

грози ще характеризують як «жорсткі» (hard security threats) та «м'які» (soft security threats). Власне «м'які» і «жорсткі» загрози корелюють із розрізненням двох типів безпеки – відповідно «жорсткої» (hard security) і «м'якої» (soft security). «Жорстка» безпека включає воєнні та оборонні аспекти національної безпеки держави, натомість «м'яка» безпека зосереджується на потенційних політичних, соціальних та економічних викликах національній безпеці. Іншими словами, «м'яка» безпека включає в себе майже все, крім суто оборонних питань [251].

Разом із традиційними на перший план виходять нові, асиметричні загрози, або (за іншою класифікацією) м'які, що зазвичай формуються способом нарощування суперечностей у світовій політиці та економіці на основі нерівномірного розвитку країн. Не всі внутрішні загрози мають зв'язок із процесами глобалізації, і не всі глобалізаційні виклики та загрози мають однакове значення для тих або інших держав. У сучасних умовах Україна, як і інші нові незалежні держави, зіткнулася з вкрай гострим протиріччям: з одного боку – інтереси становлення і зміцнення державності вимагають інтенсифікації процесів культурного відродження і розвитку національної ідентичності, з другого – процес модернізації соціально-економічної системи потребує найширшої відкритості країни, внаслідок чого суспільство стає об'єктом інтенсивних, далеко не завжди бажаних, політичних, економічних, соціальних і культурних впливів. Загалом, зосередження зусиль на реалізації заходів із внутрішнього розвитку та вдосконалення структури української економіки, забезпечення ринкової конкурентоспроможності українських товарів і послуг, полегшення виходу українських експортерів на нові ринки, посилення власних впливів у глобальному вимірі сприятимуть зміцненню власної міжнародної економічної безпеки, а відтак, стійкому розвитку країни, досягненню захищеності національних інтересів.

3.2. Активізація зовнішньоторговельних відносин в управлінні прибутковістю експортоорієнтованих підприємств

Теоретичні основи управління прибутковістю експортоорієнтованих підприємств. На сьогодні, розвиток вітчизняної економіки вимагає більш продуманих підходів до здійснення управління господарською діяльністю промислових підприємств, а особ-

ливо тоді, коли йдеться про співробітництво із закордонними партнерами та високі фінансові результати. Інтеграційні процеси до структур європейських ринків ставлять нові умови до ведення зовнішньоекономічної діяльності, і разом з тим впливають на ряд трансформаційних змін на внутрішньому ринку, що спонукає вітчизняних виробників до розробки перспективних програм розвитку, аналізу ринку та оцінки поточного стану. Не виключенням є і те, що з метою отримання більших прибутків і підвищення загального рівня прибутковості, керівники підприємств все більше орієнтуються на зовнішній ринок, переважно, експортуючи вироблену продукцію на ринки країн ЄС. Такі тенденції здатні посилити не тільки процес інтегрованості суб'єкта господарювання до інтернаціоналізованих структур, а і в рамках створеної поглибленої Зони вільної торгівлі між Україною та ЄС (ЗВТ+) використовувати можливості захисту національного виробника на регіональному рівні. Через те, перед тим, як визначити ключові детермінанти управління прибутковістю експортоорієнтованих підприємств за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин із партнерами країн ЄС, необхідно обґрунтувати сутність теоретичних основ зазначених понять.

Якщо звернути увагу на загальні підходи до теорії управління, які покладені в основу менеджменту підприємств, слід зупинитись на наступному [210].

Системний підхід до теорії управління є підхід до управління на базі теорії системи, яка складається з підсистем, складових та елементів. На авторське бачення, ключовим є те, що управління системою, слід розглядати як цілісну структуру рішень, що взаємопов'язані між собою, а результат одних управлінських рішень може впливати на результат інших.

Системний підхід покладено в основу: побудови механізму управління прибутковістю підприємства; управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва; управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку.

Процесний підхід до теорії управління базується на виділенні специфічності управлінських функцій окремих елементів загальної структури управління та, на думку автора, пов'язаний з відокремленими процесами діяльності підприємства. З огляду на це, процесний підхід стосується управління прибутковістю підприємства на основі активізації центрів відповідальності, оскільки відповідно до свого призначення кожний з них розробляє ті чи інші управлінські рішення у сфері отримання та збільшення доходу від

реалізації продукції, формування фінансових ресурсів, виконання нормативних показників запланованих витрат на виробництво, збут і обслуговування, доцільності та обсягу залучення інвестицій.

Універсальний підхід до теорії управління відноситься до такої наукової школи як «універсологія» та виходячи з характеру утворення вертикально-горизонтальних зв'язків пов'язаний із використанням універсальних принципів управління. Універсальний підхід до управління прибутковістю підприємства пов'язаний із активізацією його інформаційної бази та у структурі специфіки розробки управлінських рішень покладається на гнучкість інформаційних потоків між окремими підрозділами, а також можливостями уповноважених фахівців використовувати їх дані в управлінні номенклатурною політикою виробничого процесу, ціноутворенням та визначенні планових обсягів доходу для отримання прибутку.

Ситуаційний підхід до теорії управління є підходом, який розглядає особливості здійснення господарської діяльності підприємства виходячи із ситуації, яка складається у зовнішньому середовищі. Ми вважаємо, що ситуаційний підхід до управління прибутковістю дозволяє активізувати усі внутрішні системи підприємства до його адаптації у зовнішньому середовищі та орієнтований на окремі монопольні принципи формування конкурентних переваг. В цьому випадку усі управлінські рішення починаються з моніторингу ринкової ситуації та через управління виробничими процесами направлені на максимізацію прибутку. В міру виникнення сприятливих обставин, підприємство завжди намагається захопити більшу частку ринку, підвищити ціну та досягти вищого рівня прибутковості.

Субстратний підхід до теорії управління заснований на структурній оптимізації стратегії управління та покладений в основу розробки програми стратегічного розвитку в загальній системі управління прибутковістю. Цей підхід передбачає розробку довгострокових планів конкурентної боротьби та виробничо-господарської діяльності підприємства, як ключових складових загальної стратегії зростання рентабельності та підвищення прибутковості.

Поряд з обґрунтованими загальними підходами теорій управління у становленні сучасної теорії управління прибутковістю підприємства значне місце займають принципи історичних теорій прибутку, а саме:

1. Управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва відповідає принципам теорії трьох фак-

торів виробництва (неокласична економічна теорія: Ж. Б. Сей – XIX ст. [93, с. 505; 253; 256; 296], постулати якої говорять про те, що ключовим у виробництві продукції та створенні її вартості є взаємодія таких факторів як: земля, праця, капітал.

2. Управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку відповідає принципам теорії рівноваги на ринку та теорії граничної корисності. Теорія рівноваги на ринку передбачає отримання максимального прибутку за результатами співвідношення попиту та пропозиції (неокласична економічна теорія: А. Маршалл, кін. XIX–XX ст.) [272]. За теорією граничної корисності максимізація прибутку досягається рівністю граничних витрат та граничного доходу підприємства (маржиналізм: Дж. Кларк, II пол. XIX ст.) [93, с. 505; 253].

3. Управління прибутковістю підприємства за умов його монопольної направленості відповідає принципам теорії монопольного становища (маржиналізм: Е. Чемберлін [228, с. 33], Д. Робінсон [184, с. 42] – кін. XIX ст., П. Самуельсон – XX ст. [189, с. 254–255]), яка передбачає отримання прибутку на основі ринкового домінування і посилення конкурентних позицій.

