

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна  
ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний  
аграрно-економічний університет



№ 7, 2013 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 654:338.4

*Н. М. Байдала,  
аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка»*

## ПРИНЦИПИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*N. M. Baidala,  
Post-graduate student of department of Management and International Business, National University "Lviv Polytechnic"*

### THE PRINCIPLES OF THE LOCAL INDUSTRY EXPORT POTENTIAL

*У статті розкрито сутність принципів розвитку експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств, аргументовано їх значущість, наведено приклади підприємств, які сповідують ці принципи.*

*This article discovers the essence of the principles of the local industry export potential. The importance of the principles is argued. The examples of companies that practice these principles are given.*

**Ключові слова:** експорт, потенціал, розвиток, принципи, управління.

**Keywords:** export, potential, development, principles, management.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Упродовж років незалежності України стійкими є тенденції до зростання частки незадіяних виробничих потужностей промислових підприємств, а також збільшення фізичної і моральної зношеності основних фондів. Невдало проведена приватизація, правові колізії і політична нестабільність, значною мірою, стали причиною неспроможності промислових підприємств акумулювати інвестиційні ресурси для технологічного оновлення виробництва, ідентифікувати і своєчасно використовувати можливості для задоволення попиту на вітчизняному і зарубіжних ринках на промислову продукцію. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що на ринках іноземних країн попитом користується високотехнологічна продукція з високою часткою доданої вартості в її ціні. Такою, як правило, є інтелектуальністка продукція, виробництво якої супроводжується складними технологічними процесами. Більшість промислових підприємств в Україні, які володіють певним експортним потенціалом, пропонують на ринок продукцію з низькою часткою доданої вартості. Здебільшого, така продукція знаходить збут у країнах СНД і державах третього світу, оскільки є дешевшою. Попри це, на ринку під впливом конкуренції зарубіжні виробники постійно впроваджують інновації, застосовують нові види матеріалів при виробництві промислової продукції, підвищують рівень її якості, зокрема функціональності, безпеки використання тощо. Як наслідок, число зарубіжних споживачів вітчизняної промислової продукції постійно зменшується. Проблема полягає у несистемності, фрагментарності розроблених теоретичних і методико-прикладних положень щодо розвитку експортного потенціалу підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі велику увагу приділено макроекономічним і регіональним аспектам розвитку експортного потенціалу України, галузевим проблемам управління експортом, різним аспектам обліку, аудиту і окремим фінансовим особливостям реалізації експортних операцій [1; 2; 5; 7; 8; 12; 15; 17]. Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці розвитку експортного потенціалу підприємств, є частина питань, які залишаються постійним об'єктом дискусій. До них належать загальні, вихідні положення (принципи) розвитку експортного потенціалу підприємств. Нечіткість їх ідентифікації і механізмів реалізації є причиною проблематичності розвитку експортного потенціалу на усіх рівнях управління розвитком експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств.

**Цілі статті.** Метою статті є ідентифікувати і розкрити сутність принципів розвитку експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств.

**Вклад основного матеріалу.** Узагальнення огляду літературних джерел [1; 2; 5; 7; 8; 12; 15; 17] і матеріалів промислових підприємств, які є експортерами готової продукції, зокрема ПАТ «Мотор січ», ПАТ «Веркон», ДП «Виробниче об'єднання «Київприлад», ПАТ «Запорізький завод високовольтної апаратури», ДАХК «АРТЕМ», ПАТ «Топаз», ПрАТ НВП «Макіївський завод шахтної автоматики», ПАТ «Більшовик», ПАТ «Електроприлад», ПрАТ «Фінпрофіль», Завод ДП «Електроважмаш», ТОВ «Контур», ПАТ «Завод «Екватор», ТОВ «ХК «МІКРОН», ДП «Оризон-Навігація», ПАТ «Завод «Перетворювач», ПрАТ НКМЗ, ПАТ «Електромашинобудівний завод ФІРМА «СЕЛІМА», ПАТ «Сумхімпром», ПАТ «Меридіан ім.С.П.Корольова», ПАТ «Черкаський приладобудівний завод», ДП «Науково-виробничий комплекс «Машпроект», ПрАТ «КЕМЗ Зварка», ПАТ «Завод-газотурбування «Зоря», ДП «Антонов» показало, що розвиток експортного потенціалу вимагає дотримання низки взаємопов'язаних між собою принципів, а саме:

