

Міністерство аграрної політики та продовольства України

Сумський національний аграрний університет

На правах рукопису

ЗАЯЦ ОКСАНА ЮРІЇВНА

УДК 339.977 (043.5)

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

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник -
доктор економічних наук,
професор
Михайлова Любов Іванівна

Суми - 2013

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	13
1.1 Характеристика змісту поняття стратегії підприємства та принципи її формування в зовнішньоекономічній діяльності	13
1.2 Необхідність розроблення стратегії при виході на нові зовнішні ринки	36
1.3 Методичні основи комплексної оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства	52
Висновки до розділу 1	64
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	66
2.1 Формування зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств із метою забезпечення стратегії їх ефективного розвитку	66
2.2 Порівняльна характеристика зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів ЗЕД країн СНД та їх співпраця з експортоорієнтованими машинобудівними підприємствами України	83
2.3 Моніторинг передумов та чинників ефективного функціонування основних експортерів машинобудівної продукції України	97
Висновки до розділу 2	117

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	121
3.1 Розроблення стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств з урахуванням прогнозних змін вектор-структури їх експорту	121
3.2 Формування стратегічного плану дій основних експортерів машинобудівної продукції України на основі індексу державного регулювання	139
3.3 Побудова гравітаційної моделі міжнародної торгівлі підприємств машинобудівного комплексу України при формуванні стратегії на зовнішньому ринку	165
Висновки до розділу 3	172
ВИСНОВКИ	175
ДОДАТКИ	184
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	221

ВСТУП

Актуальність теми. Глобалізація світової економіки та вплив на неї фінансово-економічної кризи обумовлюють розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах нестабільності. Нового значення набувають процеси формування зовнішньоекономічної стратегії вітчизняних підприємств, що позначається на особливостях реалізації української продукції на зовнішніх ринках.

Необхідність теоретичного розроблення зовнішньоекономічної стратегії викликана істотним впливом зовнішніх факторів на діяльність підприємства. Зарубіжний досвід свідчить, що адаптація стратегії підприємства до вимог міжнародного ринку сприяє ефективному розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства, визначає необхідність випереджального розвитку важливих галузей економіки України, до яких відносять машинобудівну промисловість.

В сучасних умовах в діяльності українських машинобудівних підприємств підвищується роль зовнішньої торгівлі, як важливого фактора, що стимулює розвиток галузі в цілому. Експортна діяльність для окремих машинобудівних підприємств залишається одним з основних джерел отримання інвестиційних ресурсів. Тому українські виробники продукції машинобудування все активніше освоюють сучасні методи роботи в умовах ринку.

У зв'язку з цим потребують наукового обґрунтування та розроблення низка конструктивних пропозицій, врахування яких надасть змогу розв'язати існуючі проблеми та створити сприятливі умови для підвищення ефективності зовнішньоекономічної стратегії вітчизняних підприємств. Складний фінансово-економічний стан багатьох вітчизняних підприємств машинобудівної галузі та високі витрати, які необхідні при виході на нові ринки, викликають необхідність вибору пріоритетних напрямків розвитку та оптимальних варіантів удосконалення зовнішньоекономічної діяльності

підприємства. Тому саме на даному етапі актуальним є дослідження теоретичних аспектів формування зовнішньоекономічної стратегії вітчизняних 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: Ансофф І., Барні Дж., Боумен К., Глюк У., Друкер П., Ендрюс К., Карлофф Б., Кассельс Е., Котлер Ф., Макхью П., Мінер Дж., Мінцберг Х., Моргенштерн О., Портер М., Румельт Р., Сейнер Г., Фон Нейман Дж., Хендерс Б., Чандлер А. Істотні надбання в дослідженні проблем формування стратегії підприємства мають такі російські та вітчизняні 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. Миролубової, 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.

Відаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних економістів щодо розроблення даної проблематики, необхідно відзначити, що певні аспекти не знайшли свого вирішення або залишаються дискусійними та потребують подальшого опрацювання. Недостатньо досліджені питання процесу формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства з урахуванням важливих об'єктивних обмежень його діяльності

на зовнішньому ринку; розширення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках, де є виявлені конкурентні переваги. Актуальність розв'язання цих 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» (номер державної реєстрації 0108U00341), в межах якої автором розкрито 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 та аспектів формування зовнішньоекономічної стратегії 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 та реалізовані такі основні завдання дисертаційної роботи:

- 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 (аспектів) 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 зовнішньоекономічну діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання; офіційні матеріали Національного банку України, Міністерства промисловості України, Міністерства економіки 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 із 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 вдосконалення

формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств та можуть бути використані державними органами влади і науково-дослідними інститутами при розробці законодавчої бази, а також у практичній діяльності суб'єктами господарювання, яким необхідно спланувати стратегію ЗЕД в умовах нестабільності. Реалізація рекомендацій, що містяться в роботі, сприятиме підвищенню ефективності функціонування промислових (зокрема, машинобудівних) підприємств на зовнішніх ринках. Основні положення дисертації використовувалися органами регіонального управління та керівниками 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 в залежно від торговельної лібералізації іноземної країни та виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках, були використані у практичній діяльності ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе» (довідка № 48/6-1189 від 18.05.12 р.).

Запропонована у дисертації методика ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії 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» при оцінці досягнутих підприємством значень показників та їх порівнянні з запланованим цільовим показником на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу, а також розробці необхідних оптимізаційних заходів за основними перспективними напрямками розвитку підприємства на зовнішньому ринку (довідка № 6 від 26.01.12 р.).

Окремі положення дисертаційного дослідження, що стосуються розроблення стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств з врахуванням прогнозних змін вектор-структури їхнього експорту, а також, формування плану дій експортерів машинобудівної продукції на основі індексу державного регулювання, були взяті до уваги Тростянецькою районною державною адміністрацією при підготовці програм реалізації державної політики в галузях соціально-економічного розвитку, зовнішньоекономічних відносин, промисловості та підприємництва Тростянецького району Сумської області (довідка № 789/02-14 від 14.03.12 р.).

Результати дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі на факультеті менеджменту Сумського національного аграрного університету при викладанні нормативних курсів «Основи зовнішньоекономічної діяльності», «Міжнародні економічні відносини». Зокрема, використовуються теоретичні та методичні положення щодо диференціації розвитку ЗЕД підприємства в залежності від стадій життєвого циклу попиту на пропонований товар; аналітичні розрахунки щодо очікуваного прибутку підприємства в залежності від способу виходу на зовнішній ринок; розрахунки щодо компліментарності торгівлі українських підприємств на зовнішньому ринку та подальших напрямків формування їхньої зовнішньоекономічної стратегії; висновки щодо рівня економічної свободи в Україні як результату інтенсивності регулювання зовнішньої діяльності підприємств з боку державних органів» (акт № 3763 від 15.09.2012 р.).

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

Апробація результатів дисертації. Основні положення 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 9 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 5 – у співавторстві), 5 публікацій у наукових конференціях та наукова праця в інших виданнях.

Обсяг та структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел зі 214 найменувань, 19 додатків. Загальний обсяг дисертації 245 сторінок друкованого тексту, в тому числі основного тексту – 168 сторінок, 40 таблиць на 32 сторінках, 31 рисунок на 20 сторінках, список використаних джерел на 20 сторінках, додатки на 37 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Характеристика змісту поняття стратегії підприємства та принципи її формування в зовнішньоекономічній діяльності

На сучасному етапі все більша кількість підприємств розуміють необхідність перспективного управління діяльністю на основі наукової методології передбачення її перспектив та тенденцій розвитку. Ефективним інструментом перспективного управління діяльністю компанії є загальноекономічна стратегія.

На ефективне функціонування підприємства у довгостроковому періоді досить часто впливають зовнішні щодонього фактори. Це потребує від компанії розроблення стратегічного підходу, який дозволить їй підготуватися до постійних змін у зовнішньому середовищі.

Сучасні стратегії базуються на активному обліку сучасних умов, у рамках яких здійснює свою діяльність компанія, на вирішенні завдань, які стоять перед нею, що, у свою чергу, сприяє виникненню різноманітних проектів розвитку, які обумовлюють вибір такого варіанта стратегії розвитку, що забезпечить стабільність підприємства та позитивні економічні результати.

Слово «стратегія» в перекладі з грецької мови означає «мистецтво генерала». Поняття стратегії запозичене з військового лексикону, де воно означає план дій у конкретній ситуації, що залежить від протидії. Це поняття ввійшло в лексикон ділового управління; з'явилися терміни: «стратегічне управління», «стратегічне планування», «стратегічний менеджмент» [8].

Єдиного визначення стратегії не існує. Воно широко використовується в теорії ігор і було наведено в книзі Фон Неймана та Моргенштерна з теорії ігор у такому вигляді: стратегія – це повний план, що вказує який вибір буде робити гравець у кожній можливій ситуації [212].

Стратегія належить до сфери практичної діяльності й проявляється тільки в практичній діяльності. Тому про стратегію говорять, як про мистецтво, в якому стратегія, як знання, є інструмента.

Початок наукових досліджень стратегій компаній надає на 60-ті роки ХХ століття. Саме в цей період з'являються основні книги, присвячені дослідженню цього розділу менеджменту, які дали поштовх подальшому вивченню стратегій: трактат А. Чандлера «Стратегія та структура» [178], колективний підручник Гарвардської школи бізнесу «Політика та бізнес» [195], книга І. Ансоффа «Корпоративна стратегія» [171]. Ідеї цих науковців у майбутньому істотно вплинули на управлінську науку та на економічну теорію компанії.

У праці А. Чандлера вперше була приділена увага проблемам організаційної відповідності компанії завданням її стратегічного розвитку, були розроблені інструменти досягнення такої відповідності. Чандлер визначав стратегію «як устанавлення основних довгострокових цілей та завдань підприємства та розроблення програми дій і розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей» [178].

Підхід К. Ендрюса в книзі «Політика та бізнес» передбачав єдність організації не як взаємозв'язок структурних та функціональних підрозділів, а як цілісне сприйняття разом із навколишнім середовищем. Менеджери компанії вперше почали одночасно проводити аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ компанії і будувати необхідну ефективну стратегію. Економічна стратегія уявлялась Ендрюсу «як відповідність між характеристиками фірми (сильними та слабкими сторонами) та ринковими можливостями фірми» [195].

Підхід І. Ансоффа порівнянно з попередніми підходами був більш деталізованим і передбачав побудову моделі довгострокового планування розвитку компанії.

Але вирішальний вплив на практику менеджменту і створення інструментарію аналізу стратегій здійснили консультаційні фірми, які в 60-

ті рр. XX століття створили новий сегмент ринку – стратегічний консалтинг. Безперечне лідерство у цій сфері належало консалтинговим компаніям McKinsey, Bain та Boston Consulting Group (BCG). Досягнення консалтингових компаній у сфері розвитку теорії стратегічного управління компаній дали потужний поштовх вдосконаленню механізму конкурентних переваг фірм.

Початкові концепції стратегічного управління мали тільки прикладний характер. І лише із середини 70-х рр. XX століття дослідження стратегій почало активно застосовувати статистичні та економічні методи аналізу.

Перетворення досліджень стратегій фірм в окрему галузь наукових знань згодом було сприйнято провідними науковцями [197; 202; 205]. Підтвердженням цього є велика кількість наукових досліджень та велике розмаїття визначень стратегії як економічної категорії. У більш ранніх визначеннях акцентувалась увага на формулюванні місії, яка є вираженням сенсу діяльності компанії, та цілях організації, які дають конкретне уявлення про перспективний розвиток підприємства.

Так, стратегія розглядається як план, маневр, позиція, погляд в майбутнє. Уявляється, що все це можна розглядати в якості елементів стратегії [71].

П. Друкер зазначає: «Стратегія – це теорія бізнесу організації» [48].

Стейнер, Мінер: «Стратегія являє собою компонування завдань компанії, впорядкування цих завдань з урахуванням дії внутрішніх та зовнішніх сил, формалізацію конкретних варіантів здійснення планів компанії з виконання цих завдань, і, нарешті, забезпечення відповідного впровадження цих планів, що сприяло б досягненню базисних цілей та завдань компанії» [208].

Під стратегією К. Боумен [18] розуміє, що у групи керівників вищого рівня є однакове уявлення того напрямку, у якому рухається фірма.

Згідно з Е. Кассельсом стратегія – це модель поведінки організації для досягнення своїх довгострокових цілей [177].

В інших трактуваннях: стратегія – це уніфікований, інтегрований й зрозумілий план, розроблений таким чином, щоб бути впевненим в досягненні цілей підприємства [186] або стратегія – це модель (зразок поведінки) у потоці майбутніх дій або рішень [197].

Пізніше сформувався погляд на стратегію як на інструмент перспективного управління, що враховує сильні та слабкі сторони організації, ринкові зовнішні можливості та загрози та на основі цього формує шляхи досягнення стійкого положення на ринку.

Так, останніми роками вводиться таке поняття стратегії: «Стратегія – це модель розміщення ресурсів, яка дозволяє організації покращити результати її господарської діяльності. «Гарна» стратегія – це стратегія, яка нейтралізує загрози, використовує ринкові можливості, спираючись на свої сильні сторони та підсилюючи свої слабкі сторони» [174].

Російські та українські науковці звернули свою увагу на проблеми формування стратегії підприємства відносно недавно. Істотні надбання в дослідженні цих проблем мають такі російські та вітчизняні 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, В. Ф. Оберемчук, С. В. Оборська, Г. М. Озеров, С. О. Попов, М. Г. Саєнко, З. Є. Шершньова ».

