

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАЯЦ ОКСАНА ЮРІВНА

УДК 339.977 (043.3)

**ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ
В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Суми – 2013

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Сумському національному аграрному університеті Міністерства аграрної політики та продовольства України.

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор
Михайлова Любов Іванівна,
Сумський національний аграрний університет,
завідувач кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності та
євроінтеграції.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Мельник Ольга Григорівна,
Національний університет «Львівська
політехніка»,
завідувач кафедри зовнішньоекономічної та
митної діяльності;

кандидат економічних наук, доцент
Анісімова Ольга Миколаївна,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний
університет» (м. Маріуполь),
завідувач кафедри економічної теорії.

Захист відбудеться «___» _____ 2013 р. о ___ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 55.051.01 Сумського державного університету за адресою: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2, ауд. М-209.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Сумського державного університету за адресою: 40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2.

Автореферат розісланий «___» _____ 2013 р

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

Є. І. Нагорний

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Глобалізація світової економіки та вплив на неї фінансово-економічної кризи обумовлюють розвиток зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства в умовах нестабільності. Нового значення набувають процеси формування зовнішньоекономічної стратегії (ЗЕС) вітчизняних підприємств, що позначається на особливостях реалізації української продукції на зовнішніх ринках. Необхідність теоретичного розроблення ЗЕС викликана істотним впливом зовнішніх факторів на діяльність підприємства. Зарубіжний досвід свідчить, що адаптація стратегії підприємства до вимог міжнародного ринку сприяє ефективному розвитку його ЗЕД, визначає необхідність випереджального розвитку важливих галузей економіки України, до яких належить машинобудівна промисловість.

Тому саме на цьому етапі актуальним є дослідження аспектів формування ЗЕС підприємств, а також розроблення пропозицій щодо напрямів їх удосконалення.

Питання стратегічного розвитку підприємства знайшли своє відображення в працях зарубіжних представників різних наукових течій, зокрема таких як: І. Ансофф, Дж. Барні, К. Боумен, У. Глюк, П. Друкер, К. Ендрюс, Б. Карлофф, Е. Кассельс, Ф. Котлер, П. Макхью, Дж. Мінер, Х. Мінцберг, О. Моргенштерн, М. Портер, Р. Румельт, Г. Сейнер, Дж. Фон Нейман, Б. Хендерс, А. Чандлер. Істотні надбання в дослідженні проблем формування стратегії підприємства мають такі вітчизняні та російські вчені, як І. А. Бланк, О. С. Виханський, Е. М. Вороніна, В. Г. Герасимчук, О. П. Градов, І. Б. Гурков, Л. Є. Довгань, В. С. Єфремов, Г. І. Кіндрацька, Ю. А. Корчагін, В. Д. Немцов, С. О. Попов, М. Г. Саєнко, З. Є. Шершньова. Питаннями розроблення та планування стратегії ЗЕД українських підприємств займалися І. В. Багрова, М. І. Дідьківський, Г. М. Дроздова, О. А. Кириченко, А. І. Кредісов, Є. Г. Панченко, І. О. Піддубний, Т. М. Циганкова. Окремі аспекти організації та ефективності ЗЕД підприємств досліджувались в працях О. М. Анісімової, О. Г. Дем'яненка, О. Г. Мельник, Т. В. Миролюбової, Л. І. Михайлової, Л. Є. Островського, О. І. Яковлева, М. А. Яновського. Вирішенням проблем формування стратегії підвищення конкурентоспроможності машинобудівної продукції на міжнародному ринку займалися В. М. Геєць, Б. М. Данилишин, К. Ф. Єфетова, Ю. В. Макогон, Т. С. Медведкін, Н. В. Тарасова та інші.

Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних економістів у розробленні зазначеної проблематики, необхідно відзначити, що певні аспекти не знайшли свого вирішення або залишаються дискусійними і потребують подальшого опрацювання. Недостатньо дослідженими залишаються питання процесу формування ЗЕС підприємств з урахуванням важливих об'єктивних обмежень їх діяльності на зовнішньому ринку; розширення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств там, де виявлені конкурентні переваги. Актуальність вирішення даних питань зумовила вибір теми дисертаційної роботи, визначила її мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Сумського національного аграрного університету за темою «Розвиток національного

менеджменту за умов ринкових трансформацій та глобалізації економіки» (№ ДР 0108U00341), де автором досліджено особливості стратегічного планування на підприємстві з урахуванням системи державної підтримки українського експорту.

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційної роботи полягає в узагальненні й систематизації теоретико-методологічних засад формування ЗЕС вітчизняними підприємствами, розробленні рекомендацій щодо вдосконалення процесів її формування з метою підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- дослідити погляди вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розуміння поняття стратегії підприємства та принципів її формування;
- встановити та узагальнити основні компоненти ЗЕС підприємства;
- вивчити особливості процесу формування ЗЕС суб'єкта господарювання з урахуванням важливих об'єктивних обмежень його діяльності на зовнішньому ринку;
- розкрити економічну природу ефективності ЗЕД та обґрунтувати необхідність регулювання ЗЕС машинобудівних підприємств з метою забезпечення ефективного його розвитку;
- виявити основні складові моделі оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства та навести перелік типових завдань підприємств-учасників ЗЕД на окремих стадіях інтернаціоналізації;
- оцінити компліментарність торгівлі українських підприємств з основними іноземними контрагентами та виявити проблеми організації їхньої співпраці, а також розробити рекомендації щодо розширення та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств із іноземними контрагентами, що представляють зовнішні ринки, на яких вітчизняна продукція має виявлені конкурентні переваги;
- здійснити моніторинг ефективності державної підтримки українських експортерів машинобудівної продукції та запропонувати шляхи підвищення ефективності їх діяльності з урахуванням рівня державного регулювання;
- обґрунтувати пропозиції щодо формування стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Предметом дослідження є сукупність методологічних і методичних підходів та практичних прийомів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства в умовах нестабільності.

