважаємо, є показником рівня експортоорієнтованості, коли останній може бути як високим, так і помірним чи низьким та може диференціюватися для підприємств певної галузевої належності (зокрема, виробників мінеральних добрив [9, с. 34]), виду продукції, її інноваційності тощо, в той час, як визначення експортоорієнтованості підприємств має ґрунтуватися на змістовному наповненні.

У цьому зв'язку вважаємо доречним долучитися до мотивації О.С. Бірюка [8] щодо орієнтації на логіку встановлення сутності категорії «експортоорієнтованість підприємства» на основі етимології цього терміну, який фактично поєднав у собі словосполучення «експортна орієнтація». Саме тому, звертаючи увагу на факт, що слово «експорт» означає вивезення товарів і послуг за митний кордон країни, а, в свою чергу, слово «орієнтація» має кілька значень, згадуваним автором [8] відмічено найважливіші (на його думку) серед них: по-перше, визначення суб'єктом свого положення в просторі; по-друге, уміння вибрати напрям дій, розібратися в обстановці; по-третє, напрям у політиці, поглядах діяльності. Виходячи з подібного смислового навантаження, вказаний автор стверджує, що термін «експортоорієнтованість» характеризується змістовними особливостями: описує пріоритетний напрям діяльності економічного агента з експорту товарів і послуг та його положення в глобальному економічному середовищі; а експортна орієнтація характеризує не тільки кількісну складову, але й успішність такої діяльності, її результативність [7]. За такими твердженнями зроблено висновок, що саме такі вимоги до експортоорієнтованості повинні висуватися як на макро-, так і на мікрорівнях.

Відповідно, відмічений автор вважає доцільним орієнтуватися на наступне визначення: «експортоорієнтованість – здатність підприємства в рамках власної єдиної стратегії реалізовувати експортний потенціал з метою досягнення попередньо встановлених цілей» [7]. Подібний підхід, на погляд згаданого науковця, дає можливість якнайповніше врахувати стратегічний характер діяльності підприємства на глобальному ринку, результативність такої діяльності та порівнювати її з потенціалом, яким володіє підприємство. Однак слід відмітити, що трактуванням сутності експортоорієнтованості підприємства через категорію «здатність підприємства» вказаний автор в певній мірі заперечує власні ж вищенаведені твердження, оскільки поняття «орієнтованість» етимологічно не включає параметра «здатність».

Разом з тим, в цілому згоджуючись з наведеними доводами та долучаючись до твердження О.С. Бірюка, що термін «експортоорієнтованість» відображає пріоритетний напрям діяльності економічного агента з реалізації на зарубіжних ринках товарів і послуг та його міжнародну конкурентну позицію [7], вважається доцільним привернути увагу до ще одного значення слова «орієнтація», а саме: «розрахунок на когось, щось у діяльності» [12]. Дійсно, експортна орієнтація підприємства має мати належне підґрунтя, опираючись на яке отримати спроможність до оптимізації та маневрування, де реалізація експортного потенціалу з метою досягнення попередньо встановлених цілей виступатиме лише одним із елементів відповідної основи експортоорієнтованості підприємства.

Експортоорієнтованість підприємства, як вбачається, в першу чергу ґрунтується на його експортоспроможності, оскільки саме спроможність – це здатність до здійснення чого-небудь, наявність умов, сприятливих для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь; можливість [12]; відповідно експортоспроможність доречно вважати змогою, можливістю, сукупністю умов, сприятливих для експортоорієнтованості підприємства.

Загалом експортоспроможність визначається як максимальні можливості підприємства

реалізовувати свою продукцію на зарубіжних ринках. Експортний потенціал промислового підприємства є загальною здатністю підприємства створювати і реалізовувати конкурентоспроможну продукцію на експорт, просувати її на зовнішньому ринку, вигідно реалізовувати та забезпечувати необхідний рівень обслуговування [13, с. 9]. Доцільно згодитися з тим, що до максимальних можливостей належить сукупність факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємства, виробничий потенціал, потенціал експортної діяльності та фінансовий потенціал, які, в свою чергу, включають відповідні елементи [14].