4. Управління прибутковістю підприємства на основі теорії економічного розвитку (неокласична економічна теорія: Й. Шумпетер, I пол. XX ст.) [240], яка пояснює моделювання та функціонування виробництва за допомогою використання взаємоузгоджених і системних механізмів.

5. Досить ваговою теорією прибутку є теорія ділових циклів, яка здатна обґрунтувати процес формування прибутковості підприємства у відповідності до змін окремих етапів економічного зростання (інституціоналізм: В. Мітчел, поч. XX–XXI ст.) [93, с. 438].

Зазначені теорії прибутку, дають змогу зрозуміти те, що в управлінні прибутковістю експортованого підприємства необхідно виділити ряд важливих факторів, які під впливом зовнішнього середовища мають бути трансформовані у форму додатних фінансових результатів через його внутрішній потенціал. Також, важливим є те, що за умов стрімкого розвитку зовнішньої торгівлі та посилення інтеграційних процесів дедалі більшої актуалізації набувають питання збільшення ринкової вартості підприємства на основі урахування зміни ділових циклів і скорочення розриву НТП.

Разом з тим, сучасний стан розвитку ринкових відносин в повній мірі залежить від рівня конкуренції, яка складається на

орієнтовному сегменті збуту, оскільки керується тими законами, які встановлюються на рівні співробітництва із партнерами країн ЗВТ+ та ускладненими вимогами до економічного зростання. Виходячи з цього, кожен виробник повинен розуміти, що в основі успішного розвитку підприємства покладено ретельно продуманий підхід до управління його прибутковістю, а головним у даному завданні має стати експортна спрямованість, як критерій посилення інтеграції до європейських структур. Крім того, обґрунтовані питання дають змогу зрозуміти і те, що лібералізація зовнішньої торгівлі значно послаблює можливості вітчизняної продукції до збереження стійких конкурентних позицій як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, оскільки не в змозі протистояти кращим якісним характеристикам закордонних аналогів. За даної ситуації, єдиним достовірним способом отримання великих прибутків та підвищення прибутковості є впровадження таких виробничих потужностей, які будуть зосереджені на збільшенні частки ЗЕД в основній діяльності, активізації експортних операцій, захист національного виробника і створення належної продукції імпортозаміщення. Виходячи з цього, необхідно виділити ряд суттєвих умов ринкової економіки, яким має відповідати певна система управління прибутковістю експортоорієнтованого підприємства. На авторське бачення, такими умовами є наступні:

- вихід підприємств на зовнішній ринок;
- посилення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємств;
- співпраця окремих структурних підрозділів підприємств із спорідненими підрозділами іноземних підприємств;
- залучення іноземних фахівців для планування технологічних процесів виробництва;
- створення прозорої наскрізної інформаційної бази підприємства для співпраці з торговельними партнерами у системі ЗВТ+ і ЄС;
- використання інструментів ЗВТ+ для пошуку потенційних контрагентів на зовнішньому ринку;
- участь у міжнародних програмах, ярмарках та тендерах з питань розвитку міжнародного підприємництва;
- обмін факторами виробництва;
- імпортування якісних ресурсів;
- поглиблення міжнародного поділу праці (МПП) та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника;

– застосування механізмів передбачення проблемних ситуацій, які викликані внутрішньою організацією та факторами зовнішнього середовища;

– розробка стратегії розвитку підприємств відповідно до вимог та ЗВТ+ та інтеграції в ЄС;

– формування надійної кредитно-платоспроможної історії для підписання довгострокових зовнішньоекономічних контрактів та налагодженні нових партнерських зв'язків.

У таблиці 3.5 наведено становлення сучасних теорій управління прибутковістю підприємства в умовах ринкової економіки.

Таблиця 3.5

Становлення сучасних теорій управління прибутковістю підприємства в умовах ринкової економіки^{*,}**

Теорія прибутку, якій відповідає	Специфіка формування та управління прибутковістю **	Відповідність сучасним умовам ринкової економіки **
1	2	3
<i>Управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва</i>		
Теорія трьох факторів виробництва – (неокласична економічна теорія: Ж. Б. Сей, ХІХ ст., Дж. Б. Кларк, кін. ХІХ–ХХ ст.) [93, с. 505; 253; 256; 296]	– розробка управлінських рішень у структурі активізації основних складових управління та підвищенні рентабельності в управлінні прибутковістю; – досягнення додатної продуктивності факторів виробництва у підвищенні рентабельності	– обмін факторами виробництва та імпортування якісних ресурсів; – поглиблення міжнародного поділу праці та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника
<i>Управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку</i>		
Теорія рівноваги на ринку (неокласична економічна теорія: А. Маршал, кін. ХІХ–ХХ ст.) [272]; Теорія граничної корисності (маржиналізм: Дж Кларк, ІІ пол. ХІХ ст.) [93, с. 505; 253]	– розробка управлінських рішень на основі впливу інноваційної функції на інші процеси виробництва – співставлення граничної величини витрат, вартості ресурсів та планового прибутку у зростанні рентабельності та підвищенні прибутковості	– вихід підприємств на зовнішній ринок; – посилення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках; – збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємств

Продовження таблиці 3.5

1	2	3
Управління прибутковістю підприємства за умов його монопольної спрямованості бізнесу		
Теорія монопольного становища (маржиналізм: Е. Чемберлін, Д. Робінсон, кін. XIX ст., П. Самуельсон, XX ст.) [228, с. 33; 184, с. 42; 189, с. 254–255]	– розробка управлінських рішень щодо максимізації прибутку та підвищення прибутковості в здійсненні моніторингу ринкової ситуації та управління виробничими процесами	– управління прибутковістю підприємства за умов монопольної спрямованості його бізнесу
Побудова механізму управління прибутковістю підприємства		
Теорія економічного розвитку (неокласична економічна теорія: Й. Шумпетер, I пол. XX ст.) [240]	– розробка та реалізація управлінських рішень щодо формування прибутку підприємства на основі системності і комплексності	– застосування механізмів передбачення проблемних ситуацій, які викликані внутрішньою організацією та факторами зовнішнього середовища
Стратегічний розвиток в управлінні прибутковістю підприємства		
Теорія ділових циклів (інституціоналізм: В. Мітчел, поч. XX–XXI ст.) [93, с. 38]	– розробка управлінських рішень у змісті довгострокової стратегії розвитку і прогнозного планування рентабельності виробництва у розрізі окремих етапів економічного зростання	– розробка стратегії розвитку підприємств відповідно до вимог та ЗВТ+ та інтеграції в ЄС

* складено та обґрунтовано за [93, с. 438–505; 184, с. 42; 189, с. 254–255; 228, с. 33; 240; 253; 256; 272; 296];

** запропоновано автором

За таблицею 3.5 зазначимо, що на сьогодні як у формуванні, так і в управлінні прибутковістю підприємства покладено різноманітну сукупність взаємопов'язаних питань, центральною проблематикою яких є формування та підвищення прибутку. Також, важливим є дослідження абсолютного зростання прибутку та його відносної величини у системі умов ринкової економіки і показників виробництва (рентабельності). Через те, слід стверджувати, що подальший розвиток промислових підприємств визначатиметься характером їх співробітництва із зовнішнім ринком, а рівень прибутковості буде обумовлений можливостями пропонувати вітчизняну продукцію за кордоном.