Методи дослідження. Для досягнення мети використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: історико-логічний – під час дослідження сутності стратегії та ЗЕС у процесі історичної еволюції; порівняльного та економіко-статистичного аналізу – для оцінки сучасного стану та динаміки розвитку ЗЕД вітчизняних підприємств; методи групувань, аналізу та синтезу, системний та порівняльний аналіз – при визначенні факторів, що впливають на

формування ЗЕС підприємства; симплекс-метод – при розрахунку очікуваного прибутку підприємства залежно від способу виходу на зовнішній ринок; індексний – у процесі визначення порівняльних переваг та ефективності діяльності українських експортерів на основних зовнішніх ринках; регресійний аналіз – при оцінці впливу зміни економічних свобод в Україні на загальний обсяг експорту; екстраполяція – при короткостроковому прогнозуванні динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування України; моделювання – у процесі розроблення гравітаційної моделі міжнародної торгівлі підприємств машинобудівного комплексу України.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативні акти, що регулюють ЗЕД вітчизняних суб'єктів господарювання; офіційні матеріали Національного банку України, Міністерства промислової політики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державного комітету статистики України; аналітичні та статистичні звіти відомств, науково-дослідних центрів; первинна документація машинобудівних підприємств. У роботі використовувалися наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених і фахівців з проблематики дослідження, а також особисті дослідження автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

удосконалено:

– методичні підходи комплексної оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства, що базується на доповненій елементами діагностики управління ризиками та інвестиційними капіталовкладеннями, системі збалансованих показників і, на відміну від існуючих, враховує стадії інтернаціоналізації бізнесу підприємства;

– процедуру визначення результативності формування ЗЕС за рахунок вибору оптимальної стратегії, що базується на мінімальних очікуваних витратах, пов'язаних із виходом на зовнішній ринок;

– підходи до формування ЗЕС машинобудівного підприємства на основі моделювання процесу міжнародної торгівлі, що, на відміну від існуючих, враховує торговельну лібералізацію країни імпорту та виявлені порівняльні переваги вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках, а також надає можливість суб'єкту ЗЕД порівняти значення реального та потенційного експорту, який визначається гравітаційними факторами;

дістали подальшого розвитку:

– погляди на формування з'єднувальної ланки основних складових ЗЕС підприємства: механізму розподілу ресурсів за конкретними товарами й ринками та механізму створення довгострокових конкурентних переваг;

– теоретичне узагальнення стратегій росту підприємства за напрямками концентрованого та диверсифікованого росту залежно від двох можливих стратегічних альтернатив діяльності компанії на традиційному або новому ринку та типу пропонованого товару;

– обґрунтування доцільності формування ЗЕС підприємства з урахуванням стадій життєвого циклу товару та рівня інтернаціоналізації бізнесу підприємства, що, на відміну від існуючих підходів, дозволяє сформулювати перелік головних завдань учасника ЗЕД на окремих етапах виходу на зовнішні ринки з метою

забезпечення гнучкості в прийнятті стратегічних рішень;

– стратегічна карта розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України, що взаємопов'язана з організаційно-економічною державною підтримкою вітчизняного експорту, і, на відміну від існуючої, враховує тенденції розвитку вектор-структури експорту продукції машинобудування та базується на доповненій новими елементами діагностики системі збалансованих показників;

– пропозиції щодо використання індексу державного регулювання при оцінці ефективності реалізації виробничого потенціалу галузі, що сприяє вдосконаленню діяльності вітчизняного суб'єкта ЗЕД, дозволяє сформулювати групи підприємств відповідно до рівня державного впливу та розробити план дій основних експортерів машинобудівної продукції України на зовнішніх ринках.

Практичне значення одержаних результатів. Дисертаційна робота містить науково обґрунтовані висновки та рекомендації, які формують підґрунтя для дослідження й практичного вирішення питань удосконалення формування ЗЕС машинобудівних підприємств та можуть бути використані державними органами влади та суб'єктами господарювання з метою удосконалення планування стратегії ЗЕД в умовах нестабільності. Реалізація рекомендацій, що містяться в роботі, сприятиме підвищенню ефективності функціонування машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках. Основні положення дисертації набули використання органами регіонального управління та керівниками машинобудівних підприємств.

Практичні рекомендації дисертаційної роботи, зокрема щодо розширення та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств з іноземними контрагентами за рахунок застосування гравітаційної моделі, що висвітлює взаємну торгівлю та різноманітні перешкоди в ній і дає можливість підприємству оцінити свій потенційний експорт залежно від торговельної лібералізації іноземної країни та виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках, були використані у практичній діяльності ПАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе» (довідка № 48/6-1189 від 18.05.12 р.). Запропонована у дисертації методика ефективності реалізації ЗЕС підприємства на основі концепції збалансованих показників Р. Каплана й Д. Нортон, що в умовах нестабільності доповнена елементами діагностики системи управління ризиками та системи управління інвестиційними капіталовкладеннями, була використана у практичній діяльності ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод» (довідка № 6 від 26.01.12 р.). Окремі положення дисертаційного дослідження, що стосуються формування плану дій експортерів машинобудівної продукції на основі індексу державного регулювання, були взяті до уваги Тростянецькою районною державною адміністрацією Сумської області (довідка № 789/02-14 від 14.03.12 р.).

Результати дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі Сумського національного аграрного університету під час викладання нормативних навчальних дисциплін «Основи зовнішньоекономічної діяльності», «Міжнародні економічні відносини (акт № 3763 від 15.09.12 р.).

Особистий внесок здобувача. Наукові результати, викладені в дисертаційній роботі і представлені до захисту, отримані автором самостійно. У роботах, що опубліковані у співавторстві, здобувачем використані результати лише тих положень, що є виключно власною розробкою.

Апробація результатів дисертації. Основні положення, висновки та результати дисертаційної роботи доповідались і отримали позитивну оцінку на таких міжнародних та всеукраїнських конференціях: Міжнародній науково-практичній конференції «Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектора» (м. Харків, 2009 р.); XVI Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика» (м. Луцьк, 2011 р.); VII Науково-практичній конференції «Україна та глобальна економіка: теорія та практика господарювання» (м. Сімферополь, 2011 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка та менеджмент: перспективи розвитку» (м. Суми, 2011 р.); Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Агропромисловий комплекс: контури майбутнього» (м. Курськ, 2012 р.).

Публікації. Основні результати дисертаційної роботи опубліковано у 15 наукових працях загальним обсягом 4,28 друк. арк., (з них особисто автору належить 3,75 друк. арк.), у тому числі 9 статей у наукових фахових виданнях (із них 4 – одноосібно), 1 стаття в інших виданнях та 5 публікацій у наукових конференціях.