Привабливою для вітчизняних підприємств виступає експортоорієнтована стратегія розвитку у новій моделі української економіки, що має базуватись на трьох рушійних силах, як: енергія вільного підприємництва, високі технології і експорт та інвестиції [15]. Метою нової моделі є економічна незалежність та двократне збільшення багатства кожного громадянина України, а результатом її реалізації має бути: структурна перебудова відповідно до заданої моделі; зростання експорту у 8 разів; збільшення вдвічі інвестицій в капітал щороку; збільшення реального ВВП у 2 рази, підвищення показника ВВП на душу населення з 3083 дол. у 2014 р. до 9163 дол. у 2025 р. [15]. Єдиним можливим способом досягнення цих показників, як відмічають фахівці, є значне вливання інвестиційних ресурсів в українську економіку та два ключові компоненти — високотехнологічність та експортоорієнтованість.

На рівні підприємства вбачається, що вливання інвестиційних ресурсів та високотехнологічність формують його інноваційно-інвестиційноспроможність, у структурі якої виділяється дві складові, які взаємодоповнюють одна одну – інноваційноспроможність та інвестиційноспроможність.

Згоджуючись з пропозиціями Т. В. Полозової розглядати інноваційно-інвестиційну спроможність підприємства як потенційну або реалізовану здатність агрегувати та задіяти сукупність організаційних, технічних, фінансових, матеріальних, трудових, інформаційних, юридично-правових, комунікаційних можливостей, які дозволяють на будь-якому суспільно-політичному рівні виконувати функції та вирішувати завдання, спрямовані на досягнення поставлених цілей розвитку протягом певного періоду часу при здійсненні інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства [16], вважаємо доцільним вказати на її значенні як елементу підґрунтя експортоорієнтованості підприємства.

Разом з тим відмітимо, що інші науковці вважають за необхідне говорити не про експортоорієнтованість підприємства, а про рівень його глобалізованості, або про прояв глобалізації на мікрорівні. Ця проблематика гостро обговорюється в наукових джерелах, де більшість сучасних поглядів на глобалізацію в своїй основі орієнтуються на процеси об'єднання (економічного, політичного чи соціального); відповідне формування єдиного світового простору в різних галузях людської діяльності; зміну сутності відносин між індивідуумами, інститутами та державами, викликану інформаційною революцією [17].

Як підкреслюють О.С. Бірюк та С.О. Бірюк, систематизувати фактори глобального характеру та їх вплив на стратегію сучасних експортоорієнтованих підприємств надто складно, однак, на їх погляд, можна говорити про існування певного консенсусу щодо виділення, насамперед, рушійних сил глобалізації [9]. На цій основі у прагматичній площині можна виділити певну сукупність факторів, які характеризують вплив глобалізації на стратегію експортоорієнтованих підприємств, як єдиний глобальний ринок; уніфікація правил діяльності; екологічні виміри; соціалізація; інформатизація та технологічні зміни.

Таким чином, глобалізація за дією на експортоорієнтованість підприємства, його експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність складають підґрунтя формування експортоорієнтованості підприємства (рис. 1).

Одночасно регулювання експорту вітчизняного підприємства здійснюється на рівні держави, регіону, місцевих органів влади й саморегулюванням підприємства-виробника експортоздатної продукції. Зростання ж прибутковості, як мету будь-якого підприємства, експортоорієнтоване підприємство можна досягти, поєднавши в оптимальних співвідношеннях функціонування на вітчизняних та зарубіжних сегментах ринку.