- забезпечення інноваційності продукції, її відповідності чинним стандартам якості;
- забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера;
- необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів;
- побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців;
- постійність і адекватність позиціонування продукції на ринку;
- передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури;
- забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства-експортера.

На підставі проведених досліджень доведено, що інноваційність є сутнісною ознакою поняття «експортний потенціал підприємства», яка лінійно пов'язана з економічними реаліями, які упродовж кількох останніх десятиліть складаються на товарних ринках. Якщо раніше науковці пояснювали рух експортних та імпорتنних потоків, використовуючи такі категорії, як вартість капіталу, кваліфікація робочої сили, рівень доходу на капітал, митні бар'єри тощо, то останнім часом, у міру підвищення рівня глобалізації комунікаційних каналів, пришвидшення обігу інформації, збільшення чисельності користувачів інформаційних технологій, характер зміни векторів експортних та імпорتنних потоків все частіше пояснюють через призму формування конкурентних переваг у зв'язку з інноваційністю продукції, рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури ринку. Інформація, як фактор виробництва і компонента продуктивних сил суспільства, є основою забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств шляхом перетворення інтелектуальної праці у нові або суттєво оновлені продукти, що характеризуються інтелектуальністю. За даними офіційної статистики відомо, що більшість промислових підприємств в Україні мають суттєво фізично зношені основні фонди, значною мірою, вони є морально застарілими. Як наслідок, продукція промислових підприємств набагато енергоємніша за іноземні аналоги, зокрема

йдеться про машинобудівну продукцію, а також металопрокат і грубе виробництво. Так, за дослідженнями В.Герасимчука та І.Шеламової Україна входить до складу найбільш енергозатратних країн світу, бо її частка в світовому споживанні енергії досягає 1,9%, а населення складає менше 1% кількості населення планети. В експортних галузях національної економіки від 50 до 70% витрат припадає на паливо та енергію. В результаті офіційні ціни експортних товарів на 30-70 % перевищують ціни аналогів на світових ринках [4]. Це суттєво послаблює можливості підприємств щодо експорту цих товарів. Значною мірою, іноземні товарні ринки втрачені через те, що останніми роками відбулося оновлення основних засобів машинобудівних і металоплавильних заводів у Південній Америці і окремих країнах Африки та Азії. Як наслідок, забезпечення інноваційності продукції промислових вітчизняних підприємств є одним з основних принципів розвитку експортного потенціалу.

Важливим принципом розвитку експортного потенціалу підприємств є дотримання певних стандартів якості, які визнаються на іноземних ринках. Для здійснення робіт у сфері галузевої стандартизації на сьогодні органами державного управління створено мережу головних організацій із стандартизації (ГОС), функції яких виконують галузеві науково-дослідні інститути. Сьогодні перелік ГОС складається з 87 положень. Аналіз фактичного стану готовності провідних вітчизняних підприємств до виконання вимог гармонізованих національних стандартів на підставі отриманих відомостей показує, що більш ніж 50% підприємств не проводять підготовки до їх запровадження. Основним чинником цього є незадіяність підприємств-виробників до заходів реформування системи технічного регулювання. Крім того, на більшості підприємств практично ліквідовані служби стандартизації. Викликає занепокоєння недостатня чисельність на підприємствах фахівців у сфері конструювання, що у період підготовки до запровадження гармонізованих стандартів повинні здійснювати основні роботи з підготовки підприємств, наприклад, аналіз ризиків небезпеки усіх видів обладнання, переробку інструкцій з експлуатації обладнання тощо. Мала чисельність конструкторів визначає також малу кількість нових моделей обладнання, що поставлено на виробництво за останні 5 років (менше ніж 30%) [16].