Обсяг та структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел зі 214 найменувань, 19 додатків. Загальний обсяг дисертації 240 сторінок друкованого тексту, в тому числі основного тексту – 163 сторінки, 40 таблиць на 32 сторінках, 31 рисунок на 20 сторінках, список використаних джерел на 20 сторінках, додатки на 37 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У першому розділі **“Теоретико-методичні основи формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства”** розкрито зміст поняття стратегії підприємства та принципи її формування; досліджено планування стратегії у ЗЕД підприємств; розглянуто методичні основи комплексної оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства.

Теоретичне узагальнення підходів вивчення поняття «стратегія» дозволило дійти висновку про доцільність формулювання поняття «стратегія» як комплексу рішень, що пов'язаний із концепцією загальноекономічного розвитку компанії, формує її стратегічну позицію на ринку, визначає джерела її конкурентних переваг і розподіл ресурсів за конкретними товарами та ринками, обумовлює систему максимізації прибутку організації та спрощує можливу переорієнтацію компанії.

Для досягнення цілей на іноземних ринках компаніям необхідний стратегічний підхід, який дозволить їм у повному обсязі використати свій потенціал; прийняти ефективне рішення про розподіл ресурсів за конкретними товарами та ринками; створити ефективний механізм довгострокових конкурентних переваг. А це і є визначальними складовими ЗЕС, які повинні доповнюватися стратегією росту підприємства. Встановлено, що стратегії росту можна узагальнити за двома напрямками: концентрованого росту та диверсифікованого росту. Проведений аналіз можливих стратегій росту підприємства дозволив зробити висновок про їх поетапне застосування. Як свідчать результати дослідження, важливим об'єктивним обмеженням під час планування ЗЕС має стати стадія життєвого циклу попиту на

товар. У дисертації запропонована детальна характеристика кожної фази життєвого циклу товару, що реалізується на зовнішньому ринку залежно від стратегічних цілей компанії та типу застосовуваної стратегії (табл. 1).

Таблиця 1

Диференціація розвитку ЗЕД підприємства залежно від стадій життєвого циклу пропонованого товару

Стадії життєвого циклу товару	Основні стратегічні цілі зовнішньоекономічної діяльності підприємства	Стратегія розширення ділової активності підприємства
Упровадження	Забезпечення беззбитковості ЗЕД	Стратегія інтенсифікації та раціоналізації бізнесу
Зростання	Забезпечення високих темпів розвитку; забезпечення максимальної норми прибутковості	Стратегія інтенсифікації та раціоналізації бізнесу → стратегія асортиментного розширення
Зрілість	Вихід на критичний обсяг продажу; забезпечення середньої норми прибутковості ЗЕД; розвиток нових напрямів діяльності	Стратегія асортиментного розширення → стратегія спорідненої диверсифікації
Спад	Забезпечення своєчасної переорієнтації капіталу в нові види діяльності; забезпечення мінімальних збитків; загальна диверсифікація діяльності	Стратегія спорідненої диверсифікації → стратегія неспорідненої диверсифікації

Запропоновано стадії формування ЗЕС підприємства, які комплексно враховують основні визначальні чинники впливу на ЗЕД підприємства: стадії інтернаціоналізації бізнесу (стадія експорту, контрактна стадія, стадія участі, стадія глобальної фірми); життєвий цикл продукції, яку пропонує компанія на зовнішньому ринку (рис. 1).

Запропонована схема становить замкнену систему, функціонування якої пов'язане з дослідженням ефективності ЗЕД та досягненням гнучкості під час виходу на мінливі зовнішні ринки.

Результати аналізу методичного інструментарію оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства свідчать про необхідність застосування всебічного моніторингу ефективності реалізації ЗЕС за допомогою концепції збалансованих показників Р. Каплана і Д. Нортон, яку в умовах нестабільності потрібно доповнити елементами діагностики системи управління ризиками (дозволить об'єктивно оцінити ситуацію на ринку та обрати найбільш ефективну стратегію активізації бізнесу підприємства) та системи управління інвестиційними капіталовкладеннями (можуть стати основним джерелом конкурентної переваги на зовнішньому ринку). Удосконалена методика передбачає оцінку досягнутих значень показників та їх порівняння із запланованими на кожній стадії інтернаціоналізації, а також розроблення необхідних оптимізаційних заходів.



Рис. 1. Основні етапи процесу формування ЗЕС підприємства

З урахуванням вищевикладеного в дисертації запропоновано перелік головних завдань на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу (табл. 2).

Таблиця 2

Перелік головних завдань підприємства-учасника ЗЕД на окремій стадії інтернаціоналізації бізнесу

Напрямки дослідження	Завдання підприємства		
	Компанія-експортер	Міжнародна компанія	Багатонаціональна компанія
1	2	3	4
Виробничий процес	Концентрація на конкурентоспроможності виробництва стосовно витрат	Міждержавна раціоналізація виробництва. Створення за кордоном власних виробничих філій для виготовлення товару. Економія на факторах виробництва	Випуск стандартизованої продукції, що глобально використовується на ринках світу, з можливістю додаткових витрат, спрямованих на модифікацію товару. Скорочення транзакційних витрат. Встановлення монопольної ціни
Інновації	Здійснення виробництва без істотної модифікації	Масштабне залучення інноваційних технологій для розширення ЗЕД	Впровадження інновацій для задоволення потреб клієнтів у всьому світі

1	2	3	4
Персонал	Використання наявного кадрового потенціалу	Отримання досвіду здійснення ЗЕД та підвищення кваліфікації для здійснення максимального контролю за діяльністю. Залучення іноземних спеціалістів для інтенсифікації бізнесу	Поширення міжнародних стандартів підготовки кваліфікованих кадрів. Міжнародний поділ праці. Застосування глобального досвіду діяльності до локальних ринків
Інвестиції	Здійснення мінімальних інвестиційних витрат	Здійснення максимальних інвестицій для отримання значних вигод у майбутньому	Інвестиції в операції злиття та поглинання компаній для скорочення витрат та термінів виходу на нові ринки
Ризики	Забезпечення мінімального ризику при вході на зовнішній ринок	Мінімізація зовнішніх ризиків (інвестиційного, валютного, політичного, комерційного)	Диверсифікація ризиків за рахунок геоцентричної орієнтації компанії
Маркетинговий аспект	Отримання додаткового прибутку шляхом збільшення обсягу реалізації на зовнішньому ринку за рахунок додаткових внутрішніх виробничих потужностей компанії	Стабілізація іноземних продажів компанії шляхом різних форм співпраці з іноземними партнерами. Розширення своєї діяльності на нових ринках	Інтегрування та координація стратегії компанії на світовому ринку. Концентрація на конкурентних перевагах на міжнародному ринку. Збільшення продажів у всіх країнах, де є споживчий попит на продукцію

Цей перелік типових завдань підприємства-учасника ЗЕД істотно полегшить використання на практиці запропонованої моделі оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства. Але залишається низка проблем, пов'язаних із вибором єдиного інтегрального критерію ефективності реалізації ЗЕС для будь-якого суб'єкта ЗЕД. Тому автором обґрунтовано доцільність здійснення комплексної оцінки ЗЕС, що передбачає вибір оптимальної стратегії, яка б забезпечувала середній дохід, не менший, ніж ціна стратегії, що пов'язаний із виходом на зовнішній ринок (при будь-якій можливій ситуації на ринку в майбутньому).