Таблиця 3.6

Формування об'єктивності експортоорієнтованої діяльності підприємства в управлінні його прибутковістю

Чинник експортної орієнтованості	Об'єктивність експортоорієнтованої діяльності підприємства в управлінні його прибутковістю
<i>1</i>	<i>2</i>
<i>1. Вихід підприємства на зовнішній ринок</i>	
1. Закордонний попит на експортну продукцію	Проведення ефективних маркетингових досліджень
2. Якість продукції за стандартами ISO	Мінімізація витрат на виробництво якісної продукції
3. Технологічне забезпечення виробництва продукції на експорт	Залучення нових технологій та досягнення їх максимальної продуктивності
4. Фінансова незалежність підприємства	Акумуляція власних фінансових ресурсів
5. Рівень розвитку виробничого потенціалу, як об'єкт іноземного інвестування	Створення умов та досягнення відповідності виробничих потужностей вимогам іноземного інвестування
6. Експортне кредитування	Вибір вигідних умов експортного кредитування
7. Продумана цінова політика	Застосування ефективних методів ціноутворення
8. Виважена система квотування експорту	Співпраця з державними та недержавними організаціями щодо захисту прав виробників та сприяння експорту
<i>2. Посилення конкурентних позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках</i>	
1. Кількість конкурентів та поява більш якісної продукції на цільовому ринку збуту	Детальне вивчення структури ринку, постачальників та характеристик пропонованої продукції
2. Наявність конкурентної переваги продукції підприємства	Розробка і впровадження рентабельних науково-дослідних і конструкторських проектів
3. Рівень інформованості підприємства про стан та зміни ринкової ситуації	Прогнозування змін у попиті та пропозиції та розробка заходів щодо їх передбачення
<i>3. Збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємства</i>	
1. Зростання валютної ефективності експорту	Моніторинг змін курсу валют на міжбанківському ринку і специфіки здійснення біржових операцій для визначення вигідного моменту укладання і підписання зовнішньоторговельного контракту
2. Збільшення обсягів виробництва внаслідок укладання зовнішньоекономічних контрактів	Детальне вивчення умов зовнішньоторговельного контракту та розрахунок його ефективності

Продовження таблиці 3.6

1	2
3. Посилення конкуренції на внутрішньому ринку	Розрахунок рентабельності вкладу витрат у збільшення обсягів виробництва продукції на експорт внаслідок зменшення поставок на внутрішній ринок
4. Обмін факторами виробництва та імпортування якісних ресурсів	
1. Зменшення кількісних обмежень експорту	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД при зміні кількісних обмежень експорту
2. Зниження розмірів митних ставок та спрощення процедури митного оформлення	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД за умови зміни процедур митного оформлення
3. Державна підтримка експорту шляхом створення міждержавних преференцій	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД за умови зміни умов торговельних преференцій
4. Цінова еластичність імпортованих ресурсів та факторів виробництва	Проведення ефективних маркетингових досліджень щодо пошуку найменш витратомістких варіантів імпорту ресурсів та факторів виробництва
5. Збільшення валютної ефективності від імпорту ресурсів та факторів виробництва	Моніторинг змін курсу валют на міжбанківському ринку та специфіки біржових операцій для визначення вигідного моменту укладання зовнішньоторговельного контракту про поставку ресурсів і факторів виробництва
6. Спрощення процедури митного оформлення при імпорті ресурсів та факторів виробництва	Розрахунок ефективності імпорту ресурсів та факторів виробництва за умови зміни процедур митного оформлення
7. Поява альтернативної матеріально-сировинної бази для виробництва продукції на експорт	Визначення рентабельності застосування альтернативної матеріально-сировинної бази для виробництва продукції на експорт
8. Умови договірних зобов'язань між власниками ресурсів та виробниками продукції	Розрахунок ефективності виконання договірних зобов'язань зовнішньоекономічного контракту з приводу імпорту ресурсів та факторів виробництва
9. Міжнародна підприємницька діяльність	Визначення пріоритетності виробничої, торговельної та сервісної співпраці з іноземним партнером на основі прогнозного розрахунку величини отриманого ефекту

Продовження таблиці 3.6

1	2
5. Поглиблення міжнародного поділу праці та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника	
1. Спеціалізація виробництва високотехнологічної продукції та науково-технічне співробітництво	Розробка самостійних бізнес-планів на виробництво спеціалізованої високотехнологічної продукції на експорт
2. Утворення спільних підприємств	Орієнтація виробничих програм підприємства на отриманні планового прибутку від участі у спільному підприємстві

* складено та запропоновано автором

Якщо прийняти до уваги те, що під впливом пострадянських трансформацій та сучасного посилення ефекту світових кризових явищ значна кількість вимог до виходу на іноземний ринок набуває рекомендованого і варіативного значення, то їх адаптивна складова повинна бути обґрунтована лише у внутрішній структурі управління підприємства. З огляду на це, в цьому питанні має бути виділено ряд чинників, які визначають об'єктивність експортоорієнтованої діяльності вітчизняного виробника в управлінні його прибутковістю та мають відповідати наведеним умовам відкритої економіки (див. табл. 3.6). Зазначимо, що у процесі здійснення управління прибутковістю підприємства необхідно сформувавши ряд завдань, які стосуватимуться сутності наведених умов, їх чинників та об'єктивності експортоорієнтованої діяльності. Зміст таких завдань дозволить сформувавши належну структуру управління прибутковістю, виділити конкурентні позиції та потенційно вигідні сторони здійснення ЗЕД за вимогами інтеграції та ЗВТ+.

Методичні підходи економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств. Наведені дослідження дають змогу зрозуміти, що будь-які елементи виробництва продукції на експорт мають бути представлені як ланцюг дій окремих бізнес-процесів, що здатні генерувати певну споживчу цінність на основі залучення окремих видів потенційно доступних ресурсів. Через те, розробка належного підходу до функціонування економічної системи будь-якого підприємства керується різномісними властивості до розвитку та ґрунтується на декількох важливих елементах сучасного управління, а саме:

– забезпечення підтримки зі сторони інформаційних технологій для моделювання можливостей підприємства;

- рівень організаційної та інноваційної діяльності;
- кваліфікаційний потенціал персоналу та людський капітал

[78, с. 24; 126, с. 36–38].

За постулатами економічної теорії наведені елементи можна вважати як наслідками переходу постсоціалістичних країн до ринкової економіки, так і результатом переходу до нової системи господарювання, яка базується на інституційних змінах в економіці. Щодо вітчизняних підприємств та їх виходу на міжнародний ринок, такі трансформації пов'язані з роздержавленням та приватизацією, формуванням дворівневої банківської системи із розмежуванням функцій центрального і комерційних банків, створенням небанківських фінансових інститутів, а також організацією нової структури оптової торгівлі за допомогою товарних, фондових, валютних та фрахтових бірж [70, с. 11–113; 152, с. 9–51; 162, с. 292–297]. Виходячи з цього, планування експортної орієнтованості вітчизняних промислових підприємств за сучасних умов господарювання є дещо ускладненим, проте, якщо прийняти до уваги можливості, які надаються в рамках Угоди про асоціацію Зони вільної торгівлі з ЄС та членства України в СОТ, вони приймають лише адаптивний характер розвитку.

