

**Кравченко Л. О.,  
Назарова Л. В.,  
Штепа О. В.,  
Майборода Р. В.**

## **РОЗРОБКА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

*Проведено аналіз зовнішньоекономічної діяльності України. Розглянуто динаміку зовнішньоекономічного сальдо, імпоротної квоти, експортної квоти, зовнішньоторговельної квоти та їх вплив на експортний потенціал регіонів України. Розглянуто логістичний ланцюг політики експорту в реалізації загальної зовнішньоекономічної політики держави у міжнародному поділі праці і системі господарських зв'язків та логістичне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України.*

**Ключові слова:** експортний потенціал, логістичне управління, інноваційно-логістичний розвиток, логістична парадигма управління.

### **1. Вступ**

Зовнішньоекономічна діяльність країни за своїми масштабами й функціями в загальному комплексі Міжнародних економічних відносин зберігає винятково важливе значення. Вхідження господарства України в систему світових господарських відносин зумовлюють необхідність визначення засад, на яких має розвиватися імпорнтний та експортний потенціал України.

В умовах посилення інтеграційних процесів зовнішньоекономічній діяльності відводиться вирішальна роль. Такий підхід формує передумови активного розвитку підприємств на інноваційній основі, що на сам перед визначає конкурентні переваги на світовому ринку товарів та послуг. Якісне управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) підприємств сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, залученню іноземних інвестицій, формуванню якісних ринкових відносин.

Можливість підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю господарства України за рахунок інтегрування функціональних циклів логістики в управлінні інноваціями на різних етапах інноваційного циклу й визначила мету даного дослідження.

### **2. Об'єкт дослідження та його технологічний аудит**

Останнім часом все більше уваги підприємства надають експортному потенціалу як індикатору конкурентоспроможності господарства України. Експертний потенціал держави визначається обсягами товарів та послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною вигодою для країни.

Україна завжди мала і має сьогодні значний експортний потенціал. Однак, науково-технічна революція дала значний поштовх поділові праці, спеціалізації виробництва, яка нині набирає широких масштабів. Спеціалізація виробництва сприяє різкому зростанню обміну вузлами, деталями, компонентами на інше, що виготовляється на підприємствах різних країн. Міжнародні кооперативні поставки постійно зростають. Нині більш ніж

30 % товарообороту між країнами Європи припадає на взаємні кооперативні поставки. Такий специфічний процес товароруку потребує якісного керування, який повинен опиратися на наукову базу.

Експортний потенціал підприємства складається з двох частин: внутрішнього потенціалу та зовнішнього. На внутрішній експортний потенціал впливають різного виду ресурси: природничі, трудові, матеріальні, фінансові і інформаційні. Наважливим вважається якісне використання зазначених ресурсів, що забезпечить конкурентоспроможність підприємства. З внутрішнім експортним потенціалом пов'язано логістична, маркетингова та інноваційна діяльності підприємства. Вдале поєднання зазначених напрямлень забезпечить конкурентоспроможність підприємства за зовнішньому ринку.

### **3. Мета та задачі дослідження**

*Метою дослідження* обрано визначення можливості підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України за рахунок застосування інноваційно-логістичних парадигм.

Для досягнення поставленої мети дослідження визначено такі наукові завдання:

1. Визначити динаміку експорту та імпорту товарів.
2. Виявити чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України.
3. Узагальнити й згрупувати проблеми їхнього розвитку.
4. Визначити напрями удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств для підвищення її ефективності через інноваційно-логістичне моделювання.

### **4. Аналіз літературних даних**

В умовах існуючих ринкових відносинах відбулася переорієнтація виробників на споживчий попит, що значно вплинуло на формування конкурентного середовища й появи нових підходів до процесів створення і введення нововведень. «Структура національної економіки будь-якої країни визначає рівень її розвитку й рівень добробуту

громадян, а також стан і характер інтегрування в світовий економічний простір та міжнародний престиж. Така методологічна посилка обумовлює необхідність і актуальність дослідження як безпосередньо структури національної економіки й структурних процесів, так і чинників, що обумовлюють ці процеси й формують економічну структуру» [1].