У роботі здійснена постановка завдання лінійного програмування з оптимізації ЗЕС, вирішення якого повинне бути спрямоване на мінімізацію очікуваних витрат підприємства, пов'язаних із виходом на зовнішній ринок, порівнянно з отриманим доходом від ЗЕД. Зазначено, що ці процеси залежать від виду зовнішньоекономічної операції, тому підприємству необхідно формувати стратегію виходу на зовнішній ринок залежно від оцінки альтернативних напрямів розширення експортних операцій.

У другому розділі **“Особливості формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності”** обґрунтовано необхідність регулювання ЗЕС машинобудівного підприємства з метою забезпечення ефективного його розвитку; здійснено порівняльну характеристику зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів ЗЕД країн СНД; проведено моніторинг передумов та чинників ефективного функціонування основних експортерів машинобудівної продукції України. Проведений аналіз виявив несприятливі тенденції, що спостерігаються в зовнішній торгівлі України і підтверджують

необхідність та важливість активізації зовнішньоторговельної діяльності країни, насамперед за рахунок підвищення ефективності використання експортного потенціалу на рівні країни та підприємства. Показник концентрації українського експорту, визначений за допомогою індексу Херфіндала-Хіршмана, свідчить про послаблення позицій вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку.

У цьому сенсі постає питання про функціонування вітчизняних підприємств в умовах нестабільності. Визначено порівняльні переваги українських експортерів на трьох основних найбільших ринках – СНД (34 % від загального експорту), Азії (30 % від загального експорту) та Європи (26 % від загального експорту). У процесі дослідження з'ясовано, що вітчизняні підприємства не мають виявлених порівняльних переваг у торгівлі машинами, транспортним обладнанням, хімічною продукцією та різноманітними промисловими товарами на ринках країн Європи та Азії. Взагалі Україна має більше виявлених порівняльних переваг у торгівлі з країнами СНД, аніж із країнами Європи та Азії. Тому важливим для країни є збереження позицій українських виробників на традиційному для них зовнішньому ринку збуту, що вимагає більш тісного співробітництва України з державами СНД. Розрахунок індексу Грубеля-Ллойда для всієї зовнішньої торгівлі з країнами СНД показав, що українські підприємства мають найбільш інтегровану торгівлю з Білоруссю (85,3 %), Казахстаном (82,2 %) та Росією (78,5 %). Вивчення української внутрішньогалузевої торгівлі вказує на те, що найбільш інтегрована структура торгівлі є під час реалізації машин та транспортного обладнання до Білорусі (78,5 %) та Росії (64,7 %).

Українські підприємства мають змогу в найближчій перспективі утримувати нішу на ринках Росії та Білорусі для реалізації продукції машинобудування. Це підтверджується скороченням обсягу виробництва машин та обладнання в Росії та Білорусі останніми роками. Негативним моментом для українського експорту є можливість збільшення організаціями-резидентами цих країн потужності під час виробництва окремих продуктів зазначеної галузі, що становить за окремими товарами менше 100 %. Позитивним для українського експортера є постійне збільшення цін на продукцію цієї галузі, як в Росії так і у Білорусі, що створює додаткові прибутки.

На основі ґрунтовного аналізу встановлено, що на планування ЗЕС машинобудівного підприємства прямий вплив чинять рівень державної підтримки вітчизняного експортера та ті умови, що створюються для сприяння розвитку ЗЕД підприємства за рахунок застосування різних заходів державного регулювання. Виходячи з цього, запропоновано оцінювати рівень впливу державного втручання в діяльність підприємства в поточному періоді через індекс державного регулювання підприємств відповідної галузі народного господарства, який залежатиме від рівня економічного регулювання в промисловості. Для перевірки впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств (якісного фактора) на основні фінансові результати машинобудівних підприємств був проведений дисперсійний аналіз за кількісними показниками 23 найкрупніших експортерів продукції машинобудування, який показав присутність впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на два важливих фінансових показника діяльності: коефіцієнт фінансового ризику та коефіцієнт фінансової залежності (табл. 3)

**Результати дисперсійного аналізу показників діяльності
експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України
в 2009-2011 рр. (дані на початок року)**

Група досліджуваних підприємств	Показник	Компонента варіації	Сума квадратів	Число ступенів свободи	Середній квадрат
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА» ПАТ «Дніпроважмаш» ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек» ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	Прибуток / збиток на одного працівника	Між підприємствами	$S_A^2 = 29957257639$	22	1361693529
		Усередині підприємств	$S_R^2 = 60999006205$	42	1452357290
		Повна	$S^2 = 89800000000$	64	1404513888
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод» ВАТ «Азовмаш» ПАТ «Азовзагальмаш» ВАТ «Вібросепаратор» ВАТ фірма «Беверс» ВАТ «Мотор Січ»	Індекс обсягу продажів	Між підприємствами	$S_A^2 = 10,25880097$	22	0,4663
		Усередині підприємств	$S_R^2 = 27,97643343$	42	0,6661
		Повна	$S^2 = 37,39506$	64	0,5843
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування» ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод» ЗАТ «Івеко - Мотор Січ» ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськільмаш»	Рентабельність продажу	Між підприємствами	$S_A^2 = 590,1668886$	22	26,8258
		Усередині підприємств	$S_R^2 = 1199,333105$	42	28,5556
		Повна	$S^2 = 27,9628$	64	57,8766
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз» ПАТ «НОРД» ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод» ВАТ «Тепловозремонтний завод» ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	Коефіцієнт фінансової залежності	Між підприємствами	$S_A^2 = 2225,201985$	22	101,1455
		Усередині підприємств	$S_R^2 = 1233,926172$	42	29,3792
		Повна	$S^2 = 3448,979$	64	53,8903
ПАТ «СНВО ім.М. В. Фрунзе» ПАТ «Нафтопромаш» ВАТ «Турбоатом» ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	Коефіцієнт фінансового ризику	Між підприємствами	$S_A^2 = 2470,728842$	22	112,3059
		Усередині підприємств	$S_R^2 = 1243,480936$	42	29,6069
		Повна	$S^2 = 3704,103$	64	57,8766

У третьому розділі **“Напрями вдосконалення зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств України”** обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення формування ЗЕС машинобудівних підприємств України.