На сьогодні, вітчизняний промисловий виробник у своїй експортній спрямованості є цілком залежним від так званої «вигідної економіки», яка характеризується відсталістю технологічної структури виробничого сектору, високим рівнем затратності виробництва для задоволення запитів споживачів, посиленням впливом умов зовнішнього середовища поряд із внутрішнім [70, с. 113].

Для кожної економічної системи характерна своя окупність у часі, яка може супроводжуватися як спадною, так і зростаючою продуктивністю циклічного розвитку, що покладається на самостійність її макроекономічних показників від умов зовнішнього середовища [118, с. 26; 140, с. 21].

У цьому випадку, Україна є надзвичайно залежною від умов економіки ЄС, а особливо тоді, коли йдеться про окремі етапи співробітництва із контрагентами країн-партнерів ЗВТ+. Відповідно до тривалості економічних циклів, національний виробник приймає ту модель функціонування, яку представляють можливості економічної системи у ньому. Крім того, лібералізація зовнішньої торгівлі із країнами ЄС дала змогу зрозуміти, що експортна діяльність вітчизняних виробників безпосередньо залежить від курсу валют, як індикатора зміни вкладених витрат та отримання прибутку,

а також – від здійснення імпорتنих операцій, що забезпечують виробничий процес сировиною, матеріалами і продуктами НТП. Також, актуальними залишається питання про поточне котирування валют, що є вагомим економічним інструментом національного господарства та набуває важливого значення у формуванні партнерських зовнішньоторговельних відносин. Головним чином, це пов'язано з тим, що при плануванні експортних операцій та активізації виходу вітчизняних підприємств на глобалізовані ринки ЄС, зазначений інструмент є засобом:

- зіставлення вітчизняної ціни із ціною виробництва на закордонних ринках;

- зіставлення цін структур і результатів суспільного виробництва різних країн;

- інтернаціоналізації грошових одиниць окремої країни на користь перерозподілу доходів між виробниками, що вступають в експортно-імпортні відносини [70, с. 181; 152, с. 418–423].

Разом з окресленими поняттями, зазначимо, що залежності від валютного спот-курсу та котирування, на внутрішньому ринку виникають інфляційні диспропорції, що безпосередньо здатні впливати на зміну умов зовнішньоекономічних контрактів, імпорту сировини та експорту готових виробів, а особливо тоді, коли зазначені операції здійснюються за плаваючими ставками.

Згідно постулатів економічної теорії, сутність економічних наслідків інфляції для планування експортної спрямованості підприємств слід обґрунтувати у наступному:

- послаблення інвестиційної активності зі сторони закордонних та внутрішніх інвесторів, оскільки при зростанні цін зменшується пропозиція і скорочуються обсяги виробництва;

- зростання спекулятивних операцій та зниження потреби у виробництві продукції на експорт з причини вкладу фінансових коштів у комерціалізовані структури внутрішнього ринку, які за допомогою сфери обігу приносять більше прибутку, ніж втрат і ризиків при створенні благ;

- збільшення імпорту тих товарів, які до зростання інфляції було вигідніше виробляти;

- розірвання експортних кредитних угод, що є джерелом фінансування виробництва продукції на закордонний ринок, оскільки кредиторів не вигідно надавати довгострокові позики під низькі відсотки.

Окремим випадком для впливу на поведінку експортоорієнтованого підприємства є інфляція витрат, яка характеризує такий стан економіки, за якого відбувається підвищення цін внаслідок збільшення витрат виробництва [70, с. 188–190; 131, с. 229–230; 130, с. 132–133]. Щодо вітчизняних товаровиробників, така ситуація є дещо нестандартною. Це пояснюється тим, що разом із збільшенням витрат на матеріали і сировину, які імпортуються із-за кордону, підприємства змушені підвищувати ціну не тільки для продажу на зовнішньому ринку, а також і на внутрішньому. Виробничий процес стає більш дорожчим та матеріаломістким. Головною суперечністю є те, ще не всі виробники зможуть досягнути планових обсягів виробництва та продажу, оскільки поряд із продукцією вітчизняного виробника, на закордонному ринку існує ряд конкурентних аналогів, витрати, на виробництво яких є значно меншими.

Відповідно до закону попиту і пропозиції, закордонний споживач буде обирати товар з нижчою ціною. Що стосується внутрішнього ринку, покупець частіше здійснює вибір на користь дешевого імпорту, ніж готовий віддати перевагу більш дорогій продукції, яка за вартістю скоригована на покриття витрат на імпортовану сировину і матеріали.

Поряд з цим, важливою детермінантою інфляції витрат при здійсненні експортних операцій є інноваційна складова, яка на думку Мельник О. Г. визначається трансформацією продуктивності вектора «праця–капітал» ($L \leftrightarrow K$). В основі цієї залежності лежить диференціювання вартості капіталу на працю, функція якого змінюватиметься відповідно до функціональності праці під час створення технологічних інновацій. Це означає, що вартість виробництва буде дорівнювати похідній функції капіталу від продуктивності праці [140, с. 18–19; 107, с. 128–129].

Для того, щоб систематизувати окреслені тенденції, слід навести узагальнену таблицю методичних підходів, що лежать в основі теорії економічного розвитку, базуються на окремих показниках, що здатні впливати на управлінські рішення та можуть бути спрямовані на вирішення проблем планування експортної спрямованості підприємств (табл. 3.7). Зазначимо, що ключовими методичними підходами теорії економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняного підприємства, на сьогодні, мають стати лише ті, які безпосередньо стосуються зменшення витрат на оптимізацію наявних можливостей.

Таблиця 3.7

Методичні підходи теорії економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств^{*,}**

Методичний інструментарій та заходи за сучасних ринкових умов	Показники для прийняття управлінських рішень щодо стимулювання експорту
1	2
1. Оптимізація вибору ресурсів	
<ul style="list-style-type: none"> – застосування моніторингу та методів економічного аналізу господарської діяльності як засобів управління ресурсами [26, с. 9–13]; – застосування закону альтернативної вартості ресурсів в межах ланцюга споживчої вартості; – аутсорсинг виробничих ресурсів; – покращення ресурсообігу за допомогою поглиблення зв'язків на основі мережевого рітейлу [55, с. 205–206]; – оцінка еластичності ланцюга поставок ресурсів [119, с. 35] 	<ul style="list-style-type: none"> – економічної ефективності виробництва продукції на експорт: продуктивність праці, фондомісткість, фондовіддача, фондоозбросеність, капіталомісткість, капіталовіддача; – коефіцієнти автономії, маневрності власних коштів, фінансової стійкості, оборотності активів та власного капіталу, ліквідності; – рентабельності виробництва, продукції, активів, власного капіталу; – технологічна матеріаломісткість, трудомісткість та собівартість продукції на експорт; – кількісний показник еластичності поставок ресурсів; – ціновий показник еластичності поставок ресурсів
2. Зменшення рівня затратності виробництва товарів і послуг	
<ul style="list-style-type: none"> – застосування методів економічного аналізу як засобів управління витратами [26, с. 9–13] – скорочення витрат на збут, рекламу і створення роздрібною мережі; – зменшення витрат на зберігання запасів готової продукції; – оптимізація системи забезпечення виробничими ресурсами на основі мережевого рітейлу [55, с. 205]; – облік вартості валової та товарної продукції для конкретизації частки залучених ресурсів у загальній вартості виробництва [75, с. 145–146]; – визначення еталону вартості за операціями і процесами [123, с. 200] 	<ul style="list-style-type: none"> – гранична спадна прибутковість; – витрати на збут; – витрати на обслуговування; – витрати на залучення постачальників; – оптимістичний рівень затрат на процес (робіт, операцій); – найбільш ймовірний рівень затрат на процес (робіт, операцій); – витрати на процес; – витрати за роботою