Аналізуючи діяльність експортоорієнтованих підприємств як підприємств, що здійснюють експорт продукції, робіт, послуг і мають на меті одержання прибутку від виробничої або інших видів господарської діяльності, відмічаються наступні особливості їх функціонування [10]: експортна діяльність підприємств контролюється на державному рівні; експортоорієнтовані підприємства є об'єктами економічного регулювання з боку національного законодавства, національних законодавств інших країн, міжнародних угод; структура експорту та експортний потенціал визначають конкурентоспроможність держави на міжнародному рівні, її статус і місце в світовому господарстві; система світових цін, а також міжнародні стандарти якості продукції обумовлюють конкурентоспроможність продукції підприємств за ціновими і якісними параметрами; експортна діяльність підприємств передбачає проведення валютних операцій і міжнародних розрахунків, що пов'язано з наявністю різноманітних ризиків, у тому числі фінансових і політичних.

Таким чином, експортна орієнтація підприємства потребує формування комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій підприємства для оптимізації його експортної направленості, враховуючи державну підтримку та державне регулювання, вплив глобалізації, використовуючи та розвиваючи експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність з метою досягнення збалансованості потреб зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

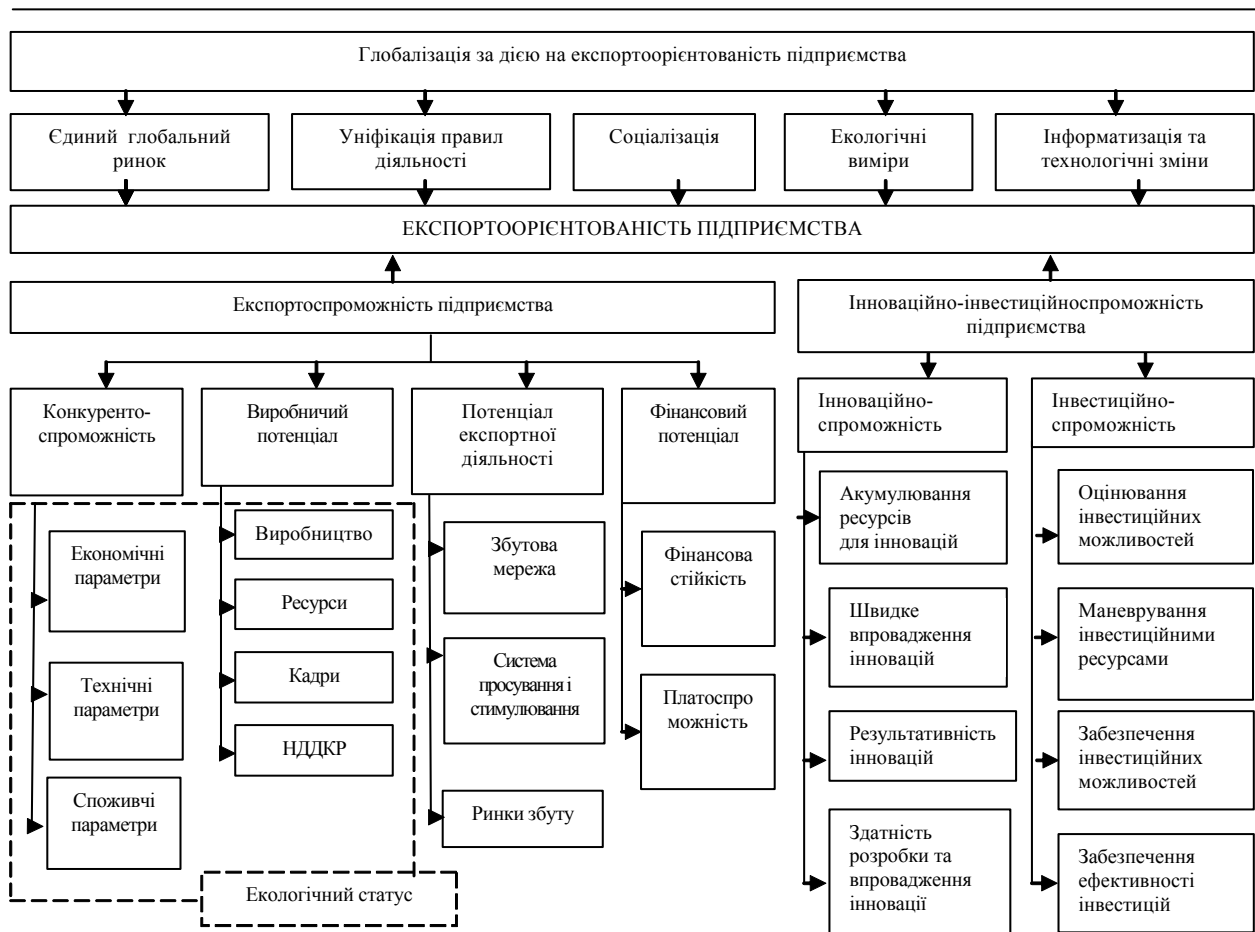


Рис. 1. Підґрунтя формування експортоорієнтованості підприємства (джерело: сформовано автором на основі [9; 14; 16])

Виходячи з викладеного, вважаємо, що експортоорієнтованість підприємства – це сформована комплексна науково обґрунтована система форм, методів та засобів дій підприємства з метою оптимізації його експортної направленості (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможності, впливу глобалізації, у спрямуванні на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Зазначимо, що експортоорієнтованість підприємств ґрунтується також на раціональному та ефективному здійсненні таких складових зовнішньоекономічної діяльності підприємств, як політики виходу на зовнішній ринок; міжнародних маркетингових досліджень; експортно-імпортних поставок товарів і послуг; валютно-фінансових операціях; укладанні зовнішньоекономічних договорів тощо. Такі дії підприємств підкріплюються багатьма чинниками впливу на їх успішний чи неуспішний розвиток, серед яких: механізм зовнішньоекономічного регулювання в країні, поточний стан експорту, політики та програми його розвитку, використання маркетингового, стратегічного, кадрового підходу при здійсненні експортної діяльності.