Інноваційний процес це «складна динамічна система (ланцюг), пов'язана з сукупністю дослідницьких дій, що забезпечують зародження, перетворення, й використання інновацій для створення нових споживчих благ, одержання прибутку, досягнення конкурентоспроможності через зростання ефективності виробництва» [2].

Так наведено, що управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства як «управління виробничо-господарською і комерційною діяльністю підприємства, пов'язаною з його виходом на зовнішній ринок, в зовнішнє міжнародне середовище з метою більш повного використання зовнішніх (міжнародних) чинників економічного зростання» [3].

Проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах України розглянуто в роботах багатьох науковців. Вказано, що на вітчизняних промислових підприємствах в останні роки склалися і використовуються в основному дві форми організаційної структури управління ЗЕД. Це [4]:

1. Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) у рамках діючого апарату управління.

2. Зовнішньоторговельна фірма (ЗТФ).

Такий підхід є консервативним і застарілим. Основними групами зовнішніх чинників, що стримують розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств, є чинники глобального середовища, фінансово-економічні, інституційні, політичні. Коментуючи основні з них, зауважимо, що ті чи інші впливи носять «міжгруповий» характер, оскільки формування економічної взаємодії і її середовища на міжнародному рівні визначається сукупним впливом різних чинників. Зокрема, до першої групи можна віднести наслідки світової фінансово-економічної кризи 2008–2010 рр.; високий рівень конкуренції на світових ринках; бар'єри входу на ринки розвинених країн; сформований розподіл сфер та зон впливу й спеціалізацію провідних компаній світу [3, 5, 6]. Сутність управління зовнішньоекономічною діяльністю полягає в комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища у поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації чи установи в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій [7, 8].

Але, «комплексний мікроекономічний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства мусить базуватися на принципах міжнародного маркетингу», що означає необхідність суттєвої перебудови всієї системи мікроекономічного управління і прийняття на озброєння маркетингового підходу суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності [2].

Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, узагальнення проблем управління ЗЕД з логістичним характером на інноваційній основі практично відсутнє. «Сучасний етап функціонування національної економіки потребує принципово нових підходів до формування політики економічного розвитку, яка б забезпечувала стаке зростання, відтворення промисловості...» [9]. На рівні підприємств дослідження не мають комбінування

інноваційно-логістичних процесів розвитку економіки та обґрунтування перспективних напрямів їх розв'язання.

## 5. Матеріали та методи досліджень

Найбільш перспективною концепцією для застосування на українських підприємствах, вважаємо, є інноваційно-логістична. Для доведення цього розглянемо існуючі *парадигми логістичного управління ЗЕД*. У сучасних міжнародних стандартах виділяють чотири *види інновацій*: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні [6]. Всі визначені інновації направлені на формування якісної продукції, яка буде мати попит на ринках збуту. Виникає потреба розгляну парадигм інноваційного управління якістю. Виділимо наступні *парадигми інноваційного управління якістю*:

- технологічна — об'єктом управління якістю виступає технічне та технологічне удосконалення;
- маркетингова — заснована на розробці та впровадженні нових продуктів та послуг;
- процесна — ґрунтується на впровадженні нових інструментів організації та забезпечення управління якістю.

Не може розглядатися експортний потенціал без управління якістю. Тому, що конкурентоспроможність продукції на світовому ринку перш за все забезпечує її якість.

Сучасні парадигми логістики тісно пов'язані з чотирма етапами її еволюційного розвитку. До них відносяться: аналітична, технологічна (інформаційна), маркетингова й інтегральна).

Аналітична парадигма є первинним класичним підходом до логістики як до теоретичної науки, що займається проблемами управління матеріальними потоками у виробництві і обігу. Аналітична парадигма заснована на твердій теоретичній базі, що використовує при дослідженнях методи і моделі теорії управління запасами, дослідження операцій, економічної кібернетики, методи математичної статистики і ін. Характерною особливістю вживання аналітичної парадигми є побудова досить складної економіко-математичної моделі, що відображає специфіку вирішуваної логістичної проблеми. Такі моделі вимагають великого об'єму вихідної інформації і розробки складних алгоритмів ухвалення рішень в логістичному управлінні, а практичне їх використання (виходячи з вказаних особливостей) звужується в основному до внутрішньовиробничих логістичних систем.