Продовження таблиці 3.7

1	2
3. Використання впливу інфляції витрат	
<ul style="list-style-type: none"> – коригування планової вартості та обсягів постачання зовнішньоекономічних контрактів за умови; – підвищення цін на імпортні матеріали і сировину [22, с. 6–90; 70, с. 88–190; 162, с. 102–112]; – підвищення інноваційності виробничого процесу підприємства [140, с. 8–19] 	<ul style="list-style-type: none"> – темпи зміни інфляції та їх зміни; – обсяг інноваційного експортного виробництва; – вартість інноваційного експортного виробництва
4. Використання інструменту конвертованості валют	
<ul style="list-style-type: none"> – зіставлення вітчизняної ціни із ціною на закордонних ринках; – зіставлення цінових структур і результатів суспільного виробництва різних країн; – інтернаціоналізація грошових одиниць на користь перерозподілу доходів між виробниками, що вступають в експортно-імпортні відносини [70, с. 181; 162, с. 292–297] 	<ul style="list-style-type: none"> – внутрішня ціна експортної продукції; – ціна виробленої продукції на закордонному ринку; – різниця між внутрішньою та зовнішньою ціною експортоорієнтованої продукції; – витрати виробництва експортованої продукції у різних країнах світу; – різниця між валютними спот-курсами різних країн
5. Використання особливостей економічної системи забезпечувати функцію окупності у часі та циклічності економічного розвитку	
<p>Модифікація економічного потенціалу підприємства на рівні:</p> <ul style="list-style-type: none"> – відносин з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання; – взаємодії із продуктивними силами на основі законів попиту і пропозиції, економічної рівноваги та конкуренції [55, с. 204–205]; – використання чинника «часу» для впливу на економічне становище підприємства [140, с. 21; 118, с. 26]; – використання переваг ЗВТ+ 	<ul style="list-style-type: none"> – показник окупності у часі витрат на здійснення маркетингових досліджень зовнішнього ринку; – показник окупності у часі техніко-інноваційних витрат на виробництво продукції на експорт; – показник окупності у часі операційних витрат виробництва продукції на експорт

* складено, обґрунтовано та запропоновано автором за [22, с. 86–90; 26, с. 9–13; 55, с. 204–206; 70, с. 81–190; 75, с. 145–146; 118, с. 26; 119, с. 35; 123, с. 200; 140, с. 18–21; 162, с. 292–297]

** запропоновано автором

Важливим, у цих питаннях є не тільки пошук альтернативних варіантів залучення ресурсів та визначення затратомісткості виробництва, а і адаптація до впливу умов зовнішнього середовища, таких як: зміна економічної системи та окупність у часі, циклічність розвитку, конвертованість валют та інфляція. Надалі, зупинимося на розгляді інших методичних підходів економічної теорії, із подальшою їх систематизацією у плануванні експортної спрямованості підприємства. Такі підходи стосуються сутності ринкової економіки та відносин, що виникають при розгортанні функції відтворення у ній. Через те, окремо слід виділити: риси, структуру, рівновагу та функції ринку, особливості організації підприємницької діяльності та види економічної конкуренції, з якими стикається суб'єкт господарювання при виході на зовнішній ринок.

Перш за все, рушійними силами та основними рисами, які характеризують сучасні ринкові відносини та обумовлюють експортні можливості вітчизняних підприємств, є наявність економічної свободи; автономність дій; мобільність ресурсів та факторів виробництва; конкуренція та інформованість про суб'єктів ринку; соціалізація і глобалізація економічних зв'язків. Такі позиції, чітко обґрунтовують та визначають структурні особливості формування експортних ринкових відносин зі сторони ключових функцій, які розкриваються у процесі взаємодії підприємства із іншими суб'єктами ринку, а саме: регулювання, стимулювання, розподілу, санації, алокаційності, інформативності та інтеграції [93, с. 196–201]. З огляду на це, слід звернути увагу на дослідження Бойко О. О., яка стверджує, що в основі формування стратегії виходу експортної продукції на іноземний ринок має стати визначення географічної віддаленості, розміру витрат на постачання та прийняття до урахування можливих політичних ризиків, що суперечать виходу на той чи інший сегмент ринку, а також, вивчення можливостей цільового бізнес-середовища реагувати на появу нової продукції на ньому. Поряд з цим, науковець зазначає, що на сьогодні, вітчизняні виробники більше віддають перевагу методу прямого експорту та спільної підприємницької діяльності. Якщо виробник володіє достатніми виробничими потужностями та володіє достатніми можливостями для виробництва конкурентоздатної продукції, його діяльність буде орієнтуватись на метод прямого експорту. В іншому випадку, підприємства працюють на принципах давальницької схеми виробництва та пропонують дешеву робочу силу, порівняно із затратами на працю за кордоном [24, с. 32, 35].

На нашу думку, найбільш доцільними методичними підходами в даних питаннях мають стати ті, які дозволяють визначити потенційні можливості підприємства зайняти впевнену нішу на ринку. Такими підходами є:

1. Досягнення необхідних якісних параметрів експортної продукції за допомогою використання інструментів стандартизації, сертифікації і метрології.

2. Використання альтернативних варіантів постачання закордонної сировини і матеріалів на основі деталізованого аналізу логістичних витрат, розрахунку можливих витрат, перевитрат, компенсації ризиків тощо.

3. Впровадження та використання сучасних інформаційних технологій та програмних продуктів з метою багатофакторного аналізу індикаторів цільового ринку, його споживачів, конкурентів, виробників та інших суб'єктів.

З цих позицій, доцільно зупинитися на тому, що для допомоги експортерам з країн, які не є членами ЄС, з боку самої організації було створено сайт «EU Export Helpdesk, на якому можливо знайти будь-яку чинну інформацію щодо правил та положень експортування продукції з інших країн, розмірів мит, екологічних, технічних та ринкових вимог, маркування та дії преференцій. Для того, щоб отримати ту чи іншу інформацію, необхідно знати код потенційного товару, країну, що є імпортером та країну, що може бути експортером. Крім того, відвідувачі такого інтернет-ресурсу мають можливість познайомитись із статистикою продажу конкретного товару на ринку ЄС, визначити тенденції попиту і пропозиції, а також з'ясувати вигідність здійснення експортно-імпоротної діяльності окремими товарами [24, с. 38].

Поряд із зазначеними питаннями Герасименко А. Г., Боровик Ю. І. та Афендікова С. В. вважають, що з метою деталізації дослідження структури ринку та його особливостей створювати належні умови для входу в окремі сегментовані зони, необхідно виділити три рівні оцінки:

1. Горизонтальний – досліджуються особливості однорідної продукції різних виробників, які будуть конкурувати із експортованими аналогами вітчизняного підприємства.

2. Вертикальний – здійснюються дослідження щодо визначення можливостей вітчизняного підприємства співпрацювати із різними суб'єктами господарювання, виявлення загроз та сильних сторін підписання потенційних зовнішньоторговельних контрактів.

3. Потенційний – досліджуються ризики входу на ринок продукції взаємозамінників [42, с. 53–55].