Зокрема, запропоновано стратегічну карту розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України, взаємопов’язану з організаційно-економічною державною підтримкою вітчизняного експорту, що враховує тенденції розвитку вектор-структури експорту продукції машинобудування та базується на доповненій новими елементами діагностики системі збалансованих показників (рис. 2).

Детально досліджено структурні пропорції зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування в напрямку експорту. Повільні коливання інтенсивності структури трансформацій та зміни кутів повороту векторів упродовж усього досліджуваного періоду свідчать про планомірний розвиток експортної діяльності машинобудівних підприємств України.



Рис. 2. Стратегічна карта розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з урахуванням системи державної підтримки експорту

Встановлено, що найбільше на вектор-структуру експорту української продукції машинобудування впливали такі показники, як фінансовий результат, а також кількість інноваційноактивних підприємств. За допомогою отриманих рівнянь спрогнозовано динаміку вектор-структури українського експорту продукції машинобудування в найближчій перспективі (2011-2013 рр.), яка буде характеризуватись інтенсивними структурними змінами (про що свідчать досить високі показники довжини вектора у ці роки, які будуть меншими порівняно з 2009 роком, але набагато більшими ніж у 2002-2008 рр.).

Побудова регресійних моделей залежності прибутку підприємств від довжини вектора та кута повороту вектора структури експорту продукції машинобудування за даними 2002-2010 років виявила, що довжина вектор-структури експорту призводила в основному до негативного впливу на фінансовий результат більшості машинобудівних підприємств (окрім ПАТ «Азовзагальмаш», ВАТ «Вібросепаратор», ВАТ фірма «Беверс», ЗАТ «Івеко - Мотор Січ», ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш», ПАТ «НОРД», ВАТ «Тепловозоремонтний завод», ПАТ «СНВО ім. М. В. Фрунзе», на діяльність яких негативний вплив чинив кут повороту вектора). Це, у свою чергу, дозволило спрогнозувати фінансові результати машинобудівних підприємств у 2012-2013 рр. (табл. 4).

Таблиця 4

Прогнозовані зміни фінансових результатів експортоорієнтованих машинобудівних підприємств в залежності від очікуваної динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування в 2012-13 рр., грн.

Підприємство	2012 рік	2013 рік
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	+57778,82	+88362,86
ПАТ «Дніпроважмаш»	+83417,58	+119589,5
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	+125862,9	+199955,5
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	+270216,9	+183145,2
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	+45214,21	-16507,2
ВАТ «Азовмаш»	+18815,39	+28063,76
ПАТ «Азовзагальмаш»	-98845,8	+349079,9
ВАТ «Вібросепаратор»	-21340,7	-239,063
ВАТ фірма «Беверс»	-17834	-31410,3
ВАТ «Мотор Січ»	+382614,1	-939833
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	-107671	-513302
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	-65880,3	-143995
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	-40319,4	-43333,5
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	+860,6742	+6850,106
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	+430132,3	+312835,3
ПАТ «НОРД»	+88141,23	+305689
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	+851748,3	-73953,3
ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	+103945,3	+357412,4
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	+35208,71	+49490,11
ПАТ «СНВО ім. М. В. Фрунзе»	-214607	-773140
ПАТ «Нафтопромаш»	+1339,229	-6254,75
ВАТ «Турбоатом»	+615687,5	+657956,1
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-903633	-766271

Визначено, що близько 30 % з досліджуваних українських машинобудівних підприємств будуть зазнавати збитків у 2012 році внаслідок високої інтенсивності структури експорту продукції машинобудування на зовнішні ринки, а також за

рахунок істотної зміни напрямків експорту, що обумовлено вимогами світового ринку. В 2013 році цей показник збільшиться до 50 %. Дослідженнями доведено, що державне регулювання фінансової, монетарної свободи негативно впливає на збільшення обсягів продажу на зовнішніх ринках та сприятливість інвестиційного клімату. Результати розрахунку середньоарифметичного коефіцієнта кореляції між індексом державного регулювання діяльності промислових підприємств та коефіцієнтами фінансового ризику й фінансової залежності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств дозволили розподілити досліджувані підприємства за ступенем впливу індексу (табл. 5).

Таблиця 5

Розподіл експортоорієнтованих машинобудівних підприємств на групи залежно від кореляції державного регулювання діяльності промислових підприємств та коефіцієнтів фінансового ризику й фінансової залежності

Ступінь впливу	Ефект (коефіцієнт)	Підприємство	Середнє значення коефіцієнта кореляції по підприємству	Середнє значення коефіцієнта кореляції по групі
Високий	Позитивний (0,6; 1)	ВАТ фірма «Беверс»	0,999168	0,7822
		ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	0,738402	
		ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	0,756916	
		ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	0,634476	
	Негативний (-1; -0,6)	ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	-1	-0,9909
		ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	-1	
		ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	-0,99994	
		ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	-1	
		ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	-0,99857	
		ПАТ «Нафтопромаш»	-0,94742	
Середній	Позитивний (0,3; 0,6)	ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	0,406403	0,4099
		ПАТ «Дніпроважмаш»	0,354836	
		ПАТ «Азовзагальмаш»	0,448375	
		ВАТ «Мотор Січ»	0,352531	
		ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	0,481275	
		ВАТ «Тепловозремонтний завод»	0,416577	
	Негативний (-0,6; -0,3)	ВАТ «Вібросепаратор»	-0,40772	-0,4000
		ВАТ «Турбоатом»	-0,39243	
Низький	Позитивний (0; 0,3)	ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	0,217368	0,1086
		ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	0	
	Негативний (-0,3; 0)	ПАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе»	-0,10446	-0,1362
		ВАТ «Азовмаш»	-0,02477	
		ПАТ «НОРД»	-0,27954	

Доведено, що підприємствам із високим ступенем впливу державного регулювання необхідно використати у своїй зовнішньоекономічній діяльності стратегії спорідненої та неспорідненої диверсифікації, які забезпечать своєчасну переорієнтацію капіталу в нові види діяльності, мінімальні збитки та загальну диверсифікацію виробництва.