Технологічна парадигма з'явилася в 1960-х рр. та тісно пов'язана з бурхливим розвитком інформаційно-комп'ютерних технологій. Філософія даної парадигми полягає в тому, що з одного боку, можна сформулювати загальну проблему управління матеріальним потоком логістичного об'єкту, а з іншої — синтезувати інформаційно-комп'ютерне забезпечення вирішення проблеми.

Теоретичною основою технологічної парадигми є системний підхід, який застосовується як для моделювання самих логістичних об'єктів, так і для синтезу систем інформаційно-комп'ютерної підтримки. Основні стратегії логістичного управління полягають в тому, аби автоматизувати тривіальні завдання і використовувати інформаційно-комп'ютерну підтримку для вирішення складніших логістичних завдань. При цьому автоматизація всього процесу управління матеріальним потоком не є метою усередині даної парадигми. Практичним прикладом використання технологічної парадиг-

ми є широко поширені системи MRP (Manufacturing Requirements/Resource Planning) / DRP (Distribution Requirements/Resource Planning), вживані у внутрішньому плануванні і управлінні запасами і закупівлями матеріальних ресурсів, а також постачаннями готової продукції споживачам (детальніше про системи мова йтиме в наступних главах). Проте логістичні системи, побудовані на принципах технологічної парадигми, не є досить гнучкими і динамічними відносно сучасних вимог розвитку ринкової економіки [10].

З початку 1980-х рр. і до теперішнього часу у ряді розвинених країн при синтезі фірмових логістичних систем часто застосовується маркетингова парадигма. Моделі, що використовують цю парадигму, мають на меті описати і пояснити стосунки між логістичною системою, побудованою на інноваційній основі, і можливостями підприємств в конкурентній боротьбі.

Таким чином, можна вважати, «...імперативом успішного функціонування суб'єктів господарювання у сучасних умовах є збалансованість внутрішніх і зовнішніх можливостей із спрямованістю на забезпечення соціоінтересів. Згідно з цим провідною ідеєю концепції управління у ХХ ст. є необхідність гармонійного розвитку підприємства, що передбачає орієнтацію на поєднання та збалансування інтересів суб'єктів господарювання, споживачів і суспільства в цілому» [11]. А також «ефективніше використовувати свої порівняльні переваги, а саме: природні ресурси, кваліфіковану та дешеву робочу силу, вигідне географічне положення, великий внутрішній споживчий ринок» [12].

## 6. Результати досліджень

Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміють діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними та здійснюється як на території України, так і за її межами [13]. Політика в галузі експорту спрямована на регулювання експортних потоків, покращення логістичного управління потоками. До експортних бар'єрів відносять експортне мито — податок, який накладається на кожну одиницю товару, яка вивозиться за кордон. Цим держава стримує вивіз з країни тих товарів, на які незадоволений попит серед власних споживачів, або вивіз їх з певних причин є небажаним. Сюди відносять експортні квоти, які встановлюються для забезпечення українських споживачів достатніми запасами товарів за низькими цінами, для запобігання виснаженню природних ресурсів, а також для підвищення цін на експорт шляхом обме-

ження поставок на закордонні ринки. Є і інші чинники, які певною мірою стримують розвиток українського експорту. Зокрема:

- негативні тенденції зростання в експорті частки сировинних товарів;
- значно ускладнений вихід на світові ринки українських підприємств внаслідок протекціоністських заходів з боку низки країн світу щодо захисту власних ринків;
- недостатній розвиток системи сертифікації та контролю якості експортної продукції в умовах зростання на світових ринках вимог не тільки до науково-технічних параметрів, а й до споживчих та екологічних характеристик продукції;
- відсутність досвіду та спеціальних знань щодо виходу на світові ринки у більшості українських підприємств, низький рівень маркетингової діяльності, нескоординованість дій;
- критично недостатнє інвестування в перспективні експортноорієнтовані проекти за рахунок внутрішніх і зовнішніх ресурсів;
- обмежені можливості використання іноземних інвестицій та кредитів для розвитку українського експорту внаслідок низького міжнародного рейтингу надійності України.