Відповідно, експортоорієнтованим доцільно вважати підприємство, яке, опираючись на сформовану комплексну науково обґрунтовану систему форм, методів та засобів дій, оптимізує експортну направленість (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможності, впливу глобалізації, спрямовуючи на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Висновки. Таким чином, аргументовано, що експортна орієнтація підприємства має мати належне підґрунтя, опираючись на яке отримати спроможність до оптимізації та маневрування у експортному спрямуванні. Саме експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність підприємства складають підґрунтя формування його експортоорієнтованості. а експортна орієнтація підприємства потребує формування комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій підприємства для оптимізації його експортної направленості, зважаючи на державну підтримку та державне регулювання, вплив глобалізації. За такого формування експортоорієнтованості підприємства передбачається зростання його прибутковості шляхом досягнення збалансованості потреб зовнішнього та внутрішнього ринків.

Література

1. Киреев А.П. Международная экономика : 2 ч. Ч. 1. Международная микро-экономика: движение

товаров и факторов производства : учеб. пособие для вузов / А.П. Киреев. — М. : Международные отношения, 2002. — 416 с.

2. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. — К. : Видавничий дім «Професіонал», 2009. — 216 с.

3. Куканина Кикади Серж. Оценка локального экспортного потенциала промышленных предприятий развивающихся стран / Куканина Кикади Серж, Н.С. Рычихина // Экономика и предпринимательство. — Москва, 2014. — № 2. — С. 34–40.

4. Сарсембекова С.Е. Экспортоориентированные производства в системе мирохозяйственных связей: вопросы теории и практики : учеб. пособие / С.Е. Сарсембекова. — Павлодар, 2004. — 108 с.

5. Теребова С.В. Изучение готовности экспортно-ориентированных малых и средних предприятий Вологодской области к деятельности в условиях повышения конкуренции при присоединении России к ВТО [Электронный ресурс] / С.В. Теребова, В.С. Усков, Д.И. Панин — Вологда, 2012. — 157 с. — Режим доступа : <http://www.my-tender.ru/#!/tenders/0130200002412001373>

6. Маркетинг для экспортоориентированных организаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://che-link.com/index.php?option=com_content&view=article&id=874:2013-02-26-06-16-11&catid=55:2013&Itemid=114

7. Бірюк О.С. Формування стратегії експортоорієнтованої компанії в глобальному бізнесі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / О.С. Бірюк. — Київ, 2014. — 19 с.