Такий комплексний аналіз структури ринку дає змогу визначити не тільки можливості входу підприємства у його сегменти, а й надати уявлення про принципи і методи здійснення продажу на ньому, а особливо за умов посиленої конкуренції.

На рис. 3.3 наведено логічно-систематизовану схему використання розглянутих вище методичних підходів до аналізу структури зовнішнього ринку та планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств, згідно якої зазначимо наступне:

– поряд із загальноприйнятими підходами, при виході на зовнішній ринок, необхідно ретельно досліджувати та вивчати значення багатьох показників на рівні вертикального, горизонтального і потенційного рівнів аналізу;

– аналізовані показники, разом із нетрадиційними та загальноприйнятими методичними підходами дозволять спрогнозувати експортну позицію підприємства та дадуть змогу розробити подальший план дій щодо доцільності планування ЗЕД на тому чи іншому сегментів ринку;

– за умови концентрації великої кількості конкурентних поставальників, ринок може самостійно впливати на вхід нової продукції у його структури, діяльність суб'єктів господарювання стає неконтрольованою, а процес визначення переваг і недоліків при появі альтернативних товарів-замінників активізується.

Поряд з наведеними методичними підходами, при виході вітчизняних підприємств на зовнішній ринок та формуванні їх експортної спрямованості, необхідно також враховувати особливості форм організації підприємницької діяльності. На нашу думку, як окремий розділ економічної теорії, типізація підприємницької діяльності досить по-різному розкриває можливості до налагодження зовнішньоторговельних зв'язків. Перш за все, це пов'язано з тим, що на сьогодні, відповідно до видів підприємницької діяльності, у процесі підписання експортного контракту може бути залучено велику кількість допоміжних інститутів. Такі інститути є окремими суб'єктами господарювання, які переважно надають послуги щодо забезпечення умов для уникнення ризиків в процесі ЗЕД. Через те, ми вважаємо, що у процесі планування експортної спрямованості вітчизняний виробник повинен співпрацювати з внутрішніми та іноземними економічними суб'єктами.



Рис. 3.3. Методичні підходи аналізу структури зовнішнього ринку у плануванні експортної спрямованості вітчизняного промислового підприємства^{*,}**

^{*} складено та систематизовано автором за [24, с. 32–38; 42, с. 53–55; 70, с. 196–201]

^{**} запропоновано автором

Внутрішніми та іноземними економічними суб'єктами є:

- консультанти, технологи та конструктори з організації виробництва окремого виду продукції (виробничий тип підприємницької діяльності);
- незалежні фінансові аналітики і експерти, економісти банківських структур (фінансовий тип підприємницької діяльності);
- агенти з продажу, митні та біржові брокери, маркетологи великих компаній (торговельний та посередницький тип підприємницької діяльності);
- страхові агенти (страховий тип підприємницької діяльності);
- науковці провідних дослідницьких центрів (інноваційний тип підприємницької діяльності) [70, с. 73].

Смірнов В. П. стверджує, що найбільш важливими методологічними підходами економічної теорії, навколо яких будуються сучасні ринкові відносини, є лише ті, що здатні поєднати чотири інструменти розвитку підприємництва, а саме: праця, знання, економіка та суспільство. Виходячи з цього, класичні представники вивчення підприємництва притримувались обмежених принципів щодо максимізації доходу, мінімізації ризиків, альтернативності рішень, реакції на зміни і мотивацію, а неокласичний – дав змогу звернути увагу на більш ширші поняття, які функціонують дотепер. Потреба у таких підходах досить чітко проявляється в перехідному типі економічної системи, який притаманний для України з усіма похідними умовами розвитку ринкових відносин у ній [284, с. 15–18]. З огляду на це, згідно постулатів неокласичної теорії щодо розуміння сучасної практичної сутності підприємницької діяльності, зовнішньоторговельна спрямованість вітчизняних виробників повинна опиратись на інноваційну складову, яка полягає в диференціації та деформації класичних підходів до виробництва продукції на експорт. Якщо класичні підходи обмежуються плановим доходом, покладаються на досвід до виробництва минулих періодів, а також функціонують на основі окремого варіанту прийнятих рішень і дій, то неокласичні – направлені на впровадження нових інновацій та ідей. Неокласичні підходи планування експортної спрямованості підприємства наголошують на важливості оптимізувати варіанти отримання додаткового прибутку на зовнішньому ринку, застосування нових методів збуту продукції, досягнення мінімізації витрат, підвищення якості продукції, розробки різноманітних сценаріїв розвитку бізнесу за допомогою альтернативних програм стратегічного управління та прогнозування ринкових змін.

Детермінанти можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку в управлінні прибутковістю експорторієнтованих підприємств. На сьогодні, загальні трансформації макроекономічної ситуації щодо розвитку зовнішньої торгівлі України із країнами ЄС та далекого зарубіжжя здійснюють значний вплив на формування планових обсягів експортної продукції і визначають подальші тенденції до підписання зовнішньоекономічних контрактів з постачання готової продукції, а також сировини для її виробництва. Інтеграційні процеси, вимоги ЗВТ+ та похідні наслідки лібералізації ринків створили ряд позитивних та водночас суперечливих сторін стимулювання діяльності вітчизняних експорторієнтованих підприємств, що визначають можливості мікро- та макросередовища в управлінні їх прибутковістю. Щоб прослідкувати прикладні аспекти вище окреслених тенденцій, необхідно звернути увагу на показники зовнішньоторговельного балансу України за 2015–2019 рр. (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Зовнішньоторговельний баланс України, млн дол.*

Рік	Експорт	Імпорт	Сальдо
Всього			
2015	46804,2	42976,0	3828,2
2016	45112,7	44571,1	541,6
2017	52579,5	55080,6	-2501,1
2018	57280,9	63493,7	-6212,8
2019	63675,6	67308,7	-3633,1
Темп зростання, %	136,05	156,62	–
Країни ЄС			
2015	15339,5	18075,9	-2736,4
2016	15827,5	19558,7	-3731,2
2017	20157,6	23330,2	-3172,6
2018	24136,9	26572,3	-2435,4
2019	25040,3	28560	-3519,7
Темп зростання, %	163,24	158	–
Інші країни світу			
2015	35468,3	31708,2	3760,1
2016	35360,3	35334,0	26,3
2017	41905,3	42952,3	-1047,0
2018	33144	36921,4	-3777,4
2019	38635,3	38748,7	-113,4
Темп зростання, %	108,93	122,2	–

* складено автором за [86; 198, с. 6]

Якщо звернути увагу на динаміку торговельного балансу України у розрізі 2015–2019 рр., слід зазначити, що не дивлячись на те, що сальдо зовнішньої торгівлі із країнами ЄС є від'ємним (у 2019 р. становить –36331 млн дол.), упродовж аналізованого періоду спостерігається позитивна динаміка темпів зростання як експорту (136,05 %), так і імпорту (156,62 %). При цьому, темпи зростання експорту в країни ЄС перевищують аналогічний показник по імпорту на 5,24 %.