Сучасні можливості експортного потенціалу України залежать від рівня розвитку окремих економічних регіонів.

За обсягами зовнішньої торгівлі найбільша питома вага на експортну продукцію припадає на Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку, Луганську області та м. Київ, які разом забезпечують понад 60 % усього експорту.

Серед південних областей України за обсягами експорту товарів виділяються Миколаївська і Одеська області за рахунок, відповідно, поставок суден і хімічної продукції. У Причорномор'ї стратегічним завданням є встановлення преференційного режиму вільної торгівлі і спільного підприємництва на перетині основних комунікаційних напрямів Північ-Південь і Захід-Схід.

Західні області України характеризуються значною кількістю учасників зовнішньоекономічної діяльності і спільних підприємств (35 % СП країни).

Зовнішньоторговельному обороту сприяє розширення співробітництва прикордонних областей України і Росії, Євро регіонів Буг і Карпати.

Україна нині здійснює зовнішньоторговельні операції з партнерами із понад 200 країн світу (у 2014 р. їх налічувалося 217). Обсяг зовнішньоторговельного обігу України в останні роки змінювався в межах 100–170 млрд. дол. США (табл. 1).

Таблиця 1

Показники зовнішньої торгівлі України за період 2010–2015 рр.

Рік	Товарообіг (млрд. дол. США)	Експорт (млрд. дол. США)	Імпорт (млрд. дол. США)	Індекс фізичного обсягу (Ласпейреса)		Індекс цін (Пааше)		Індекс умов торгівлі	
				експорт	імпорт	експорт	імпорт	кількісний	ціновий
2010	127,9	62,1	65,8	103,2	113,1	126	118,1	91,2	106,7
2011	168,2	80,9	87,2	106	112,8	125,6	120,6	94,0	104,1
2012	170,7	80,9	89,8	102,6	93,4	98,1	110,2	109,8	89
2013	158,2	74,8	83,3	92,2	89,6	101	101,3	102,9	99,8
2014	124,9	64,1	60,8	92,1	74,4	94,8	98,3	123,8	96,4
2015	98,7	47,1	39,5	89,2	69,4	79,4	90,3	128,7	87,9

Примітка: складено автором за даними Державної служби статистики України [14, 15].

На підставі даних табл. 1 можна стверджувати, що суттєві коливання у вартісних та фізичних обсягах експорту та імпорту товарів і послуг засвідчують нестабільність існуючої моделі зовнішньоекономічної діяльності та її значну чутливість до впливу екзогенних та ендегенних чинників.

Відсутність стійких тенденцій у сфері зовнішньоторговельної діяльності України можна спостерігати з наступних даних (табл. 2). Розглянемо період нарощування обсягів товарообігу з наступним його стрімким скороченням. Зовнішньоторговельне сальдо після тривалого періоду утримання на позитивному рівні, змінюється на негативне. І тільки у 2014 р., в умовах значного падіння обсягів товарообігу відновлюється позитивне сальдо, такі результати відбуваються за рахунок скорочення імпорту (обсяги експорту в 2014 р. скоротилися на 14 %, імпорту – на 27 %). Данні, підтверджуючі збільшення товарообігу, спостерігаються з розрахунків в табл. 2.

Таблиця 2

Моніторинг зовнішньоторговельного сальдо, експортної, імпортної та зовнішньоторговельної квот України за період 2010–2015 рр. (дані без урахування території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя)

Рік	Сальдо зовнішньої торгівлі, млн. дол. США	Експортна квота, %	Імпортна квота, %	Зовнішньоторговельна квота, %
2010	-3628,4	46,3	48,5	94,8
2011	-6290,6	50,3	54,4	104,7
2012	-8878,8	46,8	51,9	98,6
2013	-8514,2	41,5	45,9	87,4
2014	3356,2	50,0	46,4	96,4
2015	3401,1	50,1	46,8	96,8

Примітка: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [14, 15].