При середньому рівні впливу необхідно застосовувати стратегії асортиментного розширення та спорідненої диверсифікації, які дозволять підприємствам вийти на критичний обсяг продажу, забезпечити середню норму прибутковості та розвинути нові напрями діяльності. При низькому рівні впливу

необхідно реалізовувати стратегії інтенсифікації та раціоналізації бізнесу, а також асортиментного розширення, які дозволять забезпечити високі темпи розвитку ЗЕД та її беззбитковість.

З метою визначення подальшого потенціалу торгівлі машинобудівних підприємств України на основних зовнішніх ринках нами використано гравітаційну модель, яка дозволяє висвітлити взаємну торгівлю та різноманітні перешкоди в ній. На основі статистичної інформації по 37 країнах найкрупніших імпортерів вітчизняної продукції машинобудування та за допомогою методики панельних даних автором отримане таке рівняння гравітаційної моделі:

$$\ln E_{UAj}(MP) = 5,507872 + 1,112079(\ln MP_{UA} + \ln MP_j) - 0,01367 \ln POP_j - 0,9895 \ln D_{UAj} + 0,333749 Trade Freedom_j + 0,083485 Dumm_RCA_j, \quad (1)$$

де $E_{UAj}(MP)$ – експорт машинобудівної продукції українськими підприємствами до іноземного торговельного партнера в країні j ; α_0 – константа; MP_{UA} – обсяг виробленої продукції машинобудування в Україні; MP_j – обсяг виробленої продукції машинобудування в країні j ; POP_j – кількість населення в країні j ; D_{UAj} – відстань між Україною та країною j ; $Trade Freedom_j$ – індекс торговельної лібералізації країни j (визначається Heritage Foundation майже для всіх країн світу); $Dumm_RCA_j$ – фіктивна змінна для країни j .

У побудованій моделі (1) автором вводиться фіктивна змінна, що характеризується коефіцієнтом виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції на зовнішніх ринках. Набуває значення «1», якщо продукція має порівняльні переваги на зовнішньому ринку, у протилежному разі – «0».

Практичне застосування цієї моделі дозволяє дійти таких висновків.

1. Зростання місткості світового ринку машинобудівної продукції на 10 % забезпечує зростання експорту з України на 11,76 %.

2. Відстань між країнами зумовлює зменшення обсягів українського експорту.

3. Географічний розподіл експорту продукції машинобудування свідчить про те, що Україна має традиційно тісні торговельні зв'язки із країнами, де кількість населення є невисокою (а саме країни СНД).

4. Розрахунки підтверджують ймовірний вплив індексу торговельної лібералізації; відповідно до оцінок збільшення індексу торговельної лібералізації економіки іноземного контрагента на 1 пункт забезпечує збільшення українського експорту продукції машинобудування на 39 %.

5. Наявність виявлених порівняльних переваг українських підприємств на іноземних ринках теоретично приводить до збільшення експорту в ці країни на 21,5 % порівняно із країнами, де вітчизняна машинобудівна продукція не має виявлених порівняльних переваг.

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукового завдання щодо вдосконалення формування ЗЕС підприємства, яке дає підстави для висновків.

1. Досліджено та узагальнено погляди вітчизняних та зарубіжних вчених щодо

розуміння поняття стратегії підприємства та принципів її формування, що дало можливість поглибити сутність поняття та дослідити місце стратегії у сфері практичної діяльності підприємства. Встановлено основні компоненти ЗЕС підприємства та визначено основну їхню з'єднувальну ланку – стратегію росту, яку можна представити залежно від двох можливих стратегічних альтернатив діяльності компанії на традиційному або новому ринку та типу пропонованого товару у вигляді двох напрямків: концентрованого росту та диверсифікованого росту. Проведений аналіз можливих стратегій росту підприємства дозволяє зробити висновок про їхнє поетапне застосування.

2. З метою комплексного врахування основних визначальних чинників впливу на ЗЕД підприємства (стадії інтернаціоналізації бізнесу та життєвого циклу попиту на продукцію) запропоновано етапи формування ЗЕС підприємства, що становлять замкнену систему, функціонування якої пов'язане з дослідженням ефективності ЗЕД та досягненням гнучкості під час виходу на мінливі зовнішні ринки.

3. Виявлено, що ефективність реалізації ЗЕС підприємства доцільно визначати, виходячи з фактичної результативності окремої операції в ЗЕД підприємства. Результативність ЗЕД може бути досягнута лише при збереженні методології виходу на зовнішній ринок, яка враховує стадії інтернаціоналізації бізнесу підприємства. З'ясовано, що для забезпечення всебічного моніторингу ефективності реалізації ЗЕС можна використовувати концепцію збалансованих показників Р. Каплана і Д. Нортон, яку в умовах нестабільності потрібно доповнити елементами діагностики системи управління ризиками та системи управління інвестиційними капіталовкладеннями. Удосконалена модель передбачає оцінку досягнутих значень показників та їх порівняння із запланованим цільовим показником на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу, а також розроблення необхідних оптимізаційних заходів. Наведено перелік типових завдань підприємства-учасника ЗЕД на окремій стадії інтернаціоналізації бізнесу, що, у свою чергу, істотно полегшить використання на практиці запропонованої моделі оцінки ефективності реалізації ЗЕС.

4. Проведений аналіз ЗЕД України дозволив виявити негативні тенденції з середини 2008 року, пов'язані з ефектом розгортання світової кризи. Діагностика діяльності машинобудівних підприємств дозволила встановити погіршення її загальної ситуації. Випуск машин та транспортного обладнання характеризується найбільш високим рівнем ризику, який мав постійну тенденцію до зниження упродовж аналізованого періоду. Для українських підприємств машинобудівної галузі актуальним є перегляд своєї стратегії розвитку та напрямків підвищення ефективності виробництва, визначення шляхів виходу на зовнішні ринки та розроблення механізму управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності.

5. Встановлено, що важливим є збереження позицій українських виробників на традиційному для них зовнішньому ринку збуту, що вимагає більш тісного співробітництва України з державами СНД. Серед країн СНД основними експортерами та споживачами товарів у взаємній торгівлі є Білорусь, Казахстан, Росія та Україна (частка, яких становить 94 % загального обсягу торговельних операцій між країнами СНД). Показовим є те, що ринок машинобудування як у Росії, так і в Білорусі може бути тією нішею зовнішнього ринку, де вітчизняна

продукція має порівняльні переваги і де можна розраховувати на додатковий прибуток українських підприємств за рахунок великої місткості цього ринку в зазначених країнах.