Загалом, із даних таблиці 3.8 видно, що у 2017–2019 рр. сальдо зовнішньоторговельного балансу є від'ємним та свідчить про те, що для вітчизняних промислових підприємств досить не просто втримувати свої конкурентні позиції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Це пояснюється тим, що до ратифікації Угоди про ЗВТ+ між Україною та ЄС (до 2017 р.), вітчизняний ринок та ринки ЄС не були в повній мірі лібералізовані, окрім домовленостей про зниження тарифних ставок мит. В подальшому, після офіційного набуття чинності Угоди про ЗВТ+, посилюється тенденція до активного наповнення європейськими товарами внутрішніх сегментів збуту і як наслідок виникає ряд перешкод до зростання обсягів виробництва вітчизняних підприємств, що обумовлено порушенням рівноваги між попитом на пропозицією. Через те, на сьогодні, значна частка продукції європейської якості представляється на вітчизняних ринках, створює складні конкурентні умови для розвитку українського виробництва та заперечує аспекти його протекціонізму. Разом з тим, позитивним є те, що зниження ставок мит сприяло зближенню національних виробників із контрагентами ЄС, проте, ускладнило процеси імпортозаміщення. Через те, перед вітчизняними виробниками поставлено низку важливих завдань щодо активізації їх ЗЕД згідно правил членства в СОТ та ЗВТ+. Для того, щоб бути більш експортоорієнтованими, ніж імпортозалежними, підприємства повинні здійснити ряд інноваційних та диверсифікованих перетворень у структурі їх виробництва. В першу чергу, це пов'язано з тим, що закордонний споживач та ринки ЄС прагнуть віддати перевагу лише тим якісним характеристикам, які вказані у міжнародних стандартах, а не є гармонізованими на рівні внутрішнього ринку.

У процесі дослідження викладеного, неодноразово було акцентовано увагу на внутрішньому середовищі підприємства, яке обумовлює можливості до продукування продукції у розрізі якісної роботи його основних етапів. Ми вважаємо за доцільність виділити

декілька детермінант, які здатні розкрити особливості активізації експортної орієнтованості підприємства та формування структури його прибутковості через мікроекономічні процеси та їх ринковий зв'язок. Головною проблематикою таких питань є вихід вітчизняного виробника на зовнішній ринок та результативність продажу продукції на ньому.

На думку Ванічкової Р., сучасні процеси функціонування підприємства та запуску його виробництва є значно ускладненими. Це пояснюється тим, що разом із плануванням, передбаченням кількості ресурсів, сировини і матеріалів, транспортуванням та митними формальностями, під час виходу суб'єкта господарювання на зовнішній ринок, необхідно розмежовувати вимоги до замовлення та нормативи виробництва. Наразі, з метою продукування продукції на експорт встановлено ряд правил та нормативів, які слід дотримуватися підприємству, а саме:

1. При замовленні ресурсів, сировини і матеріалів базовими вимогами є відповідність якісних характеристик готових виробів стандартам ЄС, а також, фіксованість витрат на транспортування, митні формальності і організація робочих місць.

2. У процесі розгортання етапів продукування, до ключових вимог слід віднести дотримання обмеженості витрат на купівлю ресурсів, сировини і матеріалів, їх обробку та набуття досвіду у технології виробництва [292, с. 107].

Ми вважаємо, що такий підхід дозволить прослідкувати передумови утворення ринкового зв'язку із мікросередовищем підприємства, оскільки передбачає поетапне та конкретне відстеження фінансових умов виробництва продукції на експорт. Як результат, це сприятиме формуванню моделі структури прибутковості через величину доходів від реалізації продукції за окремим виробничим циклом. В цьому випадку, базовим орієнтиром, на який покладається сучасний виробник є ринковий попит, а показники динаміки, які відслідковуються під час маркетингових досліджень, дадуть змогу визначити необхідність внесення змін в обсяги замовлення ресурсів, вклад витрат та планування виробництва на наступний період.

Керуючись цим, ринковий взаємозв'язок мікросередовища підприємства та характер його експортної активності слід розглядати зі сторони роботи над зміцненням конкурентних позицій, вирішення дискусійних питань із постачальниками, споживачами та інституційними одиницями зовнішнього середовища, які надають послуги для здійснення ЗЕД (банки, страхові компанії, рекламні

агентства, консалтингові служби та інформаційні структури) [163, с. 121–122]. Якщо звернути увагу на формування сутності технології розгортання етапів виробництва та замовлення необхідних для цього ресурсів, зазначимо, що на сьогодні, вітчизняні виробники повинні опиратись на ряд продуктивних і інноваційних змін у їх діяльності, адже розширення експортних ринків збуту та збільшення обсягів продаж вимагатиме запуску нових технологій та модернізації наявних. В цьому випадку, саме інноваційна діяльність спроможна забезпечити отримання конкурентних переваг на цільовому сегменті збуту, оскільки є тією важливою детермінантою, яка стимулює активізацію експортної спрямованості, визначає можливості виробництва більш якісної продукції за вимогами стандартів ЄС та має властивість сприяти підвищенню прибутковості. Для реалізації цих завдань, вітчизняним виробникам пропонується:

1. Долучення до використання Структурних фондів ЄС з метою розробки інноваційної політики виробництва експортної продукції та фінансування структурних перетворень підприємства.

2. Долучення до проекту INNO-Metrics з метою визначення джерел та моделей інноваційної активності в економіці, а також формування експортної стратегії розвитку підприємства за допомогою використання двох ключових інструментів:

- Європейське інноваційне табло (European Innovation Scoreboard – EIS), яке дає змогу здійснювати моніторинг статистичної інформації про існуючі та результативні інновації на підприємствах країн Європи;

- Іннобарометр (Innobarometer), який дає змогу здійснити пошук інвесторів та потенційних партнерів у країнах-членах ЄС.

3. Збереження спеціалізації вітчизняних експортерів шляхом їх співробітництва з місцевими виробничими кластерами стосовно використання нових інноваційних продуктів та інтелектуального розвитку НДІ [205; 212, с. 73; 257, с. 23–24].

У таблиці 3.9 наведено структуру детермінант можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку в активізації експортної спрямованості вітчизняних підприємств за умов інтеграції до ЄС.

Особливістю запропонованої структури є формування окремих груп детермінант, які ґрунтуються на окреслених тенденціях, включають вимоги до посилення експортних позицій та інструментарій для їх досягнення у формуванні прибутковості. Детермінанти мікросередовища базуються на визначенні ефективності замовлення ресурсів та розгортання етапів виробничого процесу.

Таблиця 3.9

**Детермінанти можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку
в активізації експортної спрямованості вітчизняних підприємств
за умов інтеграції до ЄС^{*,**}**

Детермінанта	Вимоги до активізації експортної діяльності підприємства	Інструментарій представлення у формуванні структури прибутковості
1	2	3
<i>Детермінанти мікросередовища</i>		
Ефективність замовлення ресурсів	– відповідність якісних характеристик продукції стандартам ЄС; – фіксованість витрат на транспортування, митні формальності та організацію роботи; – стабільність постачання і скорочення посередників при замовленні	– стандарти ЄС; – технічна документація; – оцінка відповідності
Ефективність розгортання етапів виробництва	– дотримання обмеженості витрат на купівлю ресурсів, сировини і матеріали, їх обробку та набуття досвіду у технології виробництва продукції на експорт	– побудова економіко-математичної моделі прогнозування витрат на виробництво експортної продукції ^{**,*}
<i>Ринкові детермінанти</i>		
Орієнтація на конкурентів	– розширення частки ринку шляхом не цінової конкуренції; – горизонтальна інтеграція з партнерами цільового ринку; – підвищення якості продукції власних торгових марок і брендів	– використання конкурентних переваг у розрізі окремих видів продукції [*]
Орієнтація на споживачів	– утворення робочої групи або створення маркетингового відділу; ^{**} – підтримка контактів з постійними клієнтами та споживачами ^{**}	– маркетингові заходи; – покращення сервісу, знижки
Орієнтація на контактні аудиторії	– налагодження вигідних взаємовідносин з банками, страховими компаніями, рекламними агентствами, консалтинговими службами, ЗМІ	– програми фінансування та страхування; ^{**} – інформація про продукцію ^{**}
<i>Інноваційні детермінанти</i>		
Використання структурних фондів ЄС для фінансування виробництва	– позитивна динаміка платоспроможності, ліквідності обігових коштів, кредитоспроможності та окупності фінансових ресурсів у часі; ^{**} – наявність відповідного людського капіталу для забезпечення розробки інноваційних програм ^{**}	– побудова економіко-математичної моделі прогнозування періодів отримання прибутку від експорту ^{**}