Практика зарубіжних і провідних вітчизняних підприємств свідчить, що задоволення вимог міжнародних стандартів ISO дозволяє забезпечити необхідний рівень якості і конкурентоздатність продукції і послуг. У сьогоденній практиці використовують дві моделі систем якості: ISO 9001 або ISO 9002. Вони відрізняються ступенем охоплення всіх етапів життєвого циклу продукції. Модель системи ISO 9001 застосовують підприємства, виробничий цикл яких містить проектування, розробку, виробництво, монтаж і обслуговування. Модель системи ISO 9002 застосовують, коли виробничий цикл включає виробництво, монтаж і обслуговування, тобто відсутні проектування і розробка [3]. Зважаючи на важливість гармонізації українських стандартів якості з міжнародними, зокрема європейськими стандартами і процедурами, слід позитивно оцінити Угоду про партнерство і співробітництво між Європейським Союзом і Україною, підписану 16.06.94 р. у Люксембурзі. Кабінет Міністрів України підтримав ініціативу Держстандарту про вступ до європейських організацій зі стандартизації CEN та CENELEC і міжнародної організації законодавчої метрології (OIML). Україну прийнято членом-кореспондентом OIML з січня 1997 р. і CEN — з квітня 1997 р. З метою подолання технічних бар'єрів у міжнародній торгівлі, забезпечення національного режиму стосовно імпортованих товарів відповідно до норм та принципів Світової організації торгівлі (WTO) Україна приєдналась до Кодексу доброчинної практики щодо підготовки, прийняття та запровадження стандартів WTO. Про ділову активність України в роботі міжнародних організацій свідчать підсумки міжнародної діяльності Держстандарту в 1996 р.: 88 технічних комітетів України брали участь у роботі 370 технічних комітетів і підкомітетів ISO та IEC, а 39 активних технічних комітетів проголосували за 855 проектами міжнародних стандартів, у тому числі за 458 міжнародними стандартами в ISO та за 427 в IEC. З метою відстоювання національних інтересів України представники Держстандарту взяли участь у 9-му і 10-му засіданнях міжнародної Ради із стандартизації, метрології та сертифікації, які відбулися у 1996 р. в Ашхабаді та Бішкеку [13].

Серед принципів розвитку експортного потенціалу підприємств виділено також необхідність забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера. Дотримання цього принципу важливе з точки зору досягнення повноправності участі експортерів у відстоюванні власних інтересів у міжнародних організаціях і судах. Незаконне копіювання продукції підприємства іншими виробниками, незаконне заволодіння технологією виробництва є чинниками, які призводять до послаблення конкурентних позицій підприємств-експортерів, зменшення обсягів реалізації оригінальної продукції, гальмування терміну окупності інвестицій, вкладених у її виробництво тощо. Для попередження таких проблем і їх розв'язання важливо володіти правами інтелектуальної власності на експортовану продукцію.

Правовідносини у сфері інтелектуальної власності регулюються окремими положеннями Конституції України, Цивільного кодексу України, Кримінального, Митного кодексів України, Кодексу України про адміністративні правопорушення та ряду процесуальних кодексів, нормами 10 спеціальних законів у сфері інтелектуальної власності, близько 100 підзаконних актів. Також Україна є учасницею 18 багатосторонніх міжнародних договорів у цій сфері, які є частиною національного законодавства [18]. За дослідженнями М.Вачевського, В.Крем'яна, В.Мадзігона, В.Скотного, Г.Левченка, О.Вачевського, пропонуючи продукти для зарубіжного патентування, організація має визначитись, чи будуть ці продукти експортуватись, чи передбачається продаж ліцензій на виробництво цих продуктів, а також виробничі кооперація. Дослідники застерігають: «... якщо продукція може бути виготовленою за описом, доданням до патенту, або на основі опублікованих заявочних матеріалів і для цього не потрібно спеціальних знань типу «ноу-хау» та участі спеціалістів для їх виготовлення типу «інжиніринг», ... то патентувати такі вироби за кордоном недоцільно, оскільки в таких випадках стає відомою відповідна інформація для іноземних зацікавлених фірм, що зменшує перспективу комерційної реалізації винаходів на зовнішньому ринку...» [10, с. 231].