6. Дослідження динаміки експорту українських товарів та аналіз нормативно-правового регулювання підтримки вітчизняних експортерів підтверджують актуальність створення ефективно діючої системи державної підтримки та стимулювання як розвитку експортного виробництва, так і просування експортної продукції на зовнішні ринки, що позитивно вплине на обсяги вітчизняного виробництва, підвищення рівня його рентабельності, співвідношення попиту та пропозиції на ринку і, як наслідок, експортний дохід суб'єкта ЗЕД.

7. З урахуванням складеного прогнозу розвитку вектор-структури експорту продукції машинобудування залежно від системи збалансованих показників розроблено стратегічну карту розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з урахуванням шести напрямків, що виявлені автором під час формування моделі оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства. На підставі цього сформульовано пропозиції щодо ефективності ЗЕД машинобудівних підприємств та забезпечення технічного рівня промисловості України, що відповідає рівню розвинених країн Європи.

8. За допомогою дисперсійного аналізу, проведеного за даними фінансової діяльності основних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України, виявлено вплив державного регулювання діяльності промислових підприємств на показники: «коефіцієнт фінансової залежності» та «коефіцієнт фінансового ризику». Це дало можливість провести розподіл експортоорієнтованих машинобудівних підприємств на групи залежно від ступеня впливу державного регулювання діяльності промислових підприємств на фінансові результати їх діяльності й виокремити основні напрями стратегії цих підприємств на зовнішньому ринку залежно від їх належності до окремих груп.

9. У дисертації обґрунтовано та вирішено задачу гравітаційного моделювання експорту вітчизняними машинобудівними підприємствами своєї продукції, що враховує коефіцієнт виявлених порівняльних переваг на зовнішніх ринках. Практичне використання цієї моделі надає низку переваг при оцінці регресійних залежностей, оскільки враховуються можливості аналізу часових рядів й аналізу просторових спостережень, та дозволяє оцінити торговельний потенціал українських підприємств машинобудування під час експорту своєї продукції.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Слабоспицька О. Ю. Перспективи розширення конкурентних переваг України в умовах глобалізації світової економіки / О.К. Малютін, О.Ю. Слабоспицька // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Фінансовий ринок України: стабілізація та євроінтеграція: збірник наукових праць / НАН України. Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2009. – Вип. 2 (76). – С. 20-28. *Особистий внесок: визначено та охарактеризовано параметри конкурентних переваг економіки в умовах формування «двополюсної» міжнародної спеціалізації, що базується на використанні природно-ресурсного та науково-технічного потенціалу.*

2. Слабоспицька О. Ю. Інвестиції як головний фактор конкурентних переваг вітчизняних підприємств / О. К. Малютін, О. Ю. Слабоспицька // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка та менеджмент. – Суми, 2009. – Вип. 4(35). – С. 134-138. *Особистий внесок: досліджено умови підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.*
3. Слабоспицька О. Ю. Особливості планування стратегії в зовнішньоекономічній діяльності підприємств / О. Ю. Слабоспицька // Наука молода: збірник наукових праць молодих вчених Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль, 2010. – Вип. 13. – С. 109-114.
4. Слабоспицька О. Ю. Особливості стратегічного планування на підприємстві з урахуванням системи державної підтримки українського експорту / О. Ю. Слабоспицька, Ю. І. Данько // Аграрний вісник Причорномор'я: Економічні науки. – Одеса, 2010. – Вип. 53. – С. 60-65. *Особистий внесок: досліджено складові системи державної підтримки українського експорту.*
5. Слабоспицька О. Ю. Формування зовнішньоекономічної стратегії вітчизняними підприємствами в умовах економічної нестабільності росту / О. Ю. Слабоспицька // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – Хмельницький, 2010. – № 2, Т. 3 (150) – С. 27-31.
6. Слабоспицька О. Ю. Характеристика зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів ЗЕД країн СНД та проблеми організації їх співпраці / О. Ю. Слабоспицька // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – Суми, 2010. – № 1 (28). – С. 269-273.
7. Слабоспицька О. Ю. Оцінка динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування вітчизняними підприємствами / Л. І. Михайлова, О. Ю. Слабоспицька // Маркетинг та менеджмент інновацій. – Суми, 2011. – № 2. – С. 164-171. *Особистий внесок: розраховано структурні зміни в експорті вітчизняної машинобудівної продукції та проведено короткострокове прогнозування її подальшої реалізації.*
8. Слабоспицька О. Ю. Побудова гравітаційної моделі міжнародної торгівлі підприємств машинобудівного комплексу України при формуванні стратегії на зовнішньому ринку / О. Ю. Слабоспицька // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – Хмельницький, 2011. – № 2, Т. 2 (174) – С. 237-241.
9. Заяц О. Ю. Передумови ефективного функціонування експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України / О. К. Малютін, О. Ю. Заяц // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – Суми, 2012. – Випуск 3 (51). – С. 99-103. *Особистий внесок: побудовано регресійну модель залежності фінансових результатів вітчизняних машинобудівних підприємств та формування прогнозованих значень.*

Статті в інших виданнях

10. Слабоспицька О. Ю. Модель комплексної оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства / О. Ю. Слабоспицька // Вісник Харківського національного аграрного університету. Серія «АПК і природокористування». – Харків, 2009. – № 11. – С. 186-192.

Матеріали наукових конференцій:

11. Слабоспицька О. Ю. Особливості розробки стратегії росту підприємствами-учасниками ЗЕД / О. Ю. Слабоспицька // Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектору: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 8-9 жовтня 2009 року. – Харків, 2009. – С. 306-307.
12. Слабоспицька О. Ю. Застосування матричних методів формування стратегії підприємства в вітчизняній практиці / О. Ю. Слабоспицька // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика: матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (24-25 трав. 2011 р.). – Луцьк, 2011. – С. 282-283.
13. Слабоспицька О. Ю. Підтримка вітчизняного експорту як основа підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції / О. Ю. Слабоспицька // Економіка та менеджмент: перспективи розвитку: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 18-20 травня 2011 року. – Суми: СумДУ, 2011. – Т. 1. – С. 57-60.
14. Слабоспицька О. Ю. Побудова стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з врахуванням системи державної підтримки експорту / О. Ю. Слабоспицька // Україна и глобальная экономика: теория и практика хозяйствования. Материалы седьмой научно-практической конференции, 11-12 ноября 2011 года. - Симферополь, 2011. – С. 35-36.
15. Заяц О. Ю. Особенности формирования внешнеэкономической стратегии предприятиями Украины / О. Ю. Заяц // Агропромышленный комплекс: контуры будущего: материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Курск, 9-11 ноября 2011 г. – Курск, 2012. – Ч.1 – С. 137-141.