8. Бірюк О.С. Теоретичні підходи до визначення експортоорієнтованості підприємства / О.С. Бірюк // Міжнародна економічна політика : у 2 ч. Ч. 1. — К. : КНЕУ, 2012. — С. 455–460.

9. Бірюк С.О. Глобальна модифікація чинників експортоорієнтованого розвитку підприємств хімічної галузі / С.О. Бірюк, О.С. Бірюк // Проблеми економіки. — К., 2012. — № 3. — С. 3–7.

10. Антоневська К.Ю. Кредитування експортоорієнтованих підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / К. Ю. Антоневська. — Київ, 2006. — 19 с.

11. Методика прогнозування надходжень податку на додану вартість : наказ Міністерства фінансів України, Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Державної податкової адміністрації України, Державної митної служби України від 31.08.2004 № 545/315/502/637 [Електронний ресурс]. — Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1202-04>

12. Бусел В.Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В.Т. Бусел. — Київ, Ірпін : Перун, 2005. — 1728 с.

13. Дружкіна М.А. Эффективность управления экспортным потенциалом предприятия : автореф. дис. ... канд. эконом. наук / М. А. Дружкіна. — Екатеринбург, 2008. — 19 с.

14. Сакалош Т.В. Еспортоспроможність підприємств радіоелектронної галузі України / Т.В. Сакалош // Наукові вісті НТУУ «КПІ». — 2009. — № 5. — С. 11–22.

15. Три рушійні сили. Як змінити українську економіку? [Електронний ресурс]. — Режим доступа : http://antikor.com.ua/articles/54428-tri_rushijni_sili_k_zminiti_ukrajinsjku_ekonomiku

16. Полозова Т. В. Дослідження дефініції поняття «інноваційно-інвестиційна спроможність підприємства» [Електронний ресурс] / Т. В. Полозова // Інноваційна економіка. — 2014. — № 6. — С. 103–107. — Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2014_6_20.pdf.

17. Делягин М. Г. Мировой кризис: общая теория глобализации : курс лекций / М.Г. Делягин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Инфра-м, 2003. — 333 с.

References

1. Ky'reev A.P. Mezhdunarodnaya ekonomy'ka. V 2-x ch. — Ch. 1. Mezhdunarodnaya my'kro-ekonomy'ka: dv'y'zheny'e tovarov y' faktorov proy'zvodstva: ucheb. posoby'e dlya vuzov / A.P. Ky'reev. — M.: Mezhdunarodnye otnoshen'y'a, 2002. — 416 s.

2. Vichev'y'ch A. M. Analiz zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti : navch. posibny'k / A. M. Vichev'y'ch, O. V. Maksy'mecz'. — K.; Vy'davny'chy'j dim «Profesional», 2009. — 216 s.

3. Kukany'na Ky'kady' Serzh. Ocenka lokal'nogo eksportnogo potency'ala promyshlennyx predpr'yaty'j razvy'vayushhy'xsya stran / Kukany'na Ky'kady' Serzh, N.S. Rychy'xy'na // Ekonomy'ka y' predpr'y'ny'matel'stvo. — № 2. — Moskva, 2014. — S. 34–40.

4. Sarsembekova S.E. Eksportoory'enty'rovannye proy'zvodstva v sy'steme my'rokozaystvennyx svyazej: voprosy teory'y' y' prakty'ky': ucheb. posoby'e / S.E. Sarsembekova. — Pavlodar, 2004. — 108 s.