Так як, під впливом дії світової фінансово-економічної кризи спостерігалось стрімке падіння обсягів зовнішньої торгівлі, індикатор відкритості економіки України залишався практично на докризовому рівні, але з 2010 року знову почав зростати. «Значний рівень відкритості економіки, який має Україна нині, з одного боку, свідчить про активну взаємодію зі світовим ринком на засадах міжнародного поділу праці, що стимулює подальший розвиток зовнішньоторговельних зв'язків, зміцнення національної економічної системи на інноваційній основі, формування та ефективність використання конкурентних переваг на міжнародних ринках товарів та послуг» [16].

Активна зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з основних факторів ринкової трансформації економіки, підвищення її ефективності і конкурентоспроможності регіону та країни в цілому. «До ключових пріоритетних напрямів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносяться розвиток експортного потенціалу, збільшення його обсягів та формування збалансованої товарної структури. Орієнтир на розвиток експорту виступає пріоритетним у зовнішньоекономічній політиці країни» [5]. Визначимо логістичний ланцюг політики експорту в реалізації загальної зовнішньоекономічної політики держави у міжнародному поділі праці і системі господарських зв'язків (рис. 1).



Рис. 1. Логістичний ланцюг провідної ролі експорту

Категорія «експортний потенціал» має двосдину природу, бо ґрунтується як на національному (галузевому) підході щодо визначення можливостей виробництва, так і на оцінці конкурентних умов світового ринку щодо реалізації. Проте регулювання експортного потенціалу вимагає ґрунтовного обстеження і врахування факторів зовнішнього так і внутрішнього середовища.

Необхідність підвищення рівня ефективності функціонування підприємств економіки України зумовлює потребу в забезпеченні інноваційно-логістичного управління зовнішньоекономічною діяльністю, що вимагає відповідного наукового забезпечення. Тому актуальним і своєчасним стане розгляд питання впровадження нової моделі інноваційно-логістичного розвитку експортного потенціалу підприємств на новітніх, системних засадах. Проблеми інноваційно-логістичного розвитку експортного потенціалу на підприємствах доцільно вирішувати за допомогою сучасних інноваційних інструментів.

Логістична система, що синтезується, повинна реалізувати стратегічну мету підприємства – *стратегію конкуренції на ринку збуту готової продукції*, що вимагає вирішення таких маркетингових завдань, як вивчення ринку, визначення позицій фірми на ринку, прогнозування попиту на продукцію і т. п. Науковою базою даної парадигми є в основному економічні і соціальні дисципліни (економіка і організація виробництва, управління персоналом і якістю продукції, маркетинг і т. п.), а математичну основу теорія вірогідності, математична статистика і т. п. Необхідно підкреслити, що моделі, що використовують як основу маркетингову парадигму, є досить абстрактними, мають велику розмірність, багато змінних носять якісний характер, що утрудняє здобуття простих аналітичних рішень. Прикладом використання маркетингової парадигми за кордоном є LRP-система (Logistics Requirements Planning) – система контролю вхідних, внутрішніх і вихідних матеріальних потоків на рівні фірми, територіально-виробничих об'єднань і макрологістичних структур. Система відома також під назвою «Supply Chain Management System» (система управління логістичним ланцюгом). Якщо звернути увагу на логістичний ланцюг експорту, то впровадження системи «Supply



Chain Management System» на підприємствах регіону значно вплинула на їх конкурентоспроможність.

Сьогодні багато господарських підприємств на практиці, як правило, комбінують використання трьох вищезгаданих парадигм. Проте останніми роками укорінялася і широко поширюється нова логістична парадигма, яку більшість дослідників називають інтегральною. Інтегральна логістична парадигма розвиває маркетингову, враховуючи при цьому нові передумови розвитку бізнесу на сучасному етапі, до яких можна віднести наступні:

- нове розуміння механізмів ринку і логістики як стратегічного елементу в конкурентних можливостях підприємства;
- нові перспективи інтеграції між логістичними партнерами, нові організаційні стосунки;
- технологічні можливості, що радикально змінилися, зокрема гнучких виробництв і інформаційно-комп'ютерних технологій, які відкрили нові горизонти контролю і управління у всіх сферах виробництва і обігу продукції.