Продовження таблиці 3.9

1	2	3
Долучення до проекту INNO-Metrics	– відкритість статистичної інформації про діяльність підприємства для потенційних партнерів ЄС; – створення проекту моделі залучення інвестицій для представлення її потенційному партнеру з ЄС	– Європейське інноваційне табло; – Іннобарометр
Збереження та посилення спеціалізації	– співробітництво із місцевими виробничими кластерами з питань експорту; – участь фахівців підприємства у проєктах НДІ	– представлення власних НДКР, що забезпечують конкурентну перевагу підприємству на ринку ЄС**

* складено та обґрунтовано автором на основі [90, с. 21; 163, с. 121–122; 205; 212, с. 73; 257, с. 23–24; 292, с. 107]

** запропоновано автором

В основі ринкових детермінант покладено орієнтацію на конкурентів, споживачів та контактні аудиторії. Група інноваційних детермінант виділяє важливість використання структурних фондів ЄС для фінансування виробництва, долучення до проєкту INNO-Metrics, а також акцентує увагу на збереженні та посиленні спеціалізації вітчизняних промислових виробників.

На думку авторів, у формуванні структури прибутковості підприємства на основі активізації його експортної спрямованості, необхідно використати ряд інструментів щодо здійснення робіт з проєктування параметрів продукції, ефективного замовлення ресурсів, оцінювання ринкової ситуації та безпосередньо розгортання окремих етапів виробничого процесу. З набуттям повноправного членства України в СОТ та прискоренням інтеграційних процесів в рамках створення ЗВТ+, для вітчизняних виробників відкрились нові можливості щодо використання необхідних інструментів, які дозволяють досліджувати ринок ЄС з метою залучення інвестицій та формування довгострокових партнерських зовнішньоторговельних відносин. Важливим у цих питаннях має стати готовність українських промисловців належним чином будувати економіко-математичні моделі ефективного розвитку партнерських відносин щодо здійснення ЗЕД, надавати достовірну статистичну інформацію про діяльність та платоспроможність підприємства, його кредитну історію, показники розвитку і виробничий потенціал.

Використання інструментів проєкту INNO-Metrics (Європейське інноваційне табло та Іннобарометр) свідчить не тільки про

розширення відкритості ринку ЄС для українських експортерів, а і про можливості обміну досвідом та використання інноваційних продуктів ЄС на вітчизняних підприємствах. Інновації в НТП дадуть змогу розвивати своє виробництва та посилити спеціалізацію.

Для доповнення наведених досліджень, слід зазначити, що на бачення Федулової Л., головним завданням, яке є актуальним для сучасних реалій українських підприємств є забезпечення сприйнятливості їх бізнесу та економіки в цілому до інновацій. Проте, для цього, необхідно здійснити ряд заходів як економічного, так і інституційного перетворення: підвищення інвестиційної привабливості окремих секторів, промислових груп та кластерів; створення фінансової підтримки у напрямі спрощення заходів податкового і тарифного регулювання зі сторони держави; посилення вимог технічного регулювання та сприяння митних режимів імпортувати закордонне устаткування і технологічні продукти НТП; створення державних програм розвитку малого бізнесу та проектів із розробки високотехнологічних продуктів для постачання за кордон [257, с. 25].

Окремі вчені стверджують, що впровадження нових технологічних стандартів повинно доповнюватись розширенням доступу вітчизняних підприємств до джерел довгострокового фінансування. Такі завдання мають бути вирішені на рівні національної монетарної і зовнішньоекономічної політики, адже за умови низької норми заощаджень і низьких внутрішніх доходів домогосподарств, спостерігатиметься тенденція до зниження попиту та блокування фінансування подальшого виробництва продукції на експорт, що суперечить положенням Угоди про асоціацію ЗВТ+ України та ЄС [23].

Поряд із викладеними дослідженнями, також, важливо звернути увагу на виділення й інших детермінант до активізації експортної спрямованості вітчизняних виробників, проте зі сторони внутрішньої підтримки Міністерства економіки, розвитку і торгівлі та тих програм, які створюють можливості для підвищення прибутковості, досягнення кращих фінансових результатів та розширення цільового ринку збуту. В цих питаннях доцільно зупинитись на урахуванні таких вимог:

- експортної стратегії розвитку України упродовж 2017–2021 рр. (регламентовано розпорядженням КМУ від 27.12.2017 р. № 1017-р «Про схвалення експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки») [72; 175];
- діяльності Ради з міжнародної торгівлі (регламентовано Положення про Раду з міжнародної торгівлі відповідно до поста-

нови КМУ від 04.07.2017 р. № 455 «Про утворення Ради з міжнародної торгівлі») [177; 179];

– Експортно-кредитного агентства (ЕКА) (регламентовано постановою КМУ від 07.02.2018 р. № 65 «Питання утворення Експортно-кредитного агентства»; законом України від 20.12.2016 р. № 1792–VIII «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування і здешевлення кредитування експорту») [73; 172];

– Державної установи «Офіс з просування експорту України» (регламентовано наказом Мінекономрозвитку від 23.06.2018 № 864 «Про утворення Державної установи «Офіс з просування експорту України» та затвердження Положення про Державну установу «Офіс з просування експорту України») [59; 176].

З цих позицій зазначимо, що відповідно до програми Експортної стратегії розвитку України упродовж 2017–2021 рр., діяльності Ради з міжнародної торгівлі, ЕКА та ДУ «Офіс з просування експорту України», вітчизняні виробники отримали можливості не тільки до розширення потенційних ринків збуту, а разом з тим, мають змогу стимулювати свій економічний, виробничий та конкурентоспроможний потенціал. Як результат, це дозволить вплинути на формування структури прибутковості підприємства через функціонування таких ключових елементів як: маркетингові дослідження, ресурсне забезпечення, інноваційний потенціал та інтегрована система управління експортоорієнтованою діяльністю підприємства.

Таким чином, проведені дослідження дають змогу зрозуміти те, що для побудови продуманої структури управління прибутковістю за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин в рамках інтеграції та вимог ЗВТ+, для вітчизняних підприємств необхідно врахувати значну кількість особливостей теоретичних і методичних підходів, а також тих детермінант, які визначають аспекти адаптації їх мікросередовища до глобалізованих систем зовнішнього ринку. Перш за все, такі елементи стосуються вивчення можливостей отримання конкурентних переваг, формування інформаційної бази для знаходження потенційних партнерів на ринку ЄС, використання переваг законодавчої бази та інструментів гармонізованого технічного регулювання, впровадження інноваційних проектів, обмін досвідом з питань підвищення кваліфікації кадрів, ресурсозабезпечення, управління, діагностики та планування.