5. Terebova S.V. Y'zuchen'y'e gotovnosti' eksportno-ory'enty'rovannyx malyx y' sredny'x predpr'yaty'j Vologodskoj oblasti' k deyatel'nosti' v uslovy'yax povyshen'y'a konkurency'y' pry' pry'soedy'neny'y' Rossy'y' k VTO / S.V. Terebova, V.S. Uskov, D.Y'. Pany'n — Vologda, 2012. — 157 s. [Elektronny'j resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.my-tender.ru/#!/tenders/0130200002412001373>

6. Markety'ng dlya eksportoory'enty'rovannyx organy'zacy'j [Elektronny'j resurs]. — Rezhym dostupu: http://che-link.com/index.php?option=com_content&view=article&id=874:2013-02-26-06-16-11&catid=55:2013&Itemid=114

7. Biryuk O.S. Formuvannya strategiyi eksportooryentovanoi kompaniyi v global'nomu biznesi: avtoref. dy's. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: specz. 08.00.02 «Svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosy'ny'» / O.S. Biryuk. — Ky'yiv, 2014. — 19 s.

8. Biryuk O.S. Teorety'chni pidhody' do vy'znachennya eksportooryentovanosti pidpr'yemstva / O.S. Biryuk // Mizhnarodna ekonomichna polity'ka: u 2-x ch. Ch. 1. — K.: KNEU, 2012. — S.455–460.

9. Biryuk S.O. Global'na mody'fikaciya chy'nny'kiv eksportooryentovanogo rozvy'tku pidpr'yemstv ximichnoyi galuzi / S.O. Biryuk, O.S. Biryuk // Problemy' ekonomiky'. — K., 2012. — №3. — S. 3–7.

10. Antonevs'ka K.Yu. Kredy'tuvannya eksportooryentovany'x pidpry'yemstv: avtoref. dy's. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: specz. 08.04.01 «Finansy», groshovy'j obig i kredy't» / K. Yu. Antonevs'ka. – Ky'yiv, 2006. – 19 s.
11. Metody'ka prognozuvannya nadxodzen' podatku na dodanu vartist' // Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy, Ministerstva ekonomiky' ta z py'tan' yevropejs'koyi integraciyi Ukrainy, Derzhavnoyi podatkovoyi administraciyi Ukrainy, Derzhavnoyi my'noyi sluzhby' Ukrainy vid 31.08.2004 № 545/315/502/637 [Elektronny'j resurs]. – Rezhy'm dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1202-04>
12. Busel V.T. Vely'ky'j tlumachny'j slovny'k suchasnoyi ukrayins'koyi movy' / V.T. Busel. – Ky'yiv, Irpin' : Perun, 2005. – 1728 s.
13. Druzhky'na M.A. Effekty'vnost' upravleny'ya eksportnym potency'alom predpr'yaty'ya: avtoref. dy's. ... kand. ekonom. nauk / M. A. Druzhky'na. – Ekaterynburg, 2008. – 19 s.
14. Sakalosh T.V. Esportospromozhnist' pidpry'yemstv radioelektronnoyi galuzi Ukrainy' / T.V. Sakalosh // Naukovi visti NTUU «KPI». – 2009. – № 5. – S. 11-22.
15. Try' rushijni sy'ly'. Yak zminy'ty' ukrayins'ku ekonomiku? [Elektronny'j resurs]. – Rezhy'm dostupu: http://antikor.com.ua/articles/54428-tri_rushijni_sili_k_zminiti_ukrajinsku_ekonomiku
16. Polozova T. V. Doslidzhennya definiciji ponyattya «innovacijno-investy'cijna spromozhnist' pidpry'yemstva» [Elektronny'j resurs] / T. V. Polozova // Innovacijna ekonomika. – 2014. – № 6. – S. 103-107. – Rezhy'm dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2014_6_20.pdf.
17. Delyagy'n M. G. My'rovoj kry'zy's: obshhaya teory'ya globaly'zacy'y': kurs lekcy'j. – 3-e y'zd., pererab y' dop./ M. G. Delyagy'n. – M.: Y'nfra-m, 2003. – 333 s.

Надійшла 17.08.2015; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.