Прикладом використання інтегрованої логістики є концепція JIT (just-in-time – точно в строк), TQM (Total Quality Management – загальне управління якістю), інтегровані системи дистрибуції та ін., які на даний час активно впроваджуються на підприємствах регіону.

На інтегральній парадигмі базувалося створення такої логістичної системи, як ISCIS (Integrated Supply Chain Information System) – інтегрованої інформаційної системи, обслуговуючої логістичний канал. ISCIS реалізує інтегровану координацію логістичних систем і ланок на мікро- і макrorівнях як по матеріальних, так і по інформаційних потоках за допомогою онлайн-режиму обробки повідомлень в телекомунікаційних мережах [17].

Інтегральна парадигма логістики успішно використовується в економічному просторі при синтезі макрологістичних структур. Як приклад можна привести створення світової мережі центрів торгівлі (Trade Point) в рамках міжнародної програми ООН по підвищенню ефективності світової торгівлі (програма UNCTAD 1995–2005 р.р.).

## 7. SWOT-аналіз результатів досліджень

**Strengths.** Забезпечення системою інноваційно-логістичного управління зовнішньоекономічною діяльністю на підприємстві позитивно впливає на його конкурентоспроможність, забезпечує системність, оборотність, прозорість зовнішньоекономічних дій.

**Weaknesses.** Неспроможність більшої кількості підприємств малого бізнесу мати в структурі відділи з логістики, бюро з інноваційно-логістичного розвитку та інше. Залучення спеціалістів даного напрямку по аутсорсингу не забезпечить належного результату. Інноваційно-логістичне управління потребує постійного удосконалення.

**Opportunities.** Перспективою в впровадженні інноваційно-логістичного управління на підприємствах малого бізнесу є забезпечення на підприємствах системи менеджменту якості, що значно полегше вирішення питань експорту продукту, який пропонується підприємством.

**Threats.** Негативним впливом на впровадження системи інноваційно-логістичного управління на підпри-

ємствах є більш висока гнучкість та сприйнятність логістичних систем до впровадження нових суміжних послуг з питань імпорту та експорту іноземними партнерами.

## 8. Висновки

1. Визначено динаміку експорту та імпорту товарів. Зовнішньоторговельна квота виступає індикатором інтенсивності міжнародних торговельних зв'язків України. Тому, можна вважати відкритою економіку України, тому що її зовнішньоторговельна квота перевищує 25 %.

2. Виявлено чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України. Інноваційно-логістичні чинники впливу покращують її стан, тим самим підвищують конкурентоспроможність підприємств на світовому ринку.

3. Узагальнено й угруповано проблеми розвитку експортного потенціалу підприємств. Виявлено відсутність в організаційно-функціональній структурі підприємств відділів розвитку та збуту, які значно впливають на стан зовнішньоекономічної діяльності підприємства, розв'язують ряд завдань інноваційно-логістичного напрямку. Обрано парадигми щодо розв'язку проблем.

З огляду на розглянуті логістичні парадигми управління, пропонуємо удосконалити інтеграційну парадигму для використання при управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств в напрямках:

- впровадження інноваційних інструментів управління якістю (бенчмаркінг, аутсорсинг, інсорсинг, контролінг, консалтинг, бюджетування та ін.);
- врахування стохастичності поведінки на ринку та ліберальності у сприйнятті рівня якості різних послуг, що вирішується через формування уявлень про послугу у споживача та чіткому розмежуванні ролі учасників процесу надання послуги;
- гнучкість та сприйнятність логістичних систем до впровадження нових суміжних послуг з питань імпорту та експорту;
- формування експортного потенціалу країни.

Цими напрямками визначено основні вимоги до удосконалення інтеграційної парадигми, яку пропонується назвати моделлю *інноваційно-логістичного розвитку експортного потенціалу підприємств регіону* (рис. 2).

Розвиток підприємства забезпечується розвитком інноваційно-логістичної діяльності. Ці два процеси є взаємопроникаючими та взаємообумовлюючими – інновації і логістика, поєднанні в спільні парадигми управління, є основою розвитку сучасного підприємства. Водночас розвиток підприємства є підґрунтям розвитку інноваційно-логістичної діяльності підприємства в той чи інший період часу. Кожний етап розвитку підприємства супроводжується відповідними діями з позиції інноваційних перетворень з застосуванням логістичного механізму. Зовнішньоекономічна діяльність дозволяє застосовувати в процесі функціонування підприємства на тій або іншій стадії розвитку адекватну умовам та найефективнішу стратегію ведення сучасного бізнесу.

4. Визначенні напрями удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств для підвищення її ефективності через інноваційно-логістичне моделювання шляхом поєднання логістичних і інноваційних парадигм розвитку.

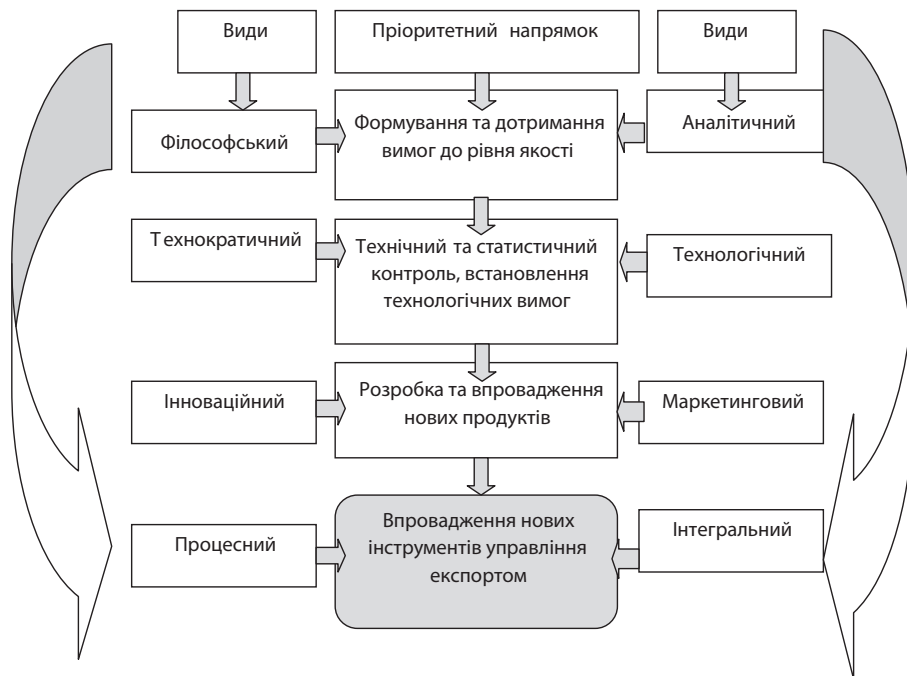


Рис. 2. Модель інноваційно-логістичного розвитку експортного потенціалу підприємств

Література

1. Гальчинський, А. С. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» [Текст] / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін. — К.: ЮЦ Держкомстату України, 2004. — 416 с.
2. Сиденко, В. Р. Внешнеэкономическая деятельность: проблемы системной трансформации при переходе к рынку [Текст] / В. Р. Сиденко. — К.: ИМЭМО, 1998. — 305 с.
3. Дроздова, Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Текст]: навч. посіб. / Г. М. Дроздова. — К.: ЦУЛ, 2002. — 171 с.
4. Кредісов, А. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю [Текст] / під ред. А. І. Кредісова. — К.: ВІРА-Р 1998. — 448 с.
5. Борисова, Л. П. Позиционирование Украины на рынке товаров и услуг в восточном партнерстве [Текст] / Л. П. Борисова // Бизнес-інформ. — 2012. — № 3. — С. 78–82.
6. Витяги з: Керівництво Осло: Рекомендації зі збору та аналізу даних стосовно інновацій [Текст]. — К.: УКРІНТЕІ, 2009. — 163 с.
7. Кириченко, О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]: навч. посіб. / О. А. Кириченко. — 3-є вид., перероб. і доп. — К.: Знання-Прес, 2002. — 384 с.
8. Маталка, С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств [Текст]: монографія / С. М. Маталка. — Луганськ: Ноулідж, 2011. — 210 с.
9. Барташевська, Ю. М. Розвиток машинобудування України: стан, проблеми, перспективи [Текст] / Ю. М. Барташевська // Європейський вектор економічного розвитку. — 2010. — № 1 (8). — С. 19–25.
10. Фолом'єв, А. Н. Менеджмент інновацій. Теорія і практика [Текст] / А. Н. Фолом'єв, Э. А. Гейгер. — М.: РАГС, 1997. — 227 с.
11. Геєць, В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізації них викликів [Текст]: монографія / за ред. В. М. Гейця, А. А. Мазаракі. — К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. — 273 с.
12. Мазаракі, А. А. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ [Текст]: монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Юхименко, О. П. Гребельник, Т. М. Мельник та ін.; за ред. А. А. Мазаракі. — К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. — 309 с.
13. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. — Режим доступу: \www/URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: \www/URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

15. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. — Режим доступу: \www/URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper\_new.html
16. Власюк, Т. О. Стан і тенденції зовнішньоторговельної діяльності України: виклики для економічної безпеки та способи їх подолання [Текст] / Т. О. Власюк // Стратегічні пріоритети. — 2015. — № 4 (37). — С. 48–58.
17. Кучерук, Г. Ю. Інноваційно-логістична парадигма управління якістю транспортних послуг [Електронний ресурс] / Г. Ю. Кучерук // Ефективна економіка. — 2012. — № 6. — Режим доступу: \www/URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1193

**РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Проведен анализ внешнеэкономической деятельности Украины. Рассмотрена динамика внешнеэкономического сальдо, импортной квоты, экспортной квоты, внешнеторговой квоты и их влияние на экспортный потенциал регионов Украины. Рассмотрена логистическая цепь политики экспорта в реализации общей внешнеэкономической политики государства в международном разделении труда и системе хозяйственных отношений, логистическое управление внешнеэкономической деятельностью предприятий Украины.

**Ключевые слова:** экспортный потенциал, логистическое управление, инновационно-логистическое развитие, логистическая парадигма управления.

*Кравченко Любов Олександрівна, кандидат економічних наук, кафедра менеджменту організацій за зовнішньоекономічної діяльності, Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, Україна, e-mail: Lyubava\_62@mail.ru.*

*Назарова Людмила Володимирівна, доктор економічних наук, кафедра менеджменту організацій за зовнішньоекономічної діяльності, Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, Україна.*

*Штепа Олена Валентинівна, кандидат економічних наук, кафедра менеджменту організацій за зовнішньоекономічної діяльності, Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, Україна.*

*Майборода Римма Вадимівна, викладач, кафедра іноземних мов, Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського, Україна.*

*Кравченко Любов Александровна, кандидат экономических наук, кафедра менеджмента организаций по внешнеэкономической деятельности, Николаевский национальный университет им. В. А. Сухомлинского, Украина.*

*Назарова Людмила Владимировна, доктор экономических наук, кафедра менеджмента организаций по внешнеэкономической деятельности, Николаевский национальный университет им. В. А. Сухомлинского, Украина.*

*Штепа Елена Валентиновна, кандидат экономических наук, кафедра менеджмента организаций по внешнеэкономической деятельности, Николаевский национальный университет им. В. А. Сухомлинского, Украина.*

*Майборода Римма Вадимовна, преподаватель, кафедра иностранных языков, Николаевский национальный университет им. В. А. Сухомлинского, Украина.*

*Kravchenko Lyubov, Mykolajiv V. O. Sukhomlinsky National University, Ukraine, e-mail: Lyubava\_62@mail.ru.*

*Nazarova Lyudmila, Mykolajiv V. O. Sukhomlinsky National University, Ukraine.*

*Shtepa Elena, Mykolajiv V. O. Sukhomlinsky National University, Ukraine.*

*Maiboroda Rimma, Mykolajiv V. O. Sukhomlinsky National University, Ukraine*