Ю. А. Корчагін надає таке визначення стратегії: «Стратегія – це довгостроковий план розвитку суб'єкта: країни, регіону, муніципального утворення, підприємства або організації, що базується на вибраній концепції розвитку та довгострокових прогнозах, інвестиційному аналізі, деталізованих програмах та планах розвитку» [75].

Стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану [163].

М. Г. Саєнко зазначає: «Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості» [125].

Як бачимо, в літературі існують різні погляди на розуміння стратегії. Так, в одному випадку стратегію можна охарактеризувати як вибраний напрямок діяльності компанії, який повинен привести її до досягнення поставлених цілей. В іншому випадку – це конкретний визначений план досягнення окремої мети.

Класичним можна вважати розуміння стратегії підприємства як загального напрямку дій, довгострокового курсу розвитку підприємства, способу досягнення перспективних цілей щодо зміцнення конкурентних позицій та успіху діяльності, який підприємство визначає для себе самостійно [9].

В економічній діяльності підприємства під стратегією розуміють загальну концепцію досягнення цілей організації, вирішення поточних проблем та розподілу необхідних для цього обмежених ресурсів. Така концепція повинна вмщати систему цілей організації та політику організаційних дій.

На нашу думку, лише в комплексі всі визначення найбільш повно відображають суть поняття «стратегія підприємства». У зв'язку з вищевикладеним під «стратегією» будемо розуміти комплекс рішень, що пов'язаний з 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.

На наш погляд, це визначення характеризує основні дії, які необхідно прийняти компанії для досягнення поставлених цілей і при яких функціонування та структура організації оптимально відповідатимуть зовнішнім умовам. Саме такий стратегічний підхід буде в найбільшому ступені передбачати розроблення довгострокових планів використання потенціалу нових ринків та систематичне застосування маркетингових методів для визначення, передбачення та задоволення потреб споживачів на цільових ринках.

Процес розроблення стратегії підприємства являє собою творчий процес, що передбачає постановку цілей діяльності підприємства, визначення її пріоритетних напрямків, оптимізацію структури формованих ресурсів та їх розподіл.

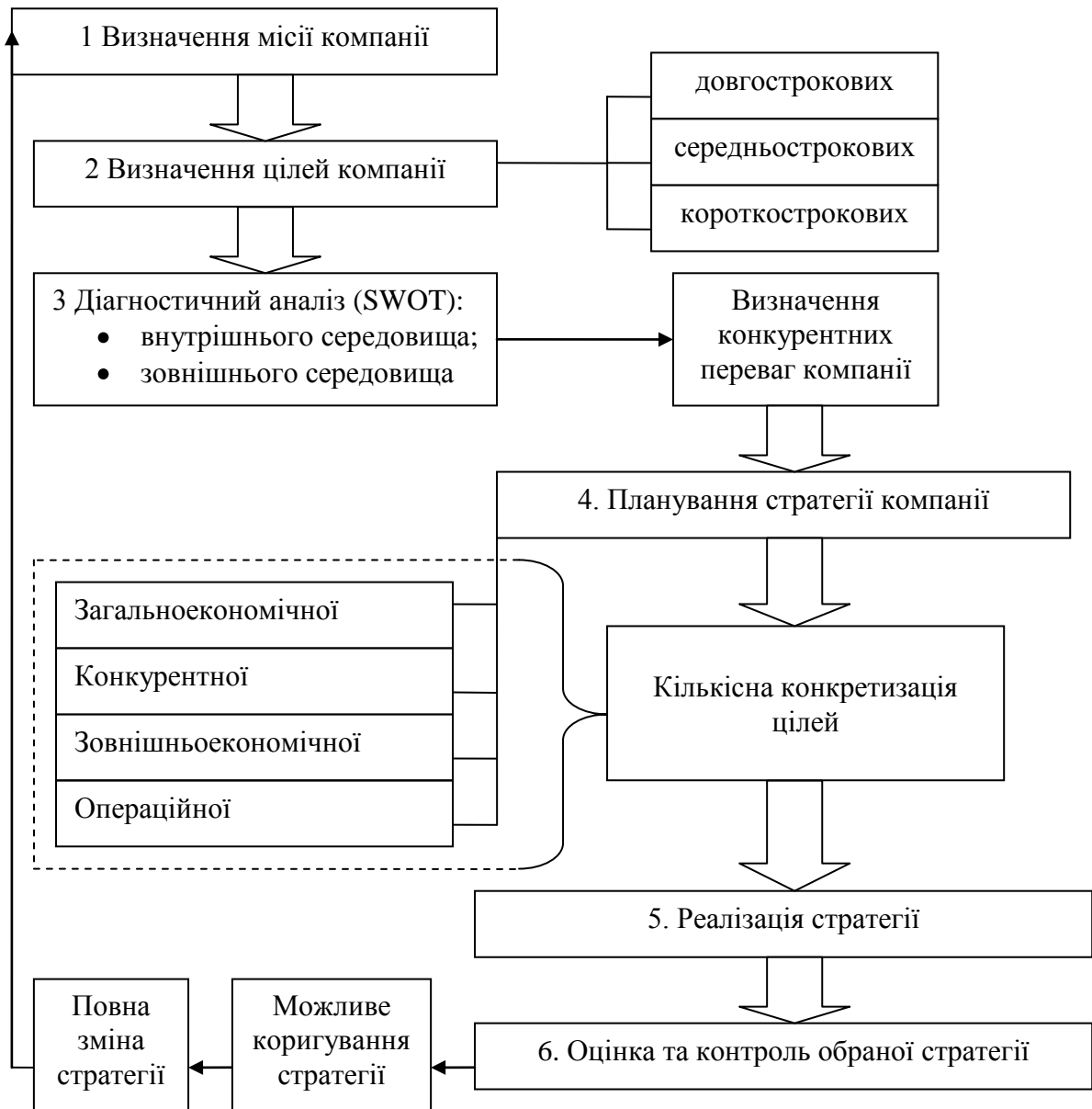
Основними елементами процесу формування стратегії є визначення місії підприємства, загальних стратегічних цілей розвитку та системи функціональних стратегій у розрізі окремих видів діяльності (рис. 1.1).

На рисунку 1.1 процес стратегічного управління поданий у вигляді шести послідовних етапів. На першому етапі визначається місія компанії, а саме: формується образ компанії, баланс інтересів різноманітних соціальних інститутів, пов'язаних із подальшим розвитком компанії.

Як вважає Ф. Котлер [76], місія повинна розроблятися виходячи з таких п'яти факторів:

- 1) історія фірми;
- 2) стиль поведінки і спосіб дії;
- 3) стан навколишнього середовища;
- 4) обсяг доступних ресурсів;
- 5) відмінності, властиві організації.

«У широкому розумінні місія – це філософія та призначення, сенс існування організації» [25].



Джерело: побудовано автором

Рис. 1.1. Неперервність процесу формування та реалізації стратегії економічного розвитку компанії

Наступним є визначення цілей компанії. Саме мета є головним критерієм при прийнятті рішень. «Мета – це ті основні результати, до яких підприємство прагне в своїй діяльності впродовж тривалого часу. Від того, наскільки правильно вибрана ціль і наскільки точно вона сформульована, залежить успіх підприємства» [26].

Стратегічні цілі повинні відображати загальноекономічну концепцію розвитку підприємства; визначати сферу діяльності та потреби. Залежно від

періоду часу цілі поділяють на довгострокові, середньострокові та короткострокові.

Специфіка ієрархічної побудови цілей в організації обумовлена тим, що короткострокові цілі впливають із довгострокових, є їх конкретизацією та деталізацією. Саме за рахунок досягнення короткострокових цілей організація поступово просувається до виконання своїх довгострокових цілей [25].

Загальноорганізаційні цілі можуть бути орієнтовані, наприклад, на забезпечення необхідного рівня рентабельності, досягнення фінансової стійкості, оновлення продукції, завоювання нових ринків.

Після встановлення своєї місії та цілей компанія повинна провести діагностичний етап процесу формування стратегії. На цьому етапі відбувається вивчення внутрішнього середовища для виявлення сильних та слабких сторін підприємства, а також для комплексної оцінки стратегічного потенціалу в рамках поставленої мети.

Проведення аналізу зовнішнього середовища дозволяє виявити загрози та можливості організації, які вона повинна враховувати при досягненні своїх цілей. Аналіз зовнішнього середовища фірми дозволяє оцінити стратегічний клімат, що утворює зовнішнє середовище.

Також на цьому етапі компанії необхідно проводити спільне дослідження потенціалу та клімату, в результаті чого може бути сформований основний висновок про стратегічну позицію підприємства на ринку, яка разом зі стратегічною активністю керівництва компанії створить конкурентні переваги підприємства, що забезпечують високу конкурентоспроможність на ринку.

Виходячи з дослідження М. Портера «Міжнародна конкуренція» [114], до основних конкурентних переваг відносять:

- факторні умови (природні, трудові, технологічні та інвестиційні ресурси, інфраструктура);
- умови внутрішнього попиту на продукцію та послуги галузі;

- наявність споріднених галузей, що є конкурентоспроможними на міжнародному ринку;
- стратегію компанії, її структуру та характер конкуренції на внутрішньому ринку .

Необхідно зазначити, що аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ компанії – це дуже важливий для розроблення стратегії організації процес, який потребує уважного відстеження процесів, що відбуваються в навколишньому середовищі, оцінки факторів, а також встановлення зв'язку між факторами та сильними й слабкими сторонами організації, можливостями і загрозами [25].

Отримані при діагностичному аналізі результати враховуються на четвертому етапі формування стратегії. На цьому етапі здійснюється планування стратегії для ефективного досягнення поставленої мети.

Система стратегій економічної організації вміщує чотири рівні прийняття стратегічних рішень [125] :

1) загальний або корпоративний – визначає загальний напрямок діяльності підприємства, один із таких: зростання, стабілізація або скорочення;

2) конкурентний (бізнесовий) – вказує шляхи досягнення вибраного напрямку в кожній стратегічній одиниці бізнесу і являє собою план завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій (переваг);

3) функціональний – розробляється стратегія для кожного функціонального напрямку діяльності: стратегія виробництва, маркетингу, фінансова стратегія, стратегія науково-дослідних робіт, стратегія управління персоналом, зовнішньоекономічна стратегія тощо;

4) операційний – призначений для формування стратегії основних структурних підрозділів підприємства, що не є самостійними.

Завершує етап планування стратегії постановка завдань, що подана кількісною конкретизацією цілей підприємства із зазначенням способів та термінів їх досягнення для кожного конкретного рівня.

Наступним етапом є реалізація стратегії. Виконання стратегії спрямовано на вирішення таких завдань [25]:

- установлення пріоритетності цілей при розподіленні наявних ресурсів;
- установлення відповідності між вибраною стратегією та внутрішньоорганізаційними процесами;
- приведення у відповідність стилю управління організацією.

Завершальним етапом є етап оцінки та контролю. Механізм оцінки та контролю повинен містити: оцінку результатів стратегії; порівняння фактичних та планованих показників, а також, у разі необхідності, внесення коригувань у стратегію підприємства. Такий механізм контролю повинен бути інструментом зворотнього зв'язку, коли залежно від результатів необхідно переглянути місію організації, стратегічні цілі та загальноекономічну стратегію в цілому.

При формуванні своєї стратегії компанія зіштовхується з деякими об'єктивними обмеженнями, які можуть суттєво вплинути на зміст та характер загальноекономічної стратегії підприємства (рис. 1.2).



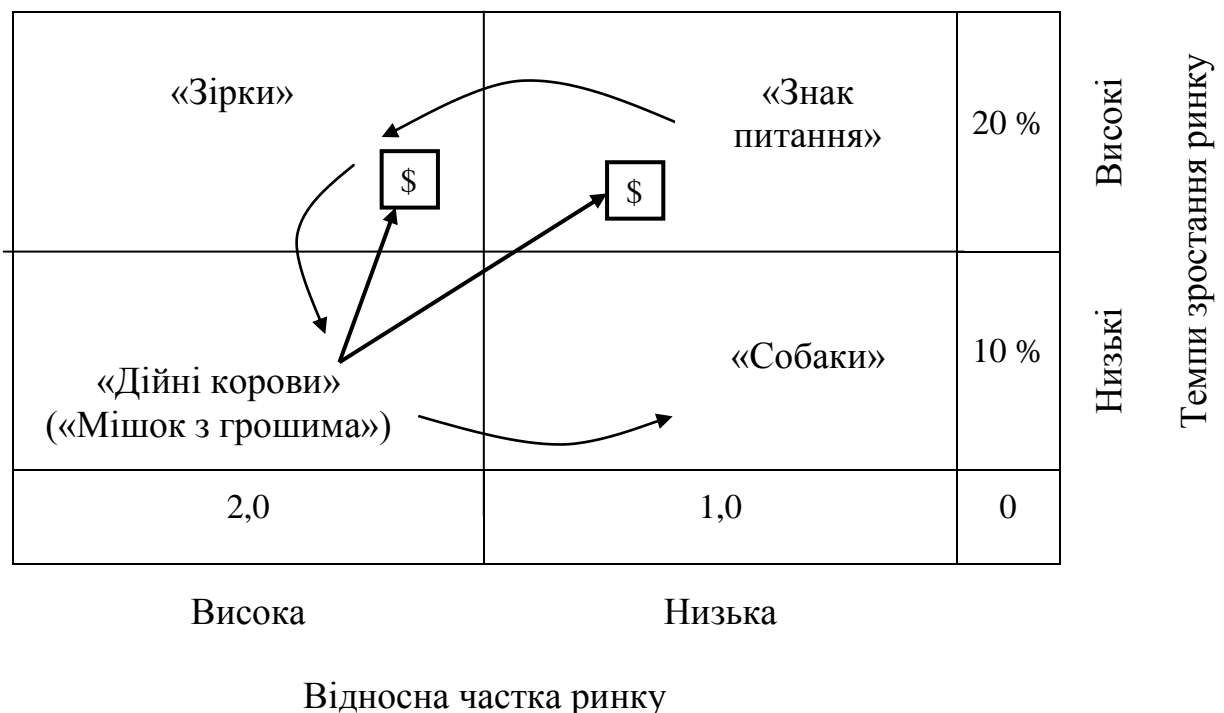
Джерело: побудовано автором.

Рис. 1.2. Фактори впливу на формування стратегії підприємства

Зрозуміло, що врахувати при виборі стратегії підприємства однаковою мірою всі чинники зазначені на рисунку 1.2, неможливо. Але цілі, фінансові можливості та ризики враховують у першу чергу.

У теорії та практиці менеджменту розроблена низка інструментів управління стратегією. В українській практиці застосовуються в основному матричні методи управління (матриця BCG, матриця компанії McKinsey, SWOT-аналіз).

Застосовуючи метод BCG (Бостонської консалтингової групи, що була заснована в 1962 році Б. Хендерсом), компанія класифікує свої бізнес-одиниці¹ з точки зору темпів росту їх ринку і відносної частки цих елементів на ринку (рис. 1.3). Вважається, що швидкозростаючі ринки є більш привабливими, оскільки бізнес-одиниця має можливість до збільшення своєї частки на них без особливих зусиль (межа високого або низького темпу росту ринку встановлюється, як правило, на рівні 10 % за 1 рік).



Джерело: [162].

Рис. 1.3. Матриця BCG

¹ Бізнес-одиниці – основні напрями діяльності. Для бізнес-одиниць установлюються власні цілі, а їх розвиток може плануватися незалежно від інших напрямів діяльності.

Згідно з логікою портфеля матриці BCG «дійні корови» фінансують інші зростаючі сфери бізнесу фірми. В ідеальному варіанті «дійні корови» використовуються, щоб перетворити «знаки питання» на «зірки». Оскільки це питання вимагає великих коштів, рішення щодо того, які саме сфери бізнесу розвивати, стає ключовим у стратегічному значенні.

Матриця BCG акцентує увагу на русі готівки, потребах в інвестиціях і прибутковості кожного стратегічного господарського підрозділу. За допомогою проведеного в динамічному режимі аналізу можна відстежити розвиток кожного підрозділу в часі і розробити певні стратегії [9].

Основним недоліком методу BCG є те, що він ураховує лише два індикатори: відносну частку ринку та темпи зростання ринку. Але привабливість ринку формується також виходячи з його місткості, доступності, стабільності, прибутковості, розвиненості збутової мережі, іміджу підприємства, технологій і т. п.

Із цього випливає, що для більш точного виміру потенціалу привабливості та конкурентоспроможності краще приймати цілий набір індикаторів. Ці вимоги враховуються в методі компанії McKinsey (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Багатокритеріальна матриця «привабливість-конкурентоспроможність»
компанії McKinsey

Привабливість	Висока	Агресивний ріст 1	2	Селективний ріст 3
	Середня	4	5	6
	Низька	Низька активність 7	8	Деінвестування 9
		Висока	Середня	Низька
		Конкурентоспроможність		

Джерело: [79].

Дві осі на цій таблиці означають привабливість галузі та конкурентне становище підрозділу. Модель McKinsey, що отримала назву «екран бізнесу», вміщує для розгляду значно більше даних, ніж Бостонська матриця. Показники привабливості та конкурентоспроможності можуть мати для підприємства різну вагомість, тому їх оцінюють за окремими критеріями. Отримані значення заносять на відповідні осі двовимірної моделі-матриці (табл. 1.1). За кожним виміром виділяють три рівні (низький, середній, високий), що формує дев'ять можливих стратегічних позицій підприємства. Бізнес-одиниці в клітинках 1, 2, 4 – це досить стійкі стратегічні бізнес-одиниці; в клітинках 3, 5, 7 – відповідають середньому рівню привабливості; в клітинках 6, 8, 9 – це бізнес-одиниці з низькою привабливістю.

Необхідно зазначити, що матриця McKinsey не дає таких точних результатів, як Бостонська матриця, оскільки вимагає суб'єктивних висновків про те, де потрібно розмістити певний виробничий підрозділ. Вона часто підлягає критиці за надмірну чутливість до маніпулювання даними [114].

Для розроблення стратегій недостатньо констатувати вплив тих чи інших факторів середовища. Щоб забезпечити виживання підприємства у довгостроковій перспективі, необхідно прогнозувати тенденції розвитку шансів і загроз, своєчасно складати стратегічний баланс підприємства.

Складання стратегічного балансу в західній літературі дістало назву SWOT-аналіз. Уперше SWOT-аналіз був запропонований науковцями Гарвардської школи бізнесу в 1965 році [195].

SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їх особливостей: відповідно до змісту стратегії - адаптації до (чи формування впливу на) середовища (табл. 1.2).

На перетинах окремих складових груп факторів формуються поля, для яких характерні певні сполучення (табл. 1.2), що потрібно враховувати далі в ході розроблення стратегій певного типу:

- поле СИМ - потребує стратегій підтримки та розвитку сильних сторін підприємства у напрямку реалізації шансів зовнішнього оточення;

Матриця SWOT

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Поле СИМ	Поле СИЗ
Слабкі сторони	Поле СЛМ	Поле СЛЗ

Джерело: [25].

- поле СИЗ - передбачення стратегій використання сильних сторін підприємства з метою пом'якшення (усунення) загроз;
- поле СЛМ - розроблення стратегій подолання слабкостей підприємства за рахунок можливостей, що їх надає зовнішнє середовище;
- поле СЛЗ - іноді називають «кризовим полем», тому що тут поєднуються загрози середовища зі слабкістю підприємства. З огляду на це існує нагальна потреба розроблення стратегій як подолання загроз, так і усунення слабкості підприємства, що завжди є важким завданням.

Треба мати на увазі, що фактори, які формують окремі складові SWOT-аналізу, можуть мати різні часові характеристики впливу, тому доцільно виконувати певне їх ранжування на коротко- та довгострокові дії.

Зазначимо, що вищеперелічені матричні методи формування стратегії на українських підприємствах застосовуються як остаточні, а не як допоміжні засоби під час складання стратегічного плану. Необхідно розуміти, що прийняття оптимального рішення потребує врахування багатьох факторів, які не можна в повній мірі охопити матрицями. Матричне подання бізнес-портфеля компанії дозволяє лише узагальнити результати стратегічного мислення. Недоліком матричних методів є те, що не в одній з цих моделей не приділяється увага способам реалізації рекомендованих стратегій. Застосування матриць потребує суттєвих затрат часу і грошових

коштів. Нарешті, головним мінусом цих методів є отримання інформації про сучасні умови діяльності підприємства, що мало ефективного планування майбутньої діяльності.

Можна стверджувати, що моделі формування стратегії підприємства – не стільки інструмент вирішення практичних завдань, скільки аналітичні методи, які дозволяють підприємству оцінити свої сильні та слабкі сторони порівняно з можливостями та загрозами зовнішнього середовища.

Тому постає питання про формування моделі, яка дозволяє аналізувати тенденції в мінливому зовнішньому середовищі з урахуванням розвитку внутрішнього потенціалу підприємства для його максимального вираження та формувати ефективну портфельну стратегію підприємства, яка буде визначати основні напрями діяльності компанії: виробничий, маркетинговий, фінансовий, дослідницький, зовнішньоекономічний.

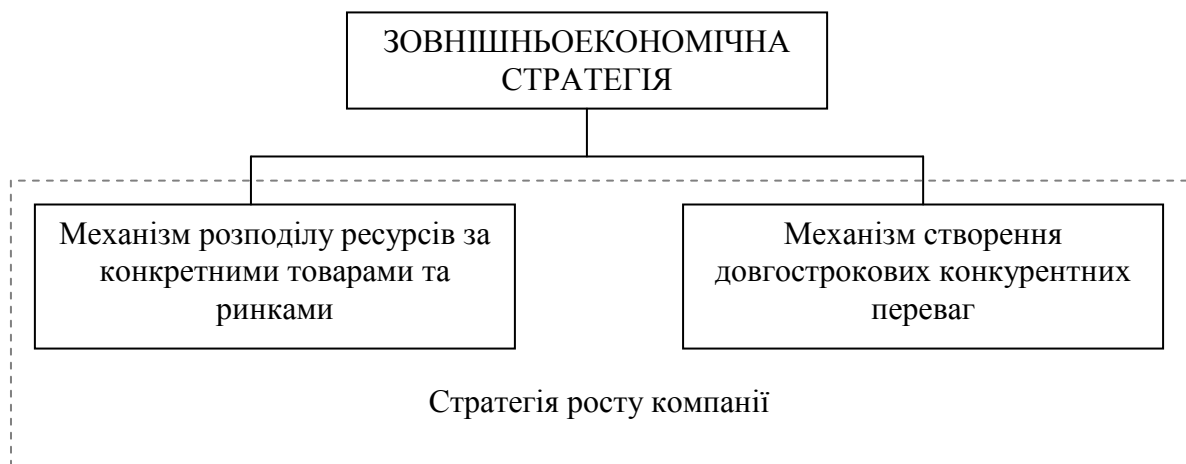
Зовнішньоекономічна стратегія являє собою ефективний план керівництва зовнішньоекономічною діяльністю, що включає її перспективне планування та прогнозування. На рівні підприємства таке планування є управлінським процесом створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства в зовнішньоекономічній діяльності, його потенціалом та можливостями, що спирається на програму діяльності підприємства із забезпечення його економічного росту.

Головною метою компанії в сфері зовнішньоекономічної діяльності є забезпечення стійких позицій компанії на зовнішніх ринках і прибутковості при міжнародній конкуренції. Для досягнення цілей на іноземних ринках компаніям необхідний стратегічний підхід. Стратегічний підхід передбачає розроблення довгострокових планів використання потенціалу іноземного ринку та систематичне застосування маркетингових методів відповідно до вимог та потреб споживачів.

І. Ансофф пояснює термін «стратегічний» як «такий, що впливає на відносини між фірмою та навколишнім середовищем» [8].

Але, на жаль, стратегічний підхід у зовнішньоекономічній діяльності поки не набув великого поширення серед українських компаній. Необхідну увагу питанням розроблення та виконання зовнішньоекономічних стратегій приділяє відносно невелика кількість експортерів, які, як правило, займають провідні позиції в своїх галузях.

Проте, саме застосування вітчизняними компаніями в міжнародному бізнесі методів стратегічного планування дозволить їм у повному обсязі використати свій потенціал на зовнішніх ринках; прийняти ефективне рішення про розподіл ресурсів за конкретними товарами та ринками; створити ефективний механізм довгострокових конкурентних переваг. А це і є визначальними складовими зовнішньоекономічної стратегії, які повинні доповнювати стратегію росту підприємства (рис. 1.4).



Джерело: побудовано автором.

Рис. 1.4. Механізми реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства

Розроблення ефективного механізму розподілу ресурсів передбачає проведення робіт із міжнародного сегментування базового ринку, якість виконання якого буде істотно впливати на надійність остаточних результатів про доцільність капіталовкладень підприємством у конкретні ринки. Саме тут визначаються сфери зовнішньоекономічної діяльності компанії.

Корисною в цьому плані є матриця вибору виходу на зовнішні ринки, подана в працях Г. Багієва [89] (рис.1.5).

Як бачимо з рисунка 1.5, найбільш простий спосіб інтернаціоналізації діяльності компанії – експорт. Експорт не потребує внесення істотних змін у стратегію підприємства. Базовою стратегією в цьому випадку є стратегія розширення ринку збуту, як правило, без будь-якої модернізації товару.

Витрати при виході на ринок	Високі	Франчайзинг	Зборка	Повністю власне підприємство за кордоном
	Середні	Контракти з продажу ліцензій, ноу-хау	Промислова кооперація (підрядне виробництво)	Спільне підприємництво на паритетних засадах
	Низькі	Експорт через агентів або імпортерів	Управління за контрактом	Експортний продаж через власне представництво
		Низька	Середня	Висока
		Привабливість інвестування		

Джерело: [89].

Рис. 1.5. Матриця вибору способу виходу на міжнародні ринки

Ф. Котлер [76] класифікує експорт на нерегулярний (характеризується пасивним рівнем залучення до зовнішньоекономічної діяльності) і активний (коли основною метою підприємства є розширення своїх експортних операцій на конкретному ринку).

Доцільність дотримання експортної стратегії впродовж тривалого періоду визначається конкурентоспроможністю підприємства відносно витрат. Так, для компаній, чиї можливості перевищують потреби внутрішнього ринку, доцільно експортувати свою продукцію.

Зазначимо, що основна частина українських підприємств, що є суб'єктами ЗЕД, перебувають саме на експортній стадії.

Друга стадія інтернаціоналізації діяльності підприємства – контрактна – представлена такими формами співпраці з іноземними партнерами:

- ліцензування – надання прав на застосування виробничого процесу, патенту, ноу-хау в обмін на ліцензійний платіж. Основними недоліками

ліцензування є неможливість значного контролю з боку підприємства-ліцензіара над ліцензіатом, а також можливість підсилення конкуренції на ринку;

- управління за контрактом – експорт управлінської послуги. До недоліку цього виду діяльності можна віднести позбавлення компанії можливості деякий час розвивати власне підприємство;

- франчайзинг – довгострокові відносини, що формуються на основі надання торгової марки, організаційно-управлінської підтримки, торгових привілеїв за відповідну винагороду;

- підрядне виробництво – здійснюється на основі контакту з місцевими виробниками про випуск товару. Недоліком такої діяльності є незначний контроль підприємства за процесами виробництва та втрата потенційних прибутків.

Таким чином, основним недоліком контрактної стадії діяльності підприємства на зовнішньому ринку є незначний контроль за діяльністю його партнера. Для запобігання цьому підприємство може перейти до стадії участі, де відбувається утворення спільного підприємства на паритетних засадах, яке ґрунтується на поєднанні зусиль місцевого та іноземного капіталу. Але й практика спільного підприємства має низку недоліків, пов'язаних із можливістю розбіжності в поглядах між партнерами відносно принципів спільної діяльності, а також ускладненням для компанії здійснення конкретних політичних дій у сфері виробництва та маркетингу в світовому масштабі.

Згодом підприємство може вийти на нову стадію зовнішньоекономічної діяльності – пряме інвестування в контрольований філіал. На цій стадії підприємство може зменшити собівартість продукції за рахунок транспортних витрат, за рахунок можливих пільг для іноземного капіталу, за рахунок використання відносно дешевої робочої сили в іншій країні або більш дешевої сировини.

Основним недоліком прямого інвестування є високий рівень ризику, пов'язаний із можливою девальвацією національної валюти, нестабільністю ринкової кон'юнктури, політичними обставинами.

Останнім етапом ЗЕД є стадія глобальної фірми, що передбачає орієнтацію не на власну країну, а на потреби споживачів міжнародних ринків. Підприємство концентрується на досягненні конкурентної переваги як над міжнародними, так і над внутрішніми конкурентами. Саме ця фаза розвитку ЗЕД набуває поширення в сучасних умовах в світовій економіці.

Таким чином, залежновід стадій інтернаціоналізації бізнесу і від рівня фінансової участі підприємства-суб'єкти ЗЕД класифікуються таким чином: компанія-експортер (стадія експорту), міжнародна компанія (контрактна стадія та стадія участі), багатонаціональна компанія (стадія глобальної фірми). Підприємству бажано порівняти альтернативні шляхи інтернаціоналізації бізнесу та вибрати найкращий варіант, який гарантує йому довгострокову присутність на зовнішньому ринку.

У цьому напрямку заслуговує на увагу оціночна матриця для ринкових входів багатонаціональних корпорацій в інші ринки (табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Оціночна матриця для ринкових входів
багатонаціональних корпорацій в інші країни

Вхідні стратегії	Ключові фактори середовища				Загальна оцінка
	економічні	правові	політичні	культурні	
Експорт	С	А	В	С	С+
Лізинг	А	В	В	А	В+
Виробництво за контрактом	В+	В+	В+	В+	В+
Спільне підприємство	А	А	В+	В+	А-
Власне виробництво	А	А	А	А-	А

Позначення: А - відмінні; В - добрі; С - задовільні.

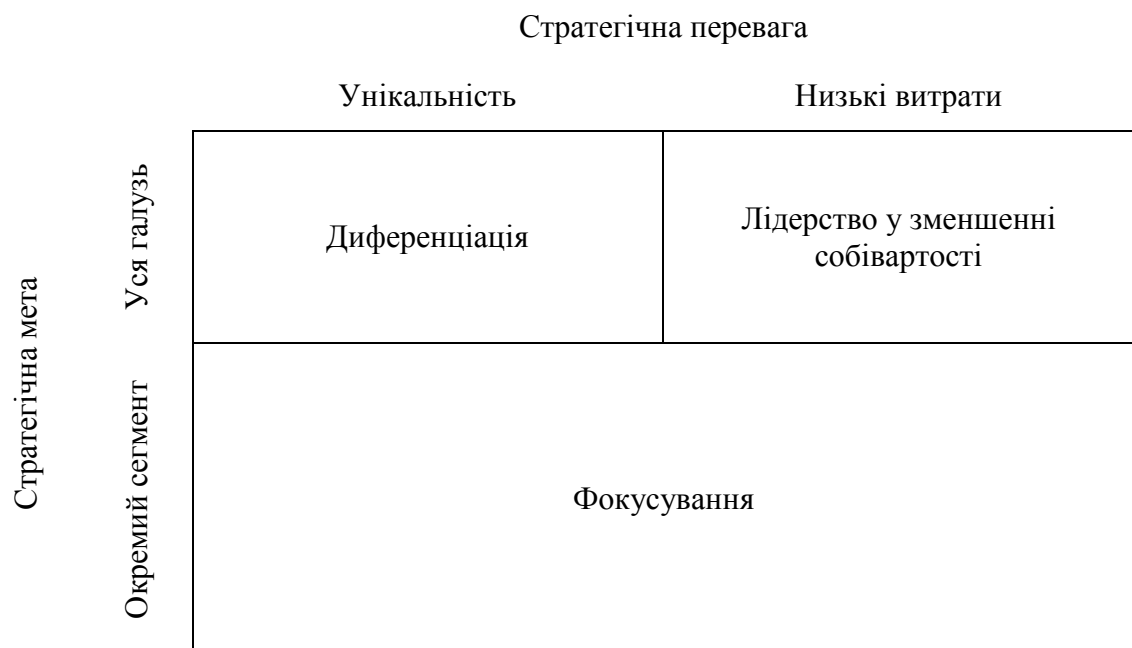
Джерело: [193].

Вихідними умовами стратегії зовнішньоекономічної діяльності є її узгодження зі стратегічною метою, а також зв'язок зі стратегією конкурентних переваг [16; 375].

Ф. Котлер [76] у зв'язку з цим виділяє такі основні конкурентні стратегії:

- «лідера на ринку» – передбачає зайняття на ринку домінуючого положення для розширення обсягу ринку, для захисту своєї частки ринку від конкурентів, для підвищення виробництва, з метою диверсифікації;
- «що кидає виклик» – передбачає конкурентну боротьбу з лідером на ринку;
- «що прямує за лідером» – характеризується адаптивною поведінкою підприємства, що передбачає співіснування з конкурентами та діяльність на окремому сегменті ринку;
- «спеціаліста» – характеризується підтримкою та зміцненням позицій підприємства на окремому сегменті ринку.

М. Портер [202], виходячи зі стратегічної переваги підприємства та цілісності ринку, виділяє три конкурентні стратегії підприємства: домінування за витратами, диференціації та концентрації (рис. 1.6).



Джерело: [202].

Рис. 1.6. Базові конкурентні стратегії

Стратегія домінування з витратами передбачає вивчення ринку як єдиного цілого (без відмінностей між сегментами). Базується ця стратегія, як правило, на виробничому та організаційному ноу-хау підприємства, що дає можливість економії витрат на виробництво, збут, запаси, рекламу.

Стратегія концентрування зосереджує діяльність підприємства на задоволенні потреб одного або декількох сегментів ринку. Є аналогічною стратегія «спеціаліста», що ми розглянули вище.

Стратегія диференціації (рис. 1.6) передбачає сегментування ринку з розробленням для кожного окремого сегмента особливої програми діяльності підприємства, що дозволяє йому формувати індивідуальну цінову, збутову та комунікаційну стратегію для кожного сегмента ринку. Така стратегія передбачає високу витратомісткість, оскільки втрачається перевага підприємства в економії на масштабі.

Усі вищеперелічені стратегії доповнюються стратегією росту підприємства (рис. 1.4). Саме фактор росту істотно впливає на активність підприємства на зовнішньому ринку та підсилює його конкурентні позиції.

Стратегія росту розробляється для тих сфер діяльності підприємства, де воно має істотну конкурентну перевагу. Вибір стратегії росту визначається залежно від перспектив діяльності підприємства на наступних рівнях. На реалізацію цілей росту підприємства впливають дві стратегічні змінні – ринок і товар. Уперше матриця «продукт-ринок» була запропонована І. Ансоффом [8]. У рамках цієї матриці існують чотири типи стратегій:

- стратегія інтенсивного росту – характеризується збільшенням обсягу продажу за рахунок маркетингових зусиль на ринку, що продовжує розвиватися, але ще не насичений;
- стратегія інтеграційного росту – характеризується продажем освоєного продукту на нових ринках за рахунок застосування нових каналів збуту та сфер розподілу;
- стратегія розроблення нових продуктів для існуючих ринків;

- стратегія диверсифікації – передбачає розроблення нових продуктів для їх реалізації на нових ринках збуту.

У вітчизняній практиці виділяються такі основні напрями розширення ділової активності підприємства на зовнішньому ринку [153; 166] :

- розширення активності фірми «вглиб» – передбачає охоплення традиційною продукцією нових груп споживачів;

- розширення активності фірми «вшир» – характерна диверсифікація виробництва за рахунок поповнення виробничої програми новими видами, як пов’язаними, так і не пов’язаними з основним профілем підприємства;

- розширення активності фірми «через кордон» – освоєння нових закордонних ринків;

- кількісне зростання – нарощування обсягу незмінної номенклатури товарів для старого ринку.

На наш погляд, для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, стратегії росту можна узагальнити за двома напрямками (концентрованого росту та диверсифікованого росту) залежно від двох можливих стратегічних альтернатив діяльності компанії на традиційному або новому ринку та типу пропонованого товару (рис. 1.7).

Стратегія інтенсифікації та раціоналізації бізнесу передбачає використання додаткових можливостей розширення бізнесу на традиційному для компанії зовнішньому ринку. Це пов’язано, по-перше, зі збільшенням частки підприємства на закордонному ринку шляхом скорочення витрат, підвищення якості продукції, збільшення обсягів виробництва, активізації реклами і т. п.; по-друге, з переглядом основних напрямів діяльності та зосередженням на більш ефективних і вигідних для підприємства. Таку стратегію використовує значна кількість українських підприємств-учасників зовнішньоекономічної діяльності, причому досить часто як стратегію виживання.



Джерело: розроблено автором.

Рис. 1.7. Основні стратегії росту підприємства-учасника ЗЕД

Стратегія асортиментного розширення характеризується поповненням асортименту товару, який технологічно не пов'язаний з існуючим товаром, але здатний викликати зацікавленість споживачів на традиційному ринку. Метою цієї стратегії є, як і попередньої, розширення потенційного ринку підприємства. Необхідно зазначити, що ця стратегія практично не використовується вітчизняними підприємствами.

Стратегія спорідненої диверсифікації передбачає розроблення підприємством товарів, які в технологічному аспекті пов'язані з існуючим товаром, але можуть зацікавити нових споживачів на новому ринку (рис. 1.8).

Стратегія неспорідненої диверсифікації передбачає освоєння підприємством нових видів діяльності, не пов'язаних із попередніми технологіями, товарами та ринками. Ця стратегія застосовується в Україні. Її передумовами є накопичення капіталу разом із доцільністю його

використання в новому бізнесі з причин обмеженості місткості традиційного ринку діяльності підприємства.

Досвід засвідчує, що стратегії диверсифікованого росту потребують більших капіталовкладень, ніж стратегії концентрованого росту. Але це компенсується за рахунок меншого негативного впливу факторів підприємницького ризику та за рахунок розбіжності в споживчих перевагах різних зовнішніх ринків.

Проведений аналіз можливих стратегій росту підприємства дозволяє зробити висновок про їх поетапне застосування. На наш погляд, підприємство-учасник ЗЕД на початковій стадії своєї діяльності на зовнішньому ринку, насамперед, повинно застосовувати стратегію інтенсифікації та раціоналізації бізнесу і лише потім поступово переходити до наступних можливих стратегічних планів. Оскільки, повне використання можливостей компанії на традиційному, а потім на новому, ринку дозволить підприємству з мінімальними витратами та ризиками спланувати свою зовнішньоекономічну діяльність.

1.2. Необхідність розроблення стратегії при виході на нові зовнішні ринки

У сучасних умовах зовнішньоекономічні зв'язки перетворилися у визначальний фактор, який обумовлює стан та перспективи української економіки. На закордонних ринках реалізується основна частина продукції базових галузей промисловості (металургійної, машинобудування), а за рахунок імпорту забезпечується близько 40 % споживчого і близько 20 % інвестиційного попиту на ринку.

Сучасний стан економіки України характеризується низьким рівнем платоспроможності на внутрішньому ринку, тому експорт товарів та послуг стає визначальним чинником розвитку українських підприємств, особливо у видобувних і обробних галузях промисловості, а також в агропромисловому

та енергетичному комплексі країни. Однак використовується він, на жаль, не на достатньому рівні і малоефективно.

Значні експортні можливості України підтверджуються тим фактом, що у 2010 році Україна здійснювала зовнішньоторговельні операції з партнерами більше ніж із 200 країн світу, а обсяги зовнішньої торгівлі у 2010 році становили більше 110 млрд дол. США [105].

Відзначимо, що до середини 2008 року в зовнішньоекономічному секторі України продовжувалися тенденції минулих років, а саме: високі темпи зростання вартісних обсягів експорту внаслідок підвищення цін на світових товарних ринках. Однак із вересня 2008 року ефект розгортання світової фінансової кризи зумовив негативний вплив на експортні надходження країни (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Динаміка показників розвитку зовнішнього сектору економіки України
за 2003 - 2011 рр., початок року

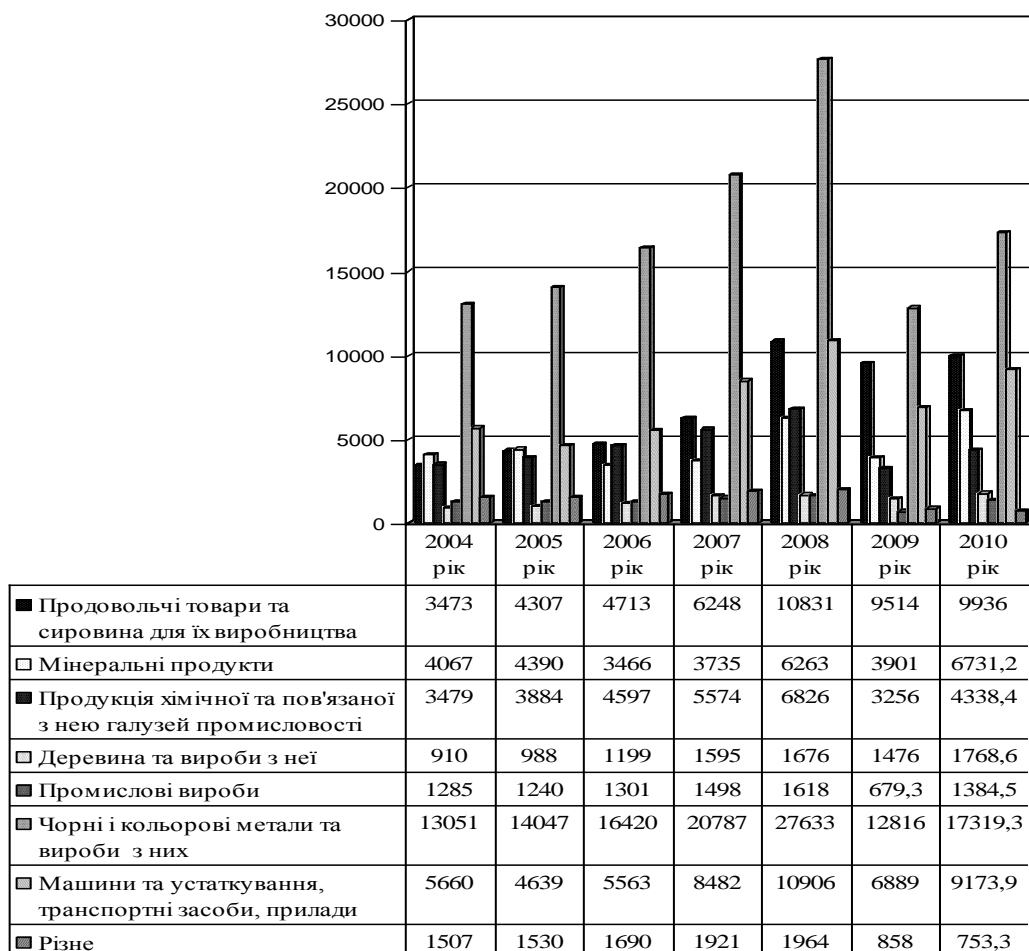
Показник	Рік								
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Відношення зовнішньоторговельного обороту до ВВП, %	105.8	112.9	119.6	102.0	96.1	95.4	102.1	66,8	44,6
Експорт товарів та послуг, % до ВВП	55.1	57.8	63.6	51.4	46.6	44.	47.0	32,5	21,78
Імпорт товарів та послуг, % до ВВП	50.7	55.2	56.0	50.6	49.5	50.6	55.0	34,3	22,8
Темпи зростання, % до попереднього року:									
експорту товарів та послуг	110.7	124.0	142.6	107.5	113.2	127.4	133.8	59,3	128,1
імпорту товарів та послуг	105.0	128.7	131.3	120.4	122.0	135.4	138.8	53,1	130,7
Коефіцієнт покриття імпорту товарів експортом, %	104.0	102.2	112.6	96.9	88.2	82.5	80.0	0,87	0,95

Джерело: [112].

Зовнішньоторговельний оборот у 2009-2010 роках зменшився майже у 2 рази порівняно з 2008 роком. Зменшення обсягів експорту товарів у

2009-2010 роках (рис. 1.8) у першу чергу, пов'язане зі зменшенням експорту продукції металургійного комплексу, продукції машинобудування, мінеральних продуктів, продукції хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості. Саме цим галузям належить найбільша питома вага в українському експорті:

- продукції металургійного комплексу - 33,7 %;
- продукції АПК та харчової промисловості – 19,32 %;
- продукції машинобудування – 17,8 %;
- мінеральним продуктам – 13,02 %;
- продукції хімічної промисловості – 8,43 %.



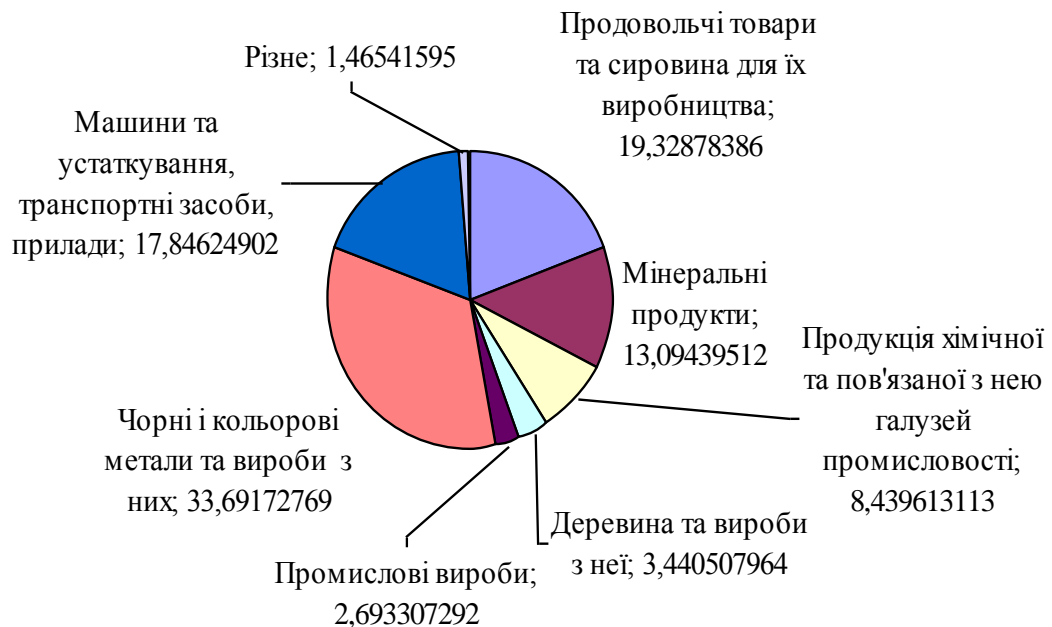
Джерело: побудовано автором із використанням матеріалів [112].

Рис. 1.8. Динаміка товарної структури експорту України за 2004-2010 рр., млн дол. США

До 2008 р. в цілому розвиток економіки характеризувався позитивними тенденціями. Однак у відповідь на погіршення зовнішньої кон'юнктури у зв'язку із поширенням світової фінансової кризи відбулася різка зміна тенденцій розвитку української економіки.

На цей час спостерігається негативний тренд у більшості галузей промислового виробництва, які потрапили у “нові” несприятливі умови господарювання.

У загальному обсязі експорту товарів у 2010 році порівняно з 2009 р. зменшилася частка зернових культур – із 9 до 4,8 %, механічних машин – із 12,6 до 11 %. Натомість збільшилася частка мінеральних продуктів із 9,8 до 13,1 %, чорних металів – із 32,3 до 33,7%, транспортних засобів з 4 до 6,3 % [62]. У структурі українського експорту основна частка припадає на продукцію чорної металургії, де спостерігаються великі обсяги експорту напівфабрикатів та брухту чорних металів, а також залізорудної сировини (рис. 1.9).



Джерело: побудовано автором із використанням матеріалів [112].

Рис. 1.9. Товарна структура експорту України в 2010 році, %

Необхідно зазначити, що розвиток української економіки у 2009-2010 роках підтверджує в основному прогнозовану динаміку (табл. 1.5). Виходячи з прогнозів Міжнародного центру перспективних досліджень [68], таке положення може зберегтися в середньостроковій перспективі.

Таблиця 1.5

Темпи росту виробництва та зовнішньої торгівлі України
(% до попереднього року)

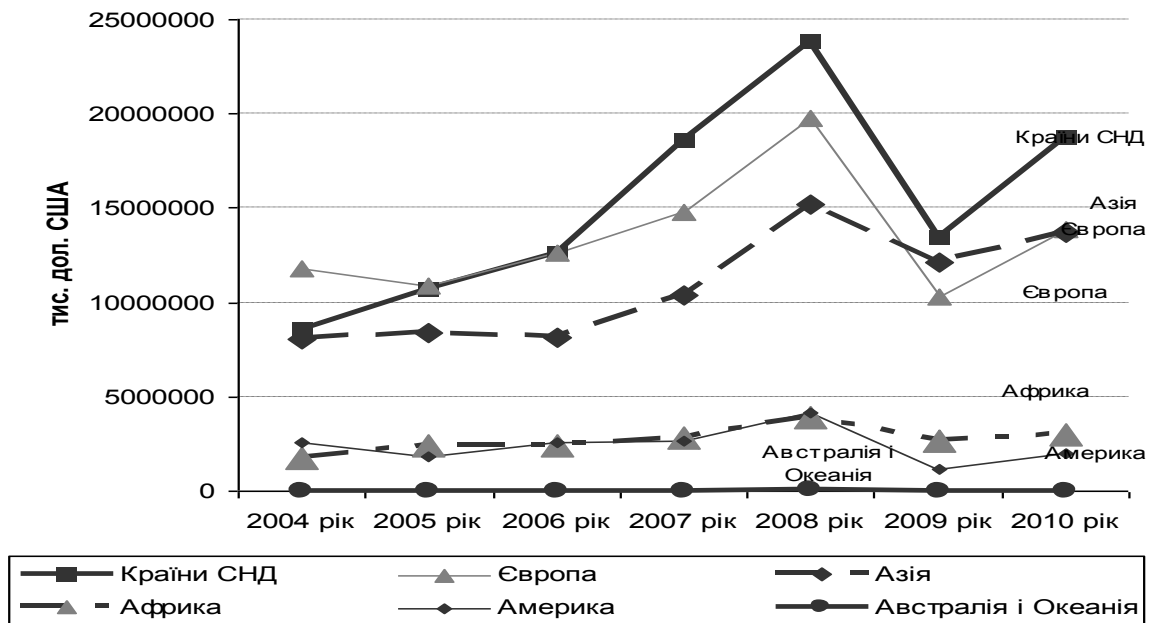
	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009-2010 рр.*	2009-2010 рр.**
ВВП	+ 2,7	+ 7,3	+ 7,9	+ 2,1	+ 0,4	- 5,5
Експорт товарів	+ 6,3	+ 13,7	+ 27,2	+34,9	- 3,8	- 1,4
Імпорт товарів	+25,8	+ 24,8	+ 34,5	+ 40,5	- 9,5	- 8,2
* Прогноз Міністерства економіки України.						
** Прогноз Міжнародного центру перспективних досліджень						

Джерело: складено автором із використанням матеріалів [68; 115; 152;].

Зменшення обсягів експорту товару у 2009, а також у 2010 роках порівняно з 2008 роком було обумовлено зниженням обсягу експорту продукції металургійного комплексу більше ніж у 2 рази, продукції машинобудування – в 1,6 рази, мінеральних продуктів – в 1,6 рази, продукції хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості – у 2,1 рази, продукції легкої промисловості – у 2,4 рази [11]. Це було зумовлено як зниженням цін на чорні метали (майже на 40 %), так і зменшенням фізичних обсягів поставок чорних металів (на 27,8 %) внаслідок обвального падіння зовнішнього попиту. Обсяги експорту машинобудівної продукції, досягнувши своєї максимальної позначки в III кварталі 2008 року (3,3 млрд дол. США), у IV кварталі повернулися на рівень I кварталу (2,4 млрд дол. США) [112].

Поряд із цим відбулося збільшення експорту продукції агропромислового комплексу. Це, з одного боку, було зумовлено зростанням цін на сільськогосподарську продукцію, з іншого – істотним зростанням поставок зернових.

У звітному році зменшення експорту українських товарів відбулося за всіма географічними напрямками (рис. 1.10).



Джерело: побудовано автором із використанням матеріалів Державної служби статистики України

Рис. 1.10. Динаміка українського експорту за географічними напрямками у 2004 – 2010 рр.

Експорт українських товарів у 2010 році порівняно з 2009 роком збільшився:

- до країн СНД – в 1,39 раза;
- до країн Європи – в 1,34 раза;
- до країн Азії – в 1,31 раза;
- до країн Африки – в 1,48 раза;
- до країн Америки – в 1,78 раза;
- до країн Австралії та Океанії – в 1,31 раза.

Але можна спостерігати істотне зменшення у 2010 році порівняно з 2008 роком:

- до країн СНД – в 1,27 раза;
- до країн Європи – в 1,42 раза;
- до країн Азії – в 1,1 раза;

- до країн Африки – в 1,29 рази;
- до країн Америки – в 2,06 рази;
- до країн Австралії та Океанії – в 2,52 рази.

Найбільший вплив на такий несприятливий результат спричинив, насамперед незадовільний стан торгівлі з Росією, де за зазначений період спостерігається від'ємне сальдо у взаємопоставках товарів розміром більше ніж 8,76 млрд. дол. США [152].

Російська Федерація залишається впродовж останніх років основним торговельним партнером України (питома вага РФ в загальному обсязі товарообороту становила у 2010 році 31,7 %, а в загальному експорті – 26,1 %) (додаток 3).

Як бачимо з додатка 3, обсяг загального експорту до Росії до 2008 року мав тенденцію до збільшення. Так, за оцінкою Мінекономрозвитку Росії, імпорт товарів у 2008 році збільшився на 32,2 % (у 2007 р. – на 40,1 %) [20]. Це пояснюється прискоренням росту інвестиційного і споживчого попиту, а також ростом імпортних цін у доларовому вираженні

Експорт товарів до РФ у 2009 році становив 8 млрд 495 млн дол. США і зменшився майже у 2 рази (на 7 млрд 241 млн дол. США) порівняно з 2008 роком (додаток 3). У 2010 році ситуація трохи нормалізувалася, і експорт досягнув 13,4 млрд дол. США.

До основних торговельних партнерів України, як показують дані додатка 3, належать Туреччина, Італія, Німеччина, США, Польща, Білорусь, Казахстан, питома вага яких у зовнішньоторговельному обороті товарами та послугами України становила в середньому за 2004 – 2009 рр. близько 30 %.

Результати 2009 та 2010 років підтвердили прогноз ДП «Держзовнішінформ» про від'ємний торговий баланс України та про коефіцієнт покриття експортом імпорту на рівні 0,87 [147]. Як свідчать дані, зберігся загальний рівень активності імпорту при мінімальному експорті. Основною причиною такого розвитку було деяке погіршення кон'юнктури ринків за рахунок зниження цін на фоні збільшеної пропозиції.

За прогнозами Світового банку, найближчим часом кількість протекціоністських заходів у світі буде збільшуватись, а це, у свою чергу, може призвести до скорочення зовнішньої торгівлі, що є небезпечним для України, яка в основному експортує металургійну продукцію та сільськогосподарські товари.

Оцінка причин різкої зміни тенденцій розвитку економіки України в посткризових роках підтверджує те, що каталізатором цього стало саме погіршення зовнішньої кон'юнктури. Основними причинами цього, крім світової фінансової кризи, є відставання України в науково-технічній сфері та оновлення виробничої бази.

Модель участі України в міжнародній торгівлі не відповідає сучасним вимогам структури обміну з іноземними країнами, в якій 80 % світового експорту формується за рахунок готової продукції. Ситуація погіршується у зв'язку з тими протиріччями, які має глобалізація.

У цих умовах все гостріше постає питання про вибір українськими підприємствами оптимальної стратегії економічного розвитку в довгостроковій перспективі, невід'ємною частиною якої повинна бути зовнішньоекономічна стратегія.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності передбачає обґрунтування довгострокових цілей фірми у спектрі її зовнішньоекономічних інтересів.

Підкреслимо, що план розвитку ЗЕД повинен бути взаємозв'язаний із загальноекономічною стратегією розвитку підприємства у цілому. Стратегічне планування, як правило, розраховане на довгий період, хоч на багатьох підприємствах стратегія базується на середньотривалому плануванні (другий спосіб більш прийнятний для підприємств України, що працюють в умовах великої невизначеності). У галузі ЗЕД стратегічне планування може охоплювати період від 4 до 7 років [46].

Питанням розроблення та формування стратегії ЗЕД українських підприємств приділено істотну увагу в працях вітчизняних науковців:

І. В. Багрової, М. І. Дідьківського, Г. М. Дроздової, О. А. Кириченка, А. І. Кредісова, Є. Г. Панченко, І. О. Піддубного, Т. М. Циганкової.

Багрова І. В. [10] вважає, що зовнішньоекономічна стратегія підприємства формується залежно від ієрархічних рівнів пропозиції його продукції:

1) рівня свого населеного пункту (підприємство має переваги над підприємствами свого населеного пункту);

2) обласного рівня (підприємство має переваги над підприємствами своєї області);

3) регіонального рівня (підприємство має переваги над підприємствами свого регіону);

4) рівня своєї країни (підприємство має переваги над вітчизняними виробниками);

5) континентального рівня (відповідає вимогам країн-світових лідерів);

6) глобального рівня (відповідає всім світовим вимогам).

Вона говорить про системність та поступову лінійну прогресію підходу підвищення ієрархічного рівня пропозиції підприємства на зовнішньому ринку: «... не можна очікувати успішної пропозиції на більш високому рівні, якщо продукція не витримує конкуренції на попередніх рівнях».

У своїх працях Дідьківський М. І. [43; 153] розглядає процес розроблення зовнішньоекономічної стратегії з урахуванням еволюційного процесу виходу на зовнішній ринок, що передбачає шість етапів:

1) етап пробного експорту – характеризується односторонніми спробами підприємства продати закордонному покупцю стандартну вітчизняну продукцію;

2) етап екстенсивного експорту – передбачає охоплення незначної кількості ринків без їх сегментації;

3) етап інтенсивного експорту – характеризується обмеженням асортименту найбільш вигідної продукції за кожним окремим ринком;

4) етап експортного маркетингу – передбачає повне пристосування продукції підприємства до вимог зовнішнього ринку;

5) етап міжнародного маркетингу – передбачає визначну роль закордонних ринків у діяльності підприємства;

6) етап глобального маркетингу – підприємство переймається задоволенням потреб споживачів усього світу.

На думку Дроздової Г. М. [46], стратегія підприємства-учасника ЗЕД повинна формуватися залежно від етапу розвитку інтернаціоналізації компанії:

1) традиційного – являє собою звичайний продаж товарів за кордон, коли експортер несе відповідальність тільки до моменту доставки товару;

2) експортного – передбачає систематичність вивчення цільового закордонного ринку і пристосування виробництва до вимог мінливого ринку;

3) міжнародного – характеризується глибоким вивченням ринку і передбачає не тільки чисто торгові операції, але й інші види і форми ЗЕД (спільні підприємства, дочірні підприємства, технологічний обмін, надання транспортних, страхових, туристичних та інших послуг).

Таку точку зору підтримує і Панченко Є. Г. [110; 160], який вважає, що стратегія ЗЕД підприємства обумовлена такими етапами інтернаціоналізації компанії: початковим, локальної ринкової експансії та транснаціональним.

А. І. Кредісов [153; 160] зазначає, що рівень інтернаціоналізації впливає на формування зовнішньоекономічної стратегії, але сам процес планування він розглядає на таких рівнях управління ЗЕД:

1) глобальному (передбачає довгострокове планування діяльності та визначення найважливіших для підприємства цілей);

2) стратегічному (характеризується плануванням на рівні керівництва підприємства і дає уявлення про довго- та середньострокові варіанти розвитку);

3) фактичному (планування зосереджується на визначенні конкретних акцій, необхідних для вирішення питань ефективного використання наявних ресурсів під час реалізації глобальних цілей).

Становить науковий інтерес підхід, висвітлений у працях Циганкової Т. М. [155], в якому при формуванні зовнішньоекономічної стратегії підприємства ураховується спосіб виходу компанії на зовнішні ринки: експортування, спільне підприємництво та пряме інвестування.

Усі розглянуті підходи мають право на існування як у практичному напрямку, так і в науковому, оскільки вони дозволяють більш детально представити процес планування зовнішньоекономічної стратегії підприємства та глибоко провести аналіз з метою підвищення ефективності її реалізації на зовнішніх ринках. Але в сучасних умовах нестабільності зовнішнього оточення підприємства постає питання необхідності розроблення більш повного процесу розроблення та реалізації зовнішньоекономічної стратегії компанії.

Важливими об'єктивними обмеженнями, на наш погляд, під час розроблення зовнішньоекономічної стратегії повинні бути не тільки рівень інтернаціоналізації компанії та спосіб виходу на зовнішній ринок, але й стадія життєвого циклу попиту на товар, що реалізується на зовнішньому ринку.

Новатором у дослідженні життєвого циклу товару на ринку був Т. Левітт. Саме він у 1965 році вперше зробив опис стадій життєвого циклу продукту з точки зору вивчення впливу стадії розвитку продукту на обсяги його продажу на ринку [196]. У своїй праці Т. Левітт висвітлив чотирьохетапну модель життєвого циклу продукту, яка в майбутньому стала основою для модифікації іншими дослідниками. Модель Т. Левітта передбачала етапи життєвого циклу товару: впровадження, зростання, зрілість, спад.

У 1973 році з'явилася модель життєвого циклу товару Фокса, яка характеризувалася додатковою попередньою стадією – прекомерціалізації. Фокс зазначав, що маркетингові рішення повинні бути взаємозв'язані з фінансовими вимогами організації, які змінюються на кожній стадії

життєвого циклу товару внаслідок зміни співвідношення постійних та змінних витрат підприємства [185].

У 1974 році інший дослідник – Уоссон – удосконалив модель Т. Левітта, ввівши додаткову п'яту стадію життєвого циклу товару – насиченості, яка передує стадії спаду. На його думку, саме така модель дозволить більш повно використати базові концепції продукту [213].

У 1984 році запропонована нова модель, яка ґрунтується на моделі Т. Левітта та висвітлює життєвий цикл товару з позиції системи «вкладених» життєвих циклів: продукт – організація – галузь – економіка [168].

Хілл та Джонс у 1998 році запропонували ввести в модель Левітта стадію бурхливого розвитку після стадії росту, яка повинна характеризуватися реорганізацією в товарній політиці [192].

Останнім часом почали з'являтися моделі життєвого циклу товарів, що дозволяють вивчити концепцію існування високотехнологічних продуктів. Прикладом може бути модель Берта, в якій виокремлені стадії: аналізу бізнесу, визначення проекту, виконання проекту та підтримки бізнесу [183].

Аналіз моделей життєвого циклу товару на ринку дозволяє констатувати незаперечний факт існування основних чотирьох стадій життєвого циклу товару, що вперше висвітлені в моделі Т. Левітта. На нашу думку, будь-який бізнес на зовнішньому ринку повинен проходити саме ці стадії: впровадження, росту, зрілості та спаду.

Тому застосування моделі Т. Левітта для дослідження життєвого циклу товару на міжнародному ринку і для подальшого стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства буде найбільш дієвим інструментом для підприємства, що відобразить основні його пріоритети при просуванні товару.

На наш погляд, саме традиційна модель Т. Левітта в загальному вигляді комплексно описує головні стадії ЖЦТ, а інші моделі дублюють дану модель. Саме виокремлення головних чотирьох етапів у моделі життєвого циклу товару дозволяє здійснити застосування того переліку

зовнішньоекономічних стратегій підприємства, які ми пропонуємо в підрозділі 1.1 даного дисертаційного дослідження, з їх поетапним переходом залежно від ринкової стадії товару.

Тому модель Т. Левітта буде тим узагальнювальним фактором для підприємства на зовнішньому ринку, який дозволить сформулювати напрями діяльності на кожній стадії бізнесу. Це, у свою чергу, дозволить дослідити окремі етапи життєвого циклу товару на міжнародному ринку та виявити, якщо це буде необхідним, підетапи.

Звісно, що кожний етап буде відрізнятися масштабом та темпами розвитку, часом перебування продукту на ринку. Зазначимо, що час перебування товару на ринку відображається «кривою зростання Гомпарта» [74]. Крива життєвого циклу попиту демонструє, як відбувається типовий розвиток попиту з того моменту, коли потреба почала задовольнятися відповідними товарами.

У цілому довжина та нахил кривої будуть залежати від виду продукту, що буде поставлятися на зовнішній ринок, рівня новизни, відповідності споживчим вимогам, а також наявності конкурентів.

Отже, можемо навести більш детальну характеристику кожної фази життєвого циклу на товар, що реалізується на зовнішньому ринку, залежно від стратегічних цілей компанії та типу застосовуваної зовнішньоекономічної стратегії (табл. 1.6).

Таким чином, підсумовуючи результати проведеного дослідження, можемо побудувати механізм планування зовнішньоекономічної стратегії підприємства, який комплексно враховує основні визначальні чинники впливу на ЗЕД підприємства: стадії інтернаціоналізації бізнесу (стадія експорту, контрактна стадія, стадія участі, стадія глобальної фірми); життєвий цикл попиту на продукцію, яку пропонує компанія на зовнішньому ринку (рис. 1.11).

Диференціація розвитку ЗЕД підприємства залежно від стадій
життєвого циклу пропонованого товару

Стадії життєвого циклу товару	Основні стратегічні цілі ЗЕД підприємства	Стратегія розширення ділової активності підприємства
Впровадження	<ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення беззбитковості 	Стратегія інтенсифікації та раціоналізації бізнесу
Зростання	<ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення високих темпів розвитку. • Забезпечення максимальної норми прибутковості 	Стратегія інтенсифікації та раціоналізації бізнесу → стратегія асортиментного розширення
Зрілість	<ul style="list-style-type: none"> • Вихід на критичний обсяг продажу. • Забезпечення середньої норми прибутковості. • Розвиток нових напрямів діяльності. 	Стратегія асортиментного розширення → стратегія спорідненої диверсифікації
Спад	<ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення своєчасної переорієнтації капіталу на нові види діяльності. • Забезпечення мінімальних збитків. • Загальна диверсифікація діяльності 	Стратегія спорідненої диверсифікації → стратегія неспорідненої диверсифікації

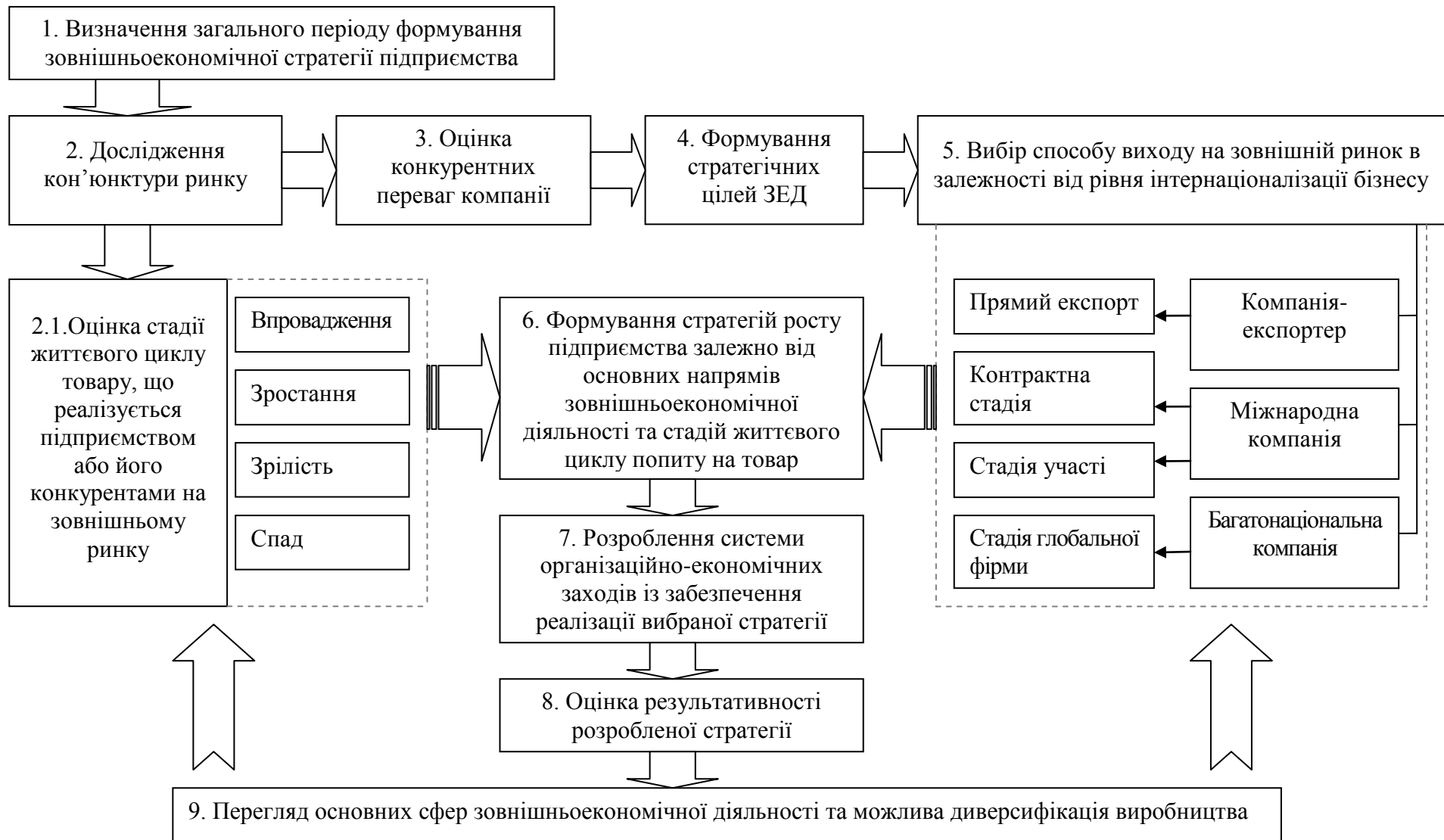
Джерело: розроблено автором.

Як бачимо з рисунка 1.11, процес розроблення зовнішньоекономічної стратегії підприємства повинен здійснюватися за такими етапами:

1. Визначення загального періоду формування зовнішньоекономічної стратегії, який буде залежати від періоду загальноекономічного розвитку підприємства, від прогнозу перспектив розвитку економіки в цілому і зовнішніх ринків вибірково, від стадії життєвого циклу підприємства.

2. Дослідження кон'юнктури ринку – передбачає вивчення економіко-правових умов ЗЕД підприємства та можливої їх зміни в майбутньому.

Також цей етап характеризується послідовним переходом до маркетингового дослідження ринку з метою оцінки стадії життєвого циклу попиту на товар, що планує реалізувати підприємство або вже реалізують його конкуренти на зовнішньому ринку. Саме точність такої оцінки в подальшому буде впливати на вибір типу стратегії росту підприємства (див. рис. 1.10).



Джерело: розроблено автором.

Рис. 1.11. Основні етапи процесу формування ЗЕС підприємства

3. Оцінка конкурентних переваг компанії – проводиться з метою визначення достатності потенціалу підприємства для здійснення ЗЕД.

4. Формування стратегічних цілей ЗЕД – передбачає отримання максимального прибутку з урахуванням конкретизації завдань та особливостей майбутнього розвитку ЗЕД підприємства.

5. Вибір способу виходу на зовнішній ринок залежно від рівня інтернаціоналізації бізнесу – є основним етапом, що включає пошук альтернативних напрямів зовнішньоекономічної діяльності підприємства з позиції потенціалу компанії, як і життєвий цикл попиту на товар, визначає стратегію активізації ЗЕД підприємства (див. рис. 1.11).

6. Вибір можливої стратегії росту (концентрованого або диверсифікованого) підприємства на зовнішньому ринку.

7. Розроблення системи організаційно-економічних заходів із забезпечення реалізації вибраної стратегії – передбачає формування на підприємстві організаційних структур управління зовнішньоекономічною діяльністю та створення системи стратегічного контролю за реалізацією обраної стратегії.

8. Оцінка результативності розробленої стратегії – є завершальним етапом процесу розроблення зовнішньоекономічної стратегії за системою економічних показників, що характеризують зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

9. У разі необхідності виходу підприємства на нову стадію інтернаціоналізації свого бізнесу компанія може переглянути сфери своєї зовнішньоекономічної діяльності, провести диверсифікацію виробництва та з урахуванням життєвого циклу попиту на товар на новому ринку обрати нову стратегію розширення активізації свого бізнесу (див. рис. 1.11).

Таким чином, запропонована схема планування стратегії ЗЕД підприємства являє собою замкнену систему, функціонування якої пов'язане з дослідженням ефективності зовнішньоекономічної діяльності та досягненням гнучкості при виході на мінливі зовнішні ринки.

1.3 Методичні основи комплексної оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства

В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності економічного росту успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається вирішенням завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності.

Ефективність запланованих зовнішньоторговельних операцій набуває особливого значення при встановленні оптимальної структури експорту підприємства та прийнятті ґрунтовних рішень у сфері управління ЗЕД підприємства.

Ефективність – це комплексне поняття, що охоплює різні напрями господарської діяльності підприємства.

Ефективність є критеріальним показником, що характеризує потенціал та рівень досягнення цілей діяльності підприємства. Отже, процес дослідження ефективності передбачає два напрями:

- порівняння стану підприємства у часі на різних етапах його діяльності;
- оцінку конкурентних переваг підприємства порівняно з іншими суб'єктами ринку.

Синтез понять «ефективність» та «зовнішньоекономічна стратегія» (розглянуто в підрозділі 1.1) дає розуміння ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії як критеріального показника, що характеризує потенціал та рівень досягнення цілей зовнішньоекономічної діяльності компанії в поєднанні з програмою діяльності підприємства забезпечення його економічного росту.

Зазначимо, що зовнішньоекономічна діяльність передбачає: зовнішню торгівлю, економічне, науково-технічне співробітництво; спеціалізацію та кооперацію в галузі виробництва, науки і техніки; економічні зв'язки в галузі будівництва, транспорту, експедиторських, страхових, розрахункових,

кредитних та інших банківських операцій; надання різноманітних послуг на зовнішньому ринку [55].

Ефективність реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства, на наш погляд, доцільно визначати виходячи з фактичної результативності окремої операції в ЗЕД підприємства, оскільки стратегія передбачає досягнення поставлених цілей, а їх практичним продовженням є здійснення відповідних господарських операцій підприємством. Поняття ж результативності як вираження ефективності походить із класичної школи економічної теорії.

Оцінці ефективності зовнішньоторговельних операцій приділена належна увага в економічній літературі, яка представлена досить детальною системою аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства у зовнішньоекономічній сфері. Але не існує єдиного загальновизнаного підходу оцінювання ефективності ЗЕД підприємства.

У вітчизняній літературі пропонується класифікація підходів до оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства за трьома ознаками [34]:

- за видами зовнішньоекономічної діяльності:
 - ефективність експорту, реекспорту;
 - імпорту, реімпорту;
- за ступенем обсягу об'єкта дослідження:
 - інтегральна ефективність;
 - локальна ефективність;
- за методами оцінки:
 - абсолютна ефективність;
 - відносна ефективність.

Серед методик оцінки ефективності експортної діяльності вітчизняного товаровиробника необхідно виділити методику Т. В. Миролубової [93], запропоновану в 1992 році для промислових підприємств. Ця методика базується на обчислюванні аналітичних показників ефективності у вигляді

абсолютних і відносних величин. Така методика характеризується простотою обчислення показників ефективності та наявністю інтегрального показника, який дозволяє проаналізувати ефект від окремої угоди.

Інші методики в основному базуються на вищенаведеній вище методиці Миролюбової Т. М. з удосконаленнями за окремими напрямками. Найбільшого поширення набули показники ефективності торгівлі окремими товарами. У господарській практиці використовують показники валютної ефективності ЗЕД, що будуються на основі зіставлення величин валютної виручки (витрат) та внутрішньої вартості експортованих (імпортованих) товарів, а також показники абсолютної ефективності, що виражають чистий дохід підприємства від експорту/імпорту.

Л. Є. Стровський [144; 62–70] у своїй методиці оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства, крім показників ефективності вищенаведеної методики, пропонує враховувати також рівень кредитного впливу на ЗЕД (оскільки комерційний кредит є досить поширеним явищем у ЗЕД, а його умови можуть істотно вплинути на ефективність зовнішньоекономічної операції) та економічну ефективність товарообмінних операцій (бартер, толлінг).

О. І. Яковлев [165] доповнив існуючу методику системою оцінки ефективності для різних агентів міжнародного бізнесу і дав визначення коефіцієнту кредитного впливу.

О. Г. Дем'яненко запропонував для більш ретельного дослідження впливу окремих факторів на ЗЕД підприємства використовувати кількісні показники [41].

Якщо систематизувати всі розроблення, то можна виділити три підходи до визначення ефективності: через коефіцієнти експортно-імпортних операцій, за показниками рентабельності, за обсягом продажу.

На окрему увагу заслуговує методика, наведена в працях І. В. Багрової [10], де використовується системний підхід, який передбачає комплексний економічний аналіз будь-якої зовнішньоекономічної операції. На основі

отриманих похідних даних можна вирахувати проміжні та узагальнений показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення під час здійснення фінансово-господарської діяльності, обчислити резерви та обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

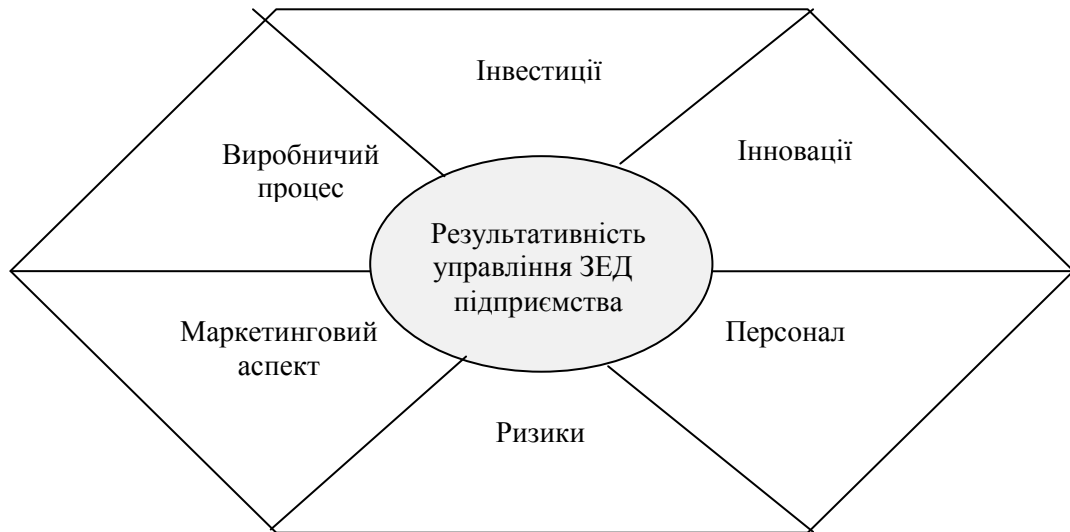
М. А. Янковський [166] пропонує для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства використовувати критерій ефективності, який може мати різні модифікації залежно від показників валютної та абсолютної ефективності і показує оптимальний обсяг та структуру експорту продукції підприємства. Цей показник ураховує обмеження, пов'язані з виробничою потужністю підприємства, з платіжним балансом, з місікістю ринку, із задоволенням необхідного імпорту окремої продукції.

Таким чином, категорія "ефективність зовнішньоекономічної діяльності" в економічній літературі, як правило, ототожнюється з ефективністю експорту. На нашу думку, такий підхід не можна вважати універсальним для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях господарської діяльності.

Результативність (ефективність) зовнішньоекономічної діяльності може бути досягнута лише при збереженні методології виходу на зовнішній ринок, яка враховує стадії інтернаціоналізації бізнесу підприємства (розглянуто в підрозділі 1.1).

Необхідна методика оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства з використанням інструмента, здатного одночасно вирахувати результативність реалізації стратегії залежно від значущості поставлених цілей, порівняти її з еталонним критерієм ефективності та рівнем економічного ризику і, нарешті, вибрати найбільш ефективну стратегію серед альтернативних варіантів.

Для забезпечення всебічного моніторингу ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії, на наш погляд, можна використовувати концепцію збалансованих показників Р. Каплана і Д. Нортон [70], яку в умовах нестабільності потрібно доповнити елементами діагностики системи управління ризиками та системи управління інвестиційними капіталовкладеннями і для ЗЕД підприємства схематично подати таким чином (рис. 1.12).



Джерело: розроблено автором із використанням [70].

Рис. 1.12. Забезпечення результативності управління ЗЕД підприємства

Використання такої методики результативності управління підприємством передбачає оцінку поточних показників за наступними перспективними напрямками:

- 1) виробничим процесом (собівартість реалізованої продукції; рентабельність продажів; транспортні, податкові витрати і т. п.);
- 2) інвестиціями (дослідження, планування та розроблення проектів підприємства)
- 3) інновації(удосконалення інноваційного та операційного процесів на підприємстві);
- 4) маркетинговими аспектами (частка ринку, розширення та збереження клієнтської бази, рівень задоволення потреб споживача);

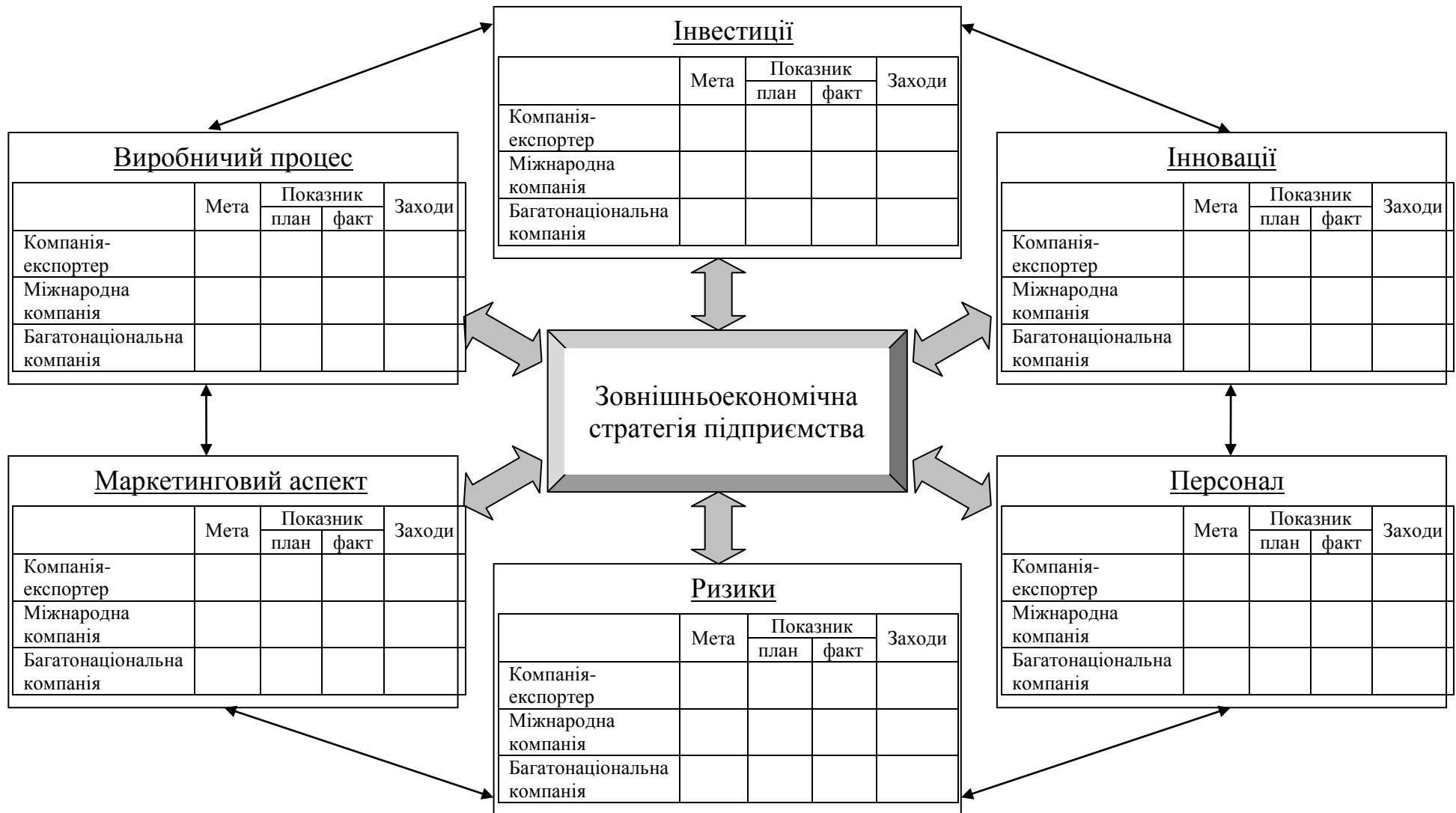
5) персоналом (можливості робітників та можливості застосування інформаційних систем);

б) ризиками (оцінка та мінімізація можливих ризиків).

Удосконалена методика відносно зовнішньоекономічної діяльності підприємства передбачає оцінку досягнутих значень показників та їх порівняння із запланованим цільовим показником на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу, а також розроблення необхідних оптимізаційних заходів (рис. 1.13).

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної стратегії, розробленої підприємством, повинна проводитись із шести напрямів (рис. 1.13), за кожним з яких оцінюється результативність поставленої мети за такими параметрами: узгодженістю усіх цілей між собою, можливістю реалізації, достатністю рівня ризику, економічною ефективністю реалізації окремої мети на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу.

Додаткова інвестиційна складова у моделі збалансованих показників, на наш погляд, є важливою для визначення ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Саме інвестиції можуть стати основним джерелом конкурентної переваги на зовнішньому ринку. Без істотного підвищення інвестиційної активності вітчизняних підприємств ускладнюється досягнення світового рівня національними технологіями виробництва товарів та послуг. На інвестиційній стадії вітчизняні підприємства вкладають кошти в сучасне, ефективне обладнання та кращу технологію, яку можна придбати на світовому ринку. Інвестиції також спрямовуються на закупівлю ліцензій та створення спільних підприємств. У сучасних умовах для вітчизняних підприємств важливого значення набуває питання ефективного управління інвестиційними капіталовкладеннями, які визначають цілі окремого підприємства у розвитку виробництва, а також дають змогу організації пов'язувати стратегічне, тактичне та оперативне управління інвестиційною діяльністю на зовнішньому ринку.



Джерело: розроблено автором

Рис. 1.13. Модель оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства

Повний комплексний аналіз усіх можливих ризиків дозволить об'єктивно оцінити ситуацію на ринку та вибрати найбільш ефективну стратегію активізації бізнесу підприємства. Урахування ризиків сприятиме своєчасному вибору оптимального варіанта дій із можливих подальших альтернатив розвитку підприємницької діяльності.

У підрозділі 1.1 встановлено, що суб'єкт ЗЕД залежно від рівня інтернаціоналізації бізнесу поділяють на компанію-експортера, міжнародну компанію, багатонаціональну компанію. Тому можна запропонувати перелік основних завдань на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу (табл. 1.7).

Цей перелік основних завдань підприємства-учасника ЗЕД, на наш погляд, істотно полегшить використання на практиці запропонованої моделі оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства (рис. 1.13). Але залишається низка проблем, пов'язаних із вибором єдиного інтегрального критерію ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії для будь-якого суб'єкта ЗЕД.

Складність та багатогранність зовнішньоекономічної стратегії не дозволяють вибрати один показник результативності з кількості узагальнювальних результативних показників. Вибір критерію ефективності залежить від особливостей ситуації на ринку, цілей підприємства, наявності інформації про внутрішнє та зовнішнє середовища. Тому виникає потреба в комплексній оцінці зовнішньоекономічної стратегії, що передбачає вибір оптимальної стратегії.

Зазначимо, що оптимальна стратегія повинна забезпечувати суб'єкту ЗЕД середній дохід, не менший ніж ціна стратегії, яка пов'язана з виходом на зовнішній ринок, при будь-якій можливій ситуації на ринку в майбутньому. Результативність зовнішньоекономічної діяльності s_{ij} підприємства залежно від обраної стратегії виходу на зовнішній ринок S_n та очікуваного попиту на продукцію D_m можна подати у вигляді таблиці 1.8, в якій s_{ij} – витрати.

Таблиця 1.7

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

Перспективний напрямок дослідження	Завдання підприємства		
	компанія-експортер	міжнародна компанія	багатонаціональна компанія
Виробничий процес	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Концентрація на конкурентоспроможності виробництва щодо витрат 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Міждержавна раціоналізація виробництва. ➤ Створення за кордоном власних виробничих філій для виготовлення товару. ➤ Економія на факторах виробництва 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Випуск стандартизованої продукції, що глобально використовується на ринках світу, з можливістю додаткових витрат, спрямованих на модифікацію товару. ➤ Скорочення транзакційних витрат. ➤ Установлення монопольної ціни
Персонал	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Використання наявного кадрового потенціалу 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Отримання досвіду здійснення ЗЕД та підвищення кваліфікації для здійснення максимального контролю за діяльністю. ➤ Залучення іноземних спеціалістів для інтенсифікації бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Поширення міжнародних стандартів підготовки кваліфікованих кадрів. ➤ Міжнародний поділ праці. ➤ Застосування глобального досвіду діяльності до локальних ринків
Інвестиції	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Здійснення мінімальних інвестиційних витрат 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Здійснення максимальних інвестицій для отримання значних вигод в майбутньому 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Інвестиції в операції злиття та поглинання компаній для скорочення витрат і термінів виходу на нові ринки
Інновації	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Здійснення виробництва без істотної модифікації 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Масштабне залучення інноваційних технологій для розширення ЗЕД 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Упровадження інновацій для задоволення потреб клієнтів у всьому світі
Ризики	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Забезпечення мінімального ризику при вході на зовнішній ринок 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Мінімізація зовнішніх ризиків (інвестиційного, валютного, політичного, комерційного, трансляційного і т.п.) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Диверсифікація ризиків за рахунок геоцентричної орієнтації компанії
Маркетинговий аспект	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Отримання додаткового прибутку шляхом збільшення обсягу реалізації на зовнішньому ринку за рахунок додаткових внутрішніх виробничих потужностей компанії 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Стабілізація іноземних продажів компанії шляхом різних форм співпраці з іноземними партнерами. ➤ Розширення своєї діяльності на нових ринках 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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

Джерело: розроблено автором.

Матриця результативності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Стратегії виходу на зовнішній ринок	Витрати підприємства залежно від очікуваного попиту на зовнішньому ринку (ймовірність)			
	$D_1(q_1)$	$D_2(q_2)$...	$D_m(q_m)$
S_1	s_{11}	s_{12}	...	s_{1m}
S_2	s_{21}	s_{22}	...	s_{2m}
...
S_n	s_{n1}	s_{n2}	...	s_{nm}

Підприємству, що виходить на зовнішній ринок і має n альтернативних стратегій, необхідно обрати оптимальну стратегію S^* залежно від способу виходу на зовнішній ринок та очікуваного попиту $D(q_1, q_2, \dots, q_m)$ на ринку, де q_i – ймовірність визначеного споживчого попиту D_i на окремій стадії інтернаціоналізації бізнесу.

Зазначимо, що оптимальна стратегія S^* повинна бути такою, щоб витрати на її проведення були не більші, ніж середні витрати C , при будь-якій можливій ситуації на ринку в майбутньому, тому отримуємо систему нерівностей (1.1):

$$\begin{cases} s_{11}q_1 + s_{12}q_2 + s_{13}q_3 + \dots + s_{1m}q_m \leq C, \\ s_{21}q_1 + s_{22}q_2 + s_{23}q_3 + \dots + s_{2m}q_m \leq C, \\ s_{31}q_1 + s_{32}q_2 + s_{33}q_3 + \dots + s_{3m}q_m \leq C, \\ \dots \\ s_{n1}q_1 + s_{n2}q_2 + s_{n3}q_3 + \dots + s_{nm}q_m \leq C. \end{cases} \quad (1.1)$$

Якщо кожену нерівність поділити на число C і ввести нові змінні:

$$x_1 = q_1/C, \quad x_2 = q_2/C, \quad x_3 = q_3/C, \quad \dots \quad x_m = q_m/C, \quad (1.2)$$

то отримаємо:

$$\begin{cases} s_{11}x_1 + s_{12}x_2 + s_{13}x_3 + \dots + s_{1m}x_m \leq 1, \\ s_{21}x_1 + s_{22}x_2 + s_{23}x_3 + \dots + s_{2m}x_m \leq 1, \\ s_{31}x_1 + s_{32}x_2 + s_{33}x_3 + \dots + s_{3m}x_m \leq 1, \\ \dots \\ s_{n1}x_1 + s_{n2}x_2 + s_{n3}x_3 + \dots + s_{nm}x_m \leq 1. \end{cases} \quad (1.3)$$

$$x_1, x_2, x_3, \dots, x_m \geq 0.$$

Змінні x_i задовольняють умову $x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_m = 1/C$, оскільки для показників ймовірності $q_1 + q_2 + \dots + q_m = 1$.

Однією із цілей підприємства під час виходу на зовнішній ринок є мінімізація середніх витрат (C), що еквівалентно максимізації величини $1/C$. Враховуючи це, лінійна функція матиме такий вигляд:

$$F = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_m \rightarrow \max . \quad (1.4)$$

Тоді для визначення оптимальної зовнішньоекономічної стратегії необхідