УДК 338

ХМЕЛЕВСЬКИЙ О. В.
Хмельницький національний університет

ЕКСПОРТООРІЄНТАЦІЙНИЙ СТАТУС ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛЮЧОВІ АТРИБУТИ

В статті на основі системного підходу до сукупності різноманітних статусів підприємства досліджено та сформульовано сутність економічного змісту категорії «експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства» та ідентифіковано його ключові ознаки в умовах мінливого ринкового середовища, що є особливо актуальним за потреби забезпечення стабільних позицій експортоорієнтованого підприємства на зовнішньому ринку.

Ключові слова: експортоорієнтаційний статус, експортоорієнтовані підприємства, експортоорієнтованість, конкурентний статус, ознаки.

KHMELEVSKIY O. V.
Khmelnytsky National University

EXPORT-ORIENTED STATUS OF EXPORT-ORIENTED ENTERPRISES: DEFINITION AND KEY ATTRIBUTES

The article is based on a systematic approach to aggregate various statuses company researched and formulated the essence of the economic content category «export-oriented status of export-oriented enterprises» and identified its key features in a changing market environment, which is especially relevant if necessary to ensure a stable position export-oriented enterprises in foreign markets.

Keywords: export oriented status, export-oriented enterprises, export orientation, competition status, signs.

Постановка проблеми. Забезпечення стійкого економічного розвитку експортоорієнтованих підприємств викликає необхідність формулювання нової концепції щодо формування статусу таких підприємств з орієнтацією як на внутрішні можливості, так і на можливості й погрози зовнішнього навколишнього середовища – експортоорієнтаційного статусу. Ідентифікація сутності, характеристика основних ознак, розробка і правильне використання методики дефініції експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованих підприємств проступатиме визначальним етапом прийняття обґрунтованих управлінських рішень, досягнення стійкої конкурентоспроможної позиції підприємств на зовнішньому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ознаки та особливості діяльності експортоорієнтованих підприємств вивчалася вітчизняними та закордонними дослідниками, серед яких О.С. Бірюк, С.О. Бірюк, Н.С. Ричихіна, С. К. Куканина, С.В. Теребова, колектив авторів бізнес-щколи «ЧЕ-ЛИНК» та інші, проте питання щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства ними не піднімалися.

Ознаки статусу підприємства стосовно конкурентного статусу сформулювали И. Ансофф [1], Д. Кемпбел [2], В.А. Василенко, Г.І. Ткаченко [3], Л.І. Воротіна [4], К.М. Мельник [5], Г.В. Осовська, О.А. Осовський [6], Д.В. Резніченко [7], С.В. Філлипова [8], В.В. Холод [9], В.В. Чернега [10], однак характеристики щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства не надавалися.

Невирішені раніше частини проблеми. На сьогодні не вироблено категорійного апарату, який би однозначно трактував характеристики діяльності експортоорієнтованого підприємства, в першу чергу – його статус.

Постановка завдання. Метою написання статті є розкриття сутності та ключових ознак експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства.

Виклад основного матеріалу. Дослідження статусу підприємства як цілісної множини елементів в сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд його як системи, показує, що:

1) статус підприємства розкривається за багатьма ознаками (правовими, організаційними, економічними тощо) та характеризує відповідні передумови досягнення ним певних переваг, серед яких, зокрема: правовий статус підприємства – встановлених нормами права положення його суб'єктів у сукупності їх прав і обов'язків; юридичний – спроможності підприємства мати права и нести юридичні обов’язки; конкурентний – здатності досягати підприємством того чи іншого рівня конкурентної переваги, тобто, головної мети конкурентної боротьби підприємства на ринку;

2) відповідний статус підприємства може передбачати певну підпорядкованість, як, для прикладу, правовому статусі підприємства виділяють конституційно-правовий статус, цивільно-правовий статус, адміністративно-правовий статус та інші.

Відповідно до наведеного, для обґрунтування змісту експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованих підприємств використані наступні обставини:

– виходячи із загального розуміння категорії «статус» у якості абстрактного терміна як сукупності стабільних значень параметрів суб'єкту, висувається припущення, що конкурентний статус – не єдиний

статус підприємства в його економічній характеристиці, де відповідне місце посідає й експортоорієнтаційний;

– оскільки у механізмі ринкової взаємодії конкуренція є основою ефективної діяльності суб'єктів господарювання, передбачається, що конкурентний статус підприємства є домінуючим стосовно інших його статусів, включаючи експортоорієнтаційний;

– співвідносячись із експортною діяльністю, експортоорієнтаційний статус є характерним для експортоорієнтованих підприємств, поєднуючи їх сутність та особливості формування.

Враховуючи відмічене, експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства визначає принагідні передумови здатності досягнення чітких переваг експортоорієнтованості як сформованої комплексної науково обґрунтованої системи 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.