АНОТАЦІЯ

Заяц О. Ю. Формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Сумський державний університет, Суми, 2013.

У дисертації науково обґрунтовано зміст поняття стратегії підприємства та принципи її формування. Досліджено планування стратегії у ЗЕД підприємств. Розглянуто методичні основи комплексної оцінки ефективності реалізації ЗЕС підприємства.

У роботі висвітлено необхідність регулювання ЗЕС підприємства з метою забезпечення ефективного його розвитку. Вивчено особливості стратегічного планування на підприємстві з урахуванням системи державної підтримки українського експорту. Здійснено порівняльну характеристику зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів ЗЕД країн СНД.

Розроблені конкретні пропозиції щодо вдосконалення формування ЗЕС машинобудівних підприємств України. Запропоновано стратегічну карту розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств з урахуванням прогнозних змін вектор-структури їхнього експорту. Ідентифіковано головні напрямки дій основних експортерів машинобудівної продукції України на основі індексу державного регулювання.

Побудована гравітаційна модель міжнародної торгівлі підприємств машинобудівного комплексу України, що враховує можливості аналізу часових рядів й аналізу просторових спостережень, та дозволяє оцінити торговельний потенціал українських підприємств машинобудування під час експорту своєї продукції.

Ключові слова: стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, інтернаціоналізація, експорт, імпорт, компліментарність торгівлі, конкурентна перевага, вектор-структура, гравітаційна модель.

АННОТАЦІЯ

Заяц О. Ю. Формирование внешнеэкономической стратегии машиностроительных предприятий в условиях нестабильности. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Сумский государственный университет, Сумы, 2013.

В диссертации научно обосновано содержание понятия стратегии предприятия и принципы ее формирования. Стратегию предприятия определено как комплекс решений, который взаимосвязан с концепцией общеэкономического развития компании, формирует стратегическую позицию на рынке, определяет источники ее конкурентных преимуществ и распределение ресурсов по конкретным товарам и рынкам, обуславливает систему максимизации прибыли и упрощает возможную переориентацию компании.

Исследовано планирование стратегии во внешнеэкономической деятельности предприятий. Предложена схема планирования стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия, что представляет собой замкнутую систему, функционирование которой взаимосвязано с изучением эффективности внешнеэкономической деятельности и достижением гибкости при выходе на внешние рынки.

Рассмотрены методические основы комплексной оценки эффективности реализации внешнеэкономической стратегии предприятия. Эффективность внешнеэкономической деятельности может быть достигнута лишь при сохранении методологии выхода на внешние рынки, которая учитывает стадии интернационализации бизнеса предприятия.

В работе отображена необходимость регулирования внешнеэкономической стратегии предприятия с целью обеспечения эффективного его развития. Неблагоприятные тенденции, которые наблюдаются во внешней торговле Украины с 2009 года подтверждают необходимость и важность активизации внешнеторговой деятельности страны прежде всего за счет повышения эффективности использования экспортного потенциала на уровне государства и предприятия.

Анализ нормативно-правового регулирования поддержки отечественных экспортеров подтверждает актуальность создания эффективно действующей системы государственной поддержки и стимулирования как развития экспортного производства, так и продвижения экспортной продукции на внешние рынки. Установлено, что важным является сохранение позиций украинских производителей

на традиционном для них рынке сбыта, что требует более тесного сотрудничества Украины со странами СНГ.

В диссертации разработана стратегическая карта развития внешнеэкономической деятельности машиностроительных предприятий Украины, на основании чего предлагаются правительственные решения, направленные на увеличение эффективности внешнеэкономической деятельности отечественных машиностроительных предприятий и обеспечение технического уровня промышленности Украины, соответствующего уровню развитых стран Европы. Идентифицированы главные направления действий основных экспортеров машиностроительной продукции Украины на основе индекса государственной регуляции. Построена гравитационная модель международной торговли предприятий машиностроительного комплекса Украины, которая учитывает возможности анализа временных рядов и анализа пространственных наблюдений и позволяет оценить торговый потенциал украинских предприятий машиностроения при экспорте своей продукции.

Ключевые слова: стратегия, внешнеэкономическая деятельность, интернационализация, экспорт, импорт, комплиментарность торговли, конкурентное преимущество, вектор-структура, гравитационная модель.

SUMMARY

Zaiats O. Yu. Forming of external economic strategy by machine-building enterprises in the conditions of instability. – Manuscript.

Thesis for a candidate degree of Economic Sciences in speciality 08.00.04 – Economy and Management Enterprises (by kinds of economic activity). – Sumy State University, Sumy, 2013.

The thesis grounds scientifically maintenance of strategy enterprise concept and principles of its forming. Investigational planning of strategy in foreign economic activity of enterprises is determined. Methodological bases of complex estimation of enterprise external economic strategy efficiency are considered.

The necessity of enterprise adjusting external economic strategy is in-process reflected with the purpose of its effective development providing. The features of the strategic planning are studied at an enterprise taking into account the system of state support of the Ukrainian export. Comparative description of external economic strategies of FEA subjects of CIS countries is carried out.

Concrete suggestions are developed in relation to improvement of external economic strategy of Ukrainian machine-building enterprises. The strategic map of development of machine-building enterprises's FEA is offered taking into account the prognosis changes of their export vectorial structure. The main directions of Ukrainian machine-building products' basic exporters actions are identified on the basis of government control index. The gravity model of international trade of machine-building complex enterprises of Ukraine, which takes into account possibilities of sentinel rows analysis and spatial supervisions analysis, and allows estimating point-of-sale potential of the Ukrainian enterprises of engineering at the export of the products, is worked out.

Keywords: strategy, foreign economic activity, internationalization, export, import, engineering, competitive edge, vector-structure, gravity model.

Підписано до друку 05.04.2013
Формат 60x90/16. Ум. друк. арк. 1,1. Обл.-вид. арк. 0,9. Тираж 100 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №3062 від 17.12.2007.