Важливим принципом розвитку експортного потенціалу підприємств є необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів. Запити споживачів можуть змінюватись під впливом насичення ринку певним видом продукції, внаслідок зниження рівня платоспроможного попиту, через появу товарів-замінників або аналогів тощо. У будь-якому випадку поінформованість підприємств-експортерів про характер зміни попиту є важливою умовою забезпечення своєчасності окуплення коштів, інвестованих у виробництво продукції на експорт, забезпечення стабільності збуту продукції, адекватності прийняття рішень щодо покращання якості товарів тощо. Функція моніторингу зміни запитів споживачів традиційно покладається на службу маркетингу підприємства. Дослідження ринку — це систематичний збір, запис, аналіз та інтерпретація даних про продаж товарів чи послуг, а також організацію маркетингу. Деякі менеджери вважать, що методи і техніки проведення міжнародних маркетингових досліджень такі самі, як і дослідження внутрішнього ринку, а розбіжності — тільки в зовнішньому середовищі. Однак, саме зовнішнє середовище і визначає, які методи, техніку і види досліджень застосовувати на іноземному ринку. Хоча цілі маркетингових досліджень можуть бути схожими, проведення дослідження для зовнішнього ринку істотно відрізняється від того, що проводиться для внутрішнього. Виділяють чотири основні причини, що викликають ці розбіжності: нові умови зовнішнього середовища; ширше поле дослідження; збільшення кількості залучених чинників; високий рівень конкуренції [14]. Перманентність досліджень іноземних ринків важлива з точки зору ідентифікування причинно-наслідкових зв'язків між факторами, які спричиняють зміни в уподобаннях споживачів. Слід звернути увагу також на те, що зміни у потребах споживачів можуть бути викликані появою нових товарів, які пропонують конкуренти. Таким чином, своєчасність виявлення конкурентів є передумовою адекватності прийняття рішень щодо вибору такої поведінки на ринку, яка уможливить уникнення втрат через збільшення витрат на рекламу і застосування дієвих заходів захисту фірмових розробок від промислового шпіонажу та інших форм несанкціонованого отримання інженерної, технологічної та управлінської інформації.

Дослідження показали, що крупні вітчизняні промислові підприємства, які мають великий досвід у формуванні і використанні експортного потенціалу, сповідують такий принцип розвитку експортного потенціалу, як побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців готової продукції. Так, ПАТ «Мотор-Січ» здійснює технічний супровід кожного виготовленого авіаційного двигуна протягом усього терміну експлуатації, безперервно взаємодіючи зі своїми представництвами в усьому світі (Росія, Китай, Іран тощо). Рівень сервісу дозволяє з високою якістю ремонтувати авіаційні двигуни не тільки на базі підприємства, а й у будь-яких умовах їх експлуатації. Маючи в своєму розпорядженні високі технології, фахівці підприємства відновлюють не тільки ресурс, але і всі експлуатаційні характеристики пропонованої продукції. Замовнику пропонується повний спектр послуг у гарантійній та післягарантійній періоди (програма управління парком двигунів; оренда двигунів; постачання запасних частин і оснащення; модульний ремонт двигунів у замовника; ремонт двигунів на підприємстві; інженерна підтримка; інформаційне забезпечення; навчання персоналу замовника). В якості іншого прикладу слід навести досвід ДП «Антонов». Сервісними центрами ДП «Антонов» виконуються такі види робіт:

- технічне обслуговування літаків Ан-12, Ан-22, Ан-24, Ан-26, Ан-30, Ан-32, Ан-74, Ан-140, Ан-148-100, Ан-124-100, Ан-225 і їхніх комплектуючих виробів відповідно до діючої експлуатаційної документації на базі ДП «Антонов» і в місцях базування літаків Замовника;

- ремонти елементів конструкції літаків і комплектуючих виробів, а також організація ремонтів на підприємствах-партнерах;

- доробки літаків за бюлетенями;

- модернізація літаків для забезпечення вимог ІКАО (Міжнародна організація цивільної авіації);

- модернізація й переустаткування літаків за бажанням замовника; виконання гарантійних зобов'язань відповідно до договорів поставки літаків;

- обробка й аналіз матеріалів розшифровки засобів об'єктивного контролю.

Послуги з інженерно-технічної підтримки експлуатанта й авторський супровід експлуатаційної документації літаків «Ан» надаються Інформаційним центром підтримки Замовника (Call-Center customer support), що функціонує в цілодобовому режимі за принципом «єдиного вікна» для оперативного надання Замовникам інформації з їхніх запитів у регламентований термін. Крім того, з початку 2011 р. Замовникові доступна послуга надання актуальної експлуатаційно-технічної документації, бюлетенів з доробок конструкції й зміни експлуатаційної документації літаків, інформування про введені й плановані зміни конструкції літаків, подачі

заявок на технічну підтримку за допомогою web-порталу технічної підтримки Замовника.

Важливим принципом розвитку експортного потенціалу підприємств є постійність і адекватність позиціонування продукції на ринку. Позиціонування певного товару є стилем утримання підприємством місця на ринку за допомогою певної стратегії переконання споживачів у перевагах даного товару над іншими товарами. Експортер, незважаючи на зміну тактики позиціонування, внаслідок зміни ринкової кон'юнктури повинен бути стабільним у сповідванні тих цінностей, які він обрав гаслом просування власної продукції до споживачів. Це привносить у процес розробки стратегії позиціонування дисципліну та ясність. Завдяки цьому результуюча стратегія позиціонування виявляється логічною і завершеною. Слід відзначити також те, що у стратегічному позиціонуванні є ще кілька важливих аспектів. Одним із них є залежність стимулювання і спрямування всіх стратегічних ініціатив в організації від етапів вибору дослідницьких проектів до виробництва і просування товару. Позиція визначається, виходячи із загального стратегічного напрямку, а тому передбачає програми та ініціативи певного характеру. Наступним аспектом стратегічного позиціонування є визначення комунікативної програми. Хороша стратегічна позиція, дійсно диференційне товар і є релевантною для покупців, що служить точкою опори для зовнішніх комунікацій, і, зважаючи на свою довгостроковість, забезпечує їх сталість. Третій аспект полягає в демонстрації організаційних цінностей та культури для працівників і партнерів компанії. Внутрішні комунікації настільки ж важливі для успіху, як і контакти з покупцями [11].

Передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури – також один із принципів розвитку експортного потенціалу підприємств. Важливим сповіданням цього принципу експортерами зростає в період фінансово-економічних регіональних і світових криз. Наприкінці 2007 р. і на початку 2008 р. багато вітчизняних підприємств потрапили у скрутне становище через те, що на міжнародних ринках впала ціна на готову продукцію, і обсяг експортних закупівель суттєво знизився. Найбільшого удару від кризи зазнала українська промисловість, обсяги виробництва якої в 2008 р. скоротилися, порівняно з 2007 р., на 3,1 % (в 2007 р. було зростання на 10,2 %), у т. ч. в металургії – на 10,6 %, хімічній промисловості – на 6,2 %, що пов'язується, насамперед, зі зменшенням попиту на світових ринках. Зниження вартісних обсягів експорту в IV кварталі 2008 р. склало, порівняно з IV кварталом 2007 р., 15 %. Сповільнення приросту виробництва почало фіксуватися ще в червні, а вже у вересні промисловість увійшла в стадію технічної рецесії. В IV кварталі промислове виробництво скоротилося, у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, майже на 25 %. Піком падіння став листопад, коли промислове виробництво скоротилося, порівняно з листопадом 2007 р., на 28,6 % [6]. Як наслідок, суттєво зменшився обсяг валютної виручки українських підприємств, що суттєво знизило рівень їх ліквідності і платоспроможності, що спричинило кризу неплатежів і ріст заборгованості перед банками. Очевидно, що повністю уникнути залежності від ринкової кон'юнктури на експортних ринках не можливо, проте фахівці Державного інституту стратегічних досліджень НАН України та інші аналітики [9] одностайні у тому, що власники і керівники промислових підприємств повинні більше уваги приділяти якісному оновленню технологічного обладнання підприємств і глибшому аналізу внутрішнього ринку України, адже Україна досить великий обсяг промислової продукції імпортує. Щороку Україна імпортує товарів більш як на 80 млрд. дол., з яких близько 16% припадає на машинобудування і приладобудування. Цю споживчу нішу могли б заповнити вітчизняні виробники, особливо в кризовий період, коли протекціонізм є виправданим. Внутрішнє споживання сталі, металопрокату, машинобудівної продукції повинно бути локомотивом промислового розвитку. Не викликає сумніву і те, що більш вагому роль в активізуванні внутрішнього споживання промислової продукції мав би відігравати Уряд України шляхом реалізації державних програм розвитку транспортної інфраструктури, покращення інформаційно-комунікаційних мереж на основі державного замовлення на виготовлення певної продукції, виконання робіт і послуг, які необхідні для реалізації державних програм.

Важливим принципом розвитку експортного потенціалу підприємств є також забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємств-експортерів. Як відомо, інвестиційна привабливість підприємства та економічна ефективність його функціонування співвідносяться між собою як результативні і факторні ознаки розвитку. Сповідання цього принципу необхідне з погляду забезпечення можливості доступу підприємств до кредитних та інвестиційних ресурсів на умовах, які є прийнятними для збереження контролю за їх капіталом. Як відомо, збільшення обсягу виробництва готової продукції супроводжується зростанням відносно частки умовно-змінних витрат. Як правило, ці витрати перевищують внутрішні можливості підприємств щодо їх фінансування за рахунок власних коштів. Як наслідок, співвідношення між поточними активами і зобов'язаннями, власними капіталом і сукупною заборгованістю є тими параметрами, від яких залежать умови кредитування, а саме величина відсоткової ставки, обсяг застави, необхідність гарантії тощо. Необхідно відзначити також те, що, окрім показників фінансової стійкості, інвестиційну привабливість підприємств характеризує також імідж підприємства, креативність керівників, наявність досвіду участі у реалізації інвестиційних проектів, рівень розвитку системи менеджменту, наявність системи соціального захисту працівників тощо. Ці чинники важливі з позиції участі підприємства у міжнародних проектах, фінансування яких передбачає використання коштів міжнародних організацій і співпрацю з компаніями, які володіють всесвітньо відомими торговельними марками.

У результаті проведених досліджень доведено, що сповідання вище виділених принципів керівниками підприємств під час розвитку експортного потенціалу сприятиме раціоналізації прийняття і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із формуванням виробничих потужностей, вибором цільового сегменту ринку, побудовою стратегії і тактики позиціонування, створенням рекламної кампанії тощо.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Забезпечення очікуваних параметрів розвитку експортного потенціалу вимагає дотримання низки принципів (забезпечення інноваційності продукції, її відповідності чинним стандартам якості; забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера; необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів; побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців; постійність і адекватність позиціонування продукції на ринку; передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури; забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства-експортера). Їхнє сповідання керівниками підприємств-експортерів сприятиме раціональності прийняття і реалізації управлінських рішень щодо укладання і виконання експортних контрактів, оновленню виробничого обладнання, на якому виготовляється продукція на експорт, оптимізації логістичних систем тощо. Подальші дослідження доцільно проводити у напрямку вироблення механізмів реалізації цих принципів суб'єктами управління розвитком експортного потенціалу вітчизняних промислових підприємств.

#### Список використаних джерел.

1. Бортник О.М. Стратегічні засади розвитку експорту паливно-енергетичних ресурсів: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Олександр Миколайович Бортник ; Науково-дослідний економічний ін-т Міністерства економіки України. — К., 2006. — 18 с.
2. Волокодавова Е.В. Експортний потенціал промислових підприємств: теорія, методологія, практика: [Монографія] / Е.В. Волокодавова. – Самара: Самарський гос. екон. Університет, 2007. – С.14.
3. Впровадження і сертифікація систем якості по ISO 9000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.derevo.info>.
4. Герасимчук В., Шеламова І. Зниження енергоємності продукції – ключовий фактор реалізації економічного потенціалу машинобудівних підприємств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [essuir.sumdu.edu.ua](http://essuir.sumdu.edu.ua).
5. Дишко І.Ю. Державні засади формування та реалізації експортного потенціалу в Україні (на прикладі лісового господарства): автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / І.Ю. Дишко ; Ін-т законодавства ВР України. — К., 2010. — 21 с.
6. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua>.
7. Спішкіна О.В. Вдосконалення економічних механізмів експортної орієнтації використання ресурсного потенціалу агропромислових підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.В. Спішкіна ; Півден. філіал "Крим. агротехнол. ун-т" Нац. аграр. ун-ту. — Сімф., 2007. — 20 с.
8. Зборовська Ю. Л. Формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Ю.Л. Зборовська ; Уман. нац. ун-т садівництва. — Умань, 2011. — 20 с.
9. Державний інститут стратегічних досліджень НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/>
10. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності / М. Вачевський, В.Кремень, В.Мадзігон, В.Скотний, Г.Левченко, О.Вачевський. – К.: ВД Професіонал, 2005. – 448 с.
11. Класичні моделі стратегічного позиціонування. Специфіка їх використання в сучасних організаціях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-referat.com>
12. Коломієць В.В. Експортний потенціал та його зовнішньоекономічна діяльність (на прикладі Черкаського регіону): Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / В.В. Коломієць ; НАН України. Рада по вивч. продукт. сил України. — К., 2005. — 20 с.
13. Міжнародні системи стандартизації і сертифікації. Міжнародні стандарти ISO серії 9000, 10000 та SA8000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zavantag.com>
14. Основні напрями дослідження міжнародних ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua>
15. Петренко Л.А. Розвиток експортного потенціалу підприємства (за матеріалами молокопереробних підприємств України): автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Л.А. Петренко ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана". — К., 2007. — 17 с.
16. Питання актуалізації промислових стандартів і приведення їх до сучасного науково-технічного рівня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-info.biz>
17. Попов О.І. Підвищення ефективності формування і використання експортного потенціалу підприємств: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.І. Попов ;

Крим. держ. аграр. ун-т. — Сімф., 1999. — 20 с.

18. Романюк О.І., Мірошнікова О.С. Система захисту прав інтелектуальної власності: проблеми та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>

#### References.

1. Bortnik O.M. Strategichni zasady rozvutku eksportu palivno-energetichnix resursiv: Avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.02.03 / Oleksandr Mikolaiovich Bortnik ; Naukovo-doslidnii ekonomichnii in-t Ministerstva ekonomiki Ukraini. — K., 2006. — 18 s.
2. Volokodavova E.V. Eksportnyi potencial promyshlennix predpriyatii: teoriya, metodologiya, praktika: [Monografiya] / E.V. Volokodavova. — Samara: Samarskii gos. ekon. Universitet, 2007. — S.14.
3. Vprovadzheniya i sertifikatsiya sistem yakosti po ISO 9000 [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.derevo.info>.
4. Gerasimchuk V., SHelamova I. Znizheniya energoemnosti produktsii — klyuchovii faktor realizatsii ekonomichnogo potencialu mashinobudivnix pidpriemstv Ukraini [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: [essuir.sumdu.edu.ua](http://essuir.sumdu.edu.ua).
5. Dishko I.YU. Derzhavni zasady formuvannya ta realizatsii eksportnogo potencialu v Ukraini (na prikladi lisovogo gospodarstva): avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.03 / I.YU. Dishko ; In-t zakonodavstva VR Ukraini. — K., 2010. — 21 s.
6. Ekonomichna kriza v Ukraini: vimiri, riziki, perspektivi [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://old.niss.gov.ua>.
7. Epishkina O.V. Vdoskonalennya ekonomichnix mexanizmv eksportnoi orientatsii vikoristannya resursnogo potencialu agropromisloviy pidpriemstv: avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / O.V. Epishkina ; Pivden. filial "Krim. agrotekhnol. un-t" Nac. agrar. un-tu. — Simf., 2007. — 20 s.
8. Zborovs'ka YU. L. Formuvannya eksportnogo potencialu pererobnix pidpriemstv APK: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 / YU.L. Zborovs'ka ; Uman. nac. un-t sadivnictva. — Uman', 2011. — 20 s.
9. Derzhavnii institut strategichnix doslidzhen` NAN Ukraini [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.niss.gov.ua/>
10. Intelektual'na vlasnist': teoriya i praktika innovatsiinoi diyal'nosti / M. Vachevs'kii, V.Kremen', V.Madzigon, V.Skotnii, G.Levchenko, O.Vachevs'kii. — K.: VD Profesional, 2005. — 448 s.
11. Klasichni modeli strategichnogo pozicionuvannya. Specifika ix vikoristannya v suchasnix organizatsiyax [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://ua-referat.com>
12. Kolomic` V.V. Eksportnii potencial ta iogo zovnishn'oekonomichna diyal'nist' (na prikladi CHerkas'kogo regionu): Avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.10.01 / V.V. Kolomic` ; NAN Ukraini. Rada po vivch. produkt. sil Ukraini. — K., 2005. — 20 s.
13. Mizhnarodni sistemi standartizatsii i sertifikatsii. Mizhnarodni standarti ISO serii 9000, 10000 ta SA8000. [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://zavantag.com>
14. Osnovni napryamki doslidzheniya mizhnarodnix rinkiv [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://library.if.ua>
15. Petrenko L.A. Rozvitok eksportnogo potencialu pidpriemstva (za materialami molokoperobnix pidpriemstv Ukraini): avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / L.A. Petrenko ; Derzh. visch. navch. zakl. "Kiiv. nac. ekon. un-t im. V.Get'mana". — K., 2007. — 17 s.
16. Pitannya aktualizatsii promisloviy standartiv i privedeniya ix do suchasnogo naukovo-texnichnogo rivnya [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://ua-info.biz>
17. Popov O.I. Pidvischennya efektnosti formuvannya i vikoristannya eksportnogo potencialu pidpriemstv: Avtoref. dis... kand. ekon. nauk: 08.06.01 / O.I. Popov ; Krim. derzh. agrar. un-t. — Simf., 1999. — 20 s.
18. Romanyuk O.I., Miroshnikova O.S. Sistema zaxistu prav intelektual'noi vlasnosti: problemi ta shlyaxi ix virishennya [Elektronnii resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.rusnauka.com>

*Стаття надійшла до редакції 11.07.2013 р.*



ТОВ "ДКС Центр"