Орієнтуючись на висунуту гіпотезу про те, що конкурентний статус підприємства є домінуючим стосовно інших його статусів, включаючи експортоорієнтаційний, здійснено групування ознак статусу підприємства стосовно їх наявності при визначенні категорій «конкурентний статус підприємства» та «експортоорієнтоване підприємство», що слугуватиме для подальшої характеристики експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Ознаки статусу підприємства стосовно їх наявності при визначенні категорій «конкурентний статус підприємства» та «експортоорієнтоване підприємство»

Основні підходи до трактування ознак статусу підприємства	Наявність ознак при визначенні науковцями	
	конкурентного статусу підприємства	експортоорієнтованого підприємства [11]
Позиція підприємства на ринку (в конкуренції)	Конкурентний статус – позиція підприємства в конкуренції, своєрідний вимірник успіху підприємства на ринку, засіб, що допомагає підприємству орієнтуватися в ринковому середовищі, вибирати надійних партнерів, відстежувати позиції конкурентів [1]; індикатор, вимірювач стану підприємства на ринку, характеризує передумови досягнення певного рівня конкурентної переваги [8]; конкурентний стан, який характеризується і визначається конкурентним потенціалом, ключовими компетенціями, правами і зобов'язаннями, повноваженнями, що витікають з його бізнес-позиції на конкурентному ринку [9]	Експортоорієнтоване підприємство – 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 напрям розвитку виробничої і комерційної діяльності
Стан підприємства, за якого відбувається ефективне використання його потенціалу	Конкурентний статус визначає рівень освоєння потенційних можливостей підприємства; характеризує можливості щодо ведення конкурентної боротьби, передумови досягнення підприємством визначених конкурентних переваг [4; 6]	Експортоорієнтовані організації – це суб'єкти бізнесу, які володіють ... достатнім потенціалом для виходу на міжнародний ринок
Сукупність ринкової позиції та можливостей (потенціалу) підприємства для досягнення конкурентних переваг	Конкурентний статус – це статус підприємства на конкретному ринку в конкретний період часу, що зумовлюється його конкурентною позицією і можливостями для досягнення ним конкурентних переваг у майбутньому [10]; під конкурентним статусом підприємства варто розуміти досягнуту ним позицію на ринку та сформований ресурсний потенціал, які створюють можливості для подальшого функціонування підприємства задля формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг [7]	Експортоорієнтоване підприємство – це суб'єкт бізнесу, що виробляє конкурентоспроможні товари, має чітко сформульовану стратегію експортної діяльності, ... постачає на зовнішній ринок більше 30% продукції, що випускається
Міра сприйняття підприємства зовнішнім середовищем	Конкурентний статус – це бачення, сприйняття підприємства зовнішнім середовищем, яке забезпечується шляхом свідомого, цілеспрямованого позиціонування підприємства на ринку [5]; визначається мірою сприйняття його суб'єктами зовнішнього середовища через співвіднесення результатів діяльності підприємства з панівною системою цінностей і потреб [2]; це позиція щодо підприємства у споживачів, бізнес-партнерів, інвесторів, конкурентів, яка надає переваги підприємству у суперництві між суб'єктами господарювання за кращі умови використання та доступу до ресурсів заради максимізації прибутку [3]	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

Проаналізувавши наведені основні підходи вчених до трактування ознак статусу підприємства (стосовно конкурентного статусу), можна вказати, що всі вони:

– присутні у визначеннях експортоорієнтованого підприємства, що дає можливість поширити вказані ознаки на експортоорієнтаційний статус підприємства;

– є обґрунтованими відповідними групами науковців, проте суттєво різняться між собою.

Останнє, на наш погляд, є наслідком розуміння самої категорії «статус» (лат. status «стан,

положення») у якості абстрактного багатозначного терміна, який може означати: сукупність можливостей об'єкту або суб'єкту; його стан, положення або позицію на шкалі тієї чи іншої ознаки; ранг у будь-якій ієрархії, структурі, системі, підтверджений оцінкою індивідів або суспільною думкою. Якраз підтвердження оцінками вчених, що досліджували ознаки статусу, та думкою груп науковців, які отримали ідентичні висновки, призвели до різносторонніх характеристик.

Виходячи з визначення статусу в цілому, вважаємо, що експортоорієнтаційний статус підприємства – це складна, багатогранна категорія, яку характеризує ряд параметрів. Тому дослідження його змісту необхідно вести на основі системного підходу.

В контексті зазначеного, систематизоване у табл. 1 трактування науковцями ознак статусу підприємства (стосовно конкурентного статусу), наведених у науковій літературі, на нашу думку, є такими, що можуть бути адаптованими та потребують інтерпретації щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства.

Так, тлумачення ознаки статусу підприємства, сформоване вченими першої групи стосовно конкурентного статусу як позиції підприємства у конкуренції або на ринку, розкриває одну із важливих ознак – конкурентну або ринкову позицію підприємства. Вказану ознаку статусу підприємства вважаємо такою, що утверджує експортоорієнтаційний статус підприємства і її доцільно уточнити у якості експортоорієнтованої позиції підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку.

Ще одну важливу ознаку розкриває твердження, що статус підприємства у якості конкурентного статусу – це стан підприємства, за якого відбувається ефективне використання його ресурсного потенціалу. Така ознака, сформована вченими другої групи, також є основоположною для характеристик статусів підприємства, тому що відображає освоєння його потенційних можливостей. Щодо експортоорієнтаційного статусу, то вважаємо, що це стан підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу.

Ознака статусу підприємства, сформована науковцями третьої групи стосовно конкурентного статусу як сукупності ринкової позиції та можливостей (потенціалу) підприємства для досягнення конкурентних переваг, з уточненням стосовно експортоорієнтаційного статусу підприємства можна сформулювати як сукупність зовнішньоринкової позиції та експортоорієнтованого потенціалу підприємства для досягнення конкурентних переваг при експорті продукції.

Щодо такої важливої ознаки статусу, відміченої вченими четвертої групи, як міри сприйняття підприємства зовнішнім середовищем, то позитивне сприйняття діяльності підприємства є важливою передумовою формування і забезпечення його конкурентних переваг внаслідок наявності довіри до нього зі сторони окремих споживачів та інших суб’єктів господарювання. Виходячи з цього, вважаємо, що позиція вчених четвертої групи щодо формулювання ознаки статусу має бути врахована у тлумаченні змісту експортоорієнтаційного статусу підприємства із уточненням, що мірою перцепції підприємства зовнішнім середовищем є його сприйняття у якості експортоорієнтованого.

Таким чином, ґрунтуючись на наявних основних підходах науковців до трактування ознак статусу підприємства щодо конкурентного статусу, вбачаючи останній домінуючим стосовно інших статусів суб’єкта господарювання, створена підстава вирізнити наступні ознаки експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства:

– експортоорієнтована позиція підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку;

– стан експортоорієнтованого підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу;

– сукупність зовнішньоринкової позиції та експортоорієнтованого потенціалу підприємства для досягнення конкурентних переваг у експорті продукції;

– міра сприйняття підприємства зовнішнім середовищем у якості експортоорієнтованого.

Поряд із наведеними характеристиками, експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства засвідчує його інноваційні переваги відносно інших, та, вказуючи на можливості здійснення ефективної експортоорієнтованої діяльності за конкурентного зовнішнього ринку, виробляти й реалізовувати привабливішу експортоспроможну продукцію (рис. 1).

Орієнтуючись на наведені характеристики, можна засвідчити, що експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства – це стан експортоорієнтованого підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу на основі сукупності його можливостей та зовнішньоринкової позиції підприємства для досягнення конкурентних переваг у експорті продукції, що визначається експортоорієнтованою поведінкою підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку, забезпечуючи сприйняття підприємства зовнішнім середовищем у якості експортоорієнтованого.

Експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства вказує на здатність успішно розвивати експортоорієнтовану діяльність в умовах конкуренції; адаптуватися до змін зовнішнього ринку; забезпечувати достатній рівень конкурентних переваг на зовнішньому ринку; протистояти конкурентам за ступенем задоволення потреб та ефективністю експортоорієнтованої діяльності для досягнення підприємством підвищення прибутковості; проектувати та випускати за попитом іноземних споживачів та збувати в конкурентних умовах експортоорієнтовану продукцію. Відповідно, експортоорієнтаційний статус

окремого підприємства, як складна, багатогранна категорія, що вирізняється низкою ознак та сукупністю можливостей його стану, за розробки системи оцінки може займати положення або позицію на шкалі тієї чи іншої ознаки, ранг у певній ієрархії, структурі, системі, підтверджений оцінкою індивідів або суспільною думкою.

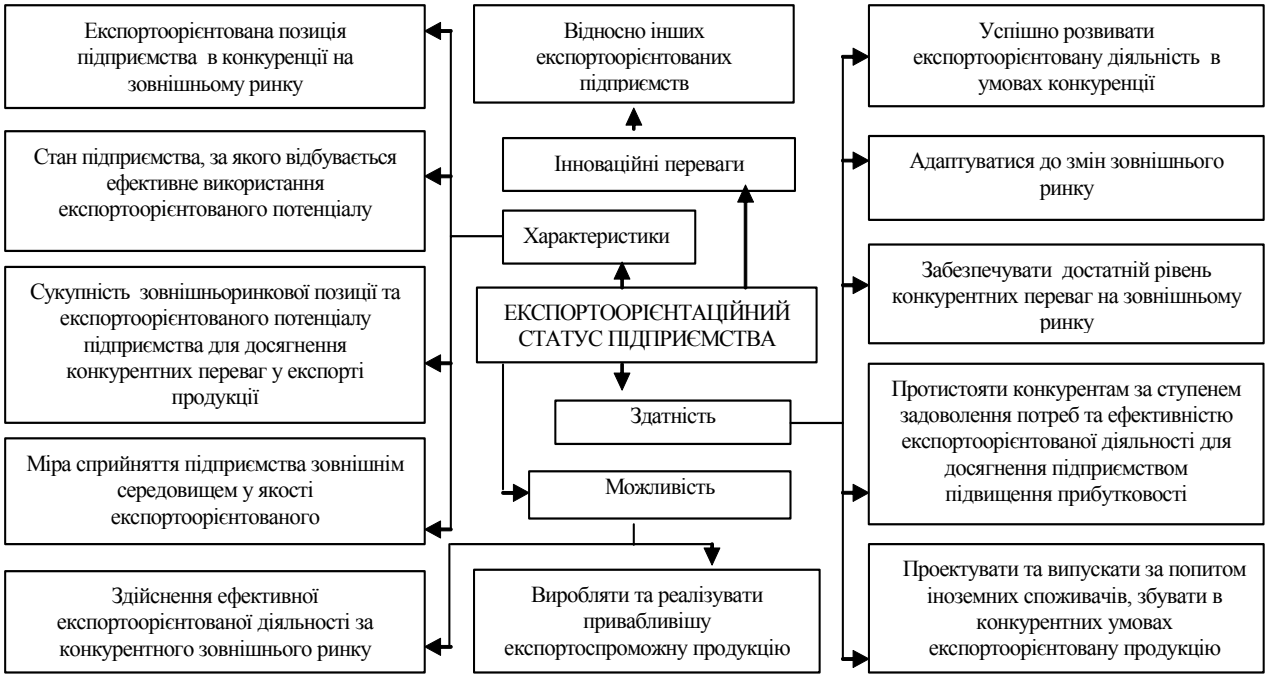

Рис. 1. Ключові атрибути експортоорієнтаційного статусу екпортоорієнтованого підприємства

Висновки. Одержані результати підтверджують доцільність системного підходу до встановлення економічного змісту категорії «експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства» в сукупності інших статусів підприємства. Проведені дослідження дозволили сформулювати сутність поняття «експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства» та ідентифікувати його ключові ознаки в умовах мінливого ринкового середовища, що особливо актуально за потреби забезпечення стабільності статусу експортоорієнтованого підприємства на зовнішньому ринку. Подальше дослідження експортоорієнтаційного статусу підприємств, перед усім, потребує започаткування концепції його діагностики, формування інформаційного забезпечення останньої та розробки методичних рекомендацій до практичної реалізації.

Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; под ред. Л.И. Ивенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

2. Кемпбел Д. Стратегический менеджмент / Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Хьюстон ; пер. с англ. Н.И. Алмазовой. – М. : ООО «Издательство Проспект», 2003. – 336 с.

3. Василенко В.А. Стратегічне управління : навч. посіб. / В.А. Василенко, Г.І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.

4. Воротіна Л.І. Можливості збереження підприємств сектору малого бізнесу економіки України [Електронний ресурс] / Л.І Воротіна. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua.

5. Мельник К.М. Управління конкурентними позиціями підприємства: сутність та взаємозв'язок основних категорій [Електронний ресурс] / К.М. Мельник. – Режим доступу : http://www.kneu.edu.ua.

6. Осовська Г.В. Менеджмент організацій : навч. посібник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К. : Кондор, 2007. – 676 с.

7. Резніченко Д. В. Категоріальний апарат конкурентоспроможності соціально-економічної системи / Д.В. Резніченко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 8. – С. 171–175.

8. Філлипова С.В. Оцінювання та аналіз конкурентоспроможності промислових підприємств як основні функції управління процесом її організаційно-економічного забезпечення / С.В. Філлипова // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 110–115.

9. Холод В.В. Конкурентний статус підприємств: дефініція, модель розвитку, методика визначення [Електронний ресурс] / В.В. Холод. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_32/Holod.pdf.

10. Чернега В.В. Конкурентостійкість підприємств та механізмів її забезпечення : монографія / В.В. Чернега ; [відповід. ред. О.Д. Гудзинський] ; Київський національний ун-т технологій та дизайну, Ін-т підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2008. – 235 с.

11. Хмелевський О.В. Експортоорієнтованість підприємства: сутність та особливості формування / О.В. Хмелевський // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4. – Т. 2. – С. 47–53.

Надійшла 19.05.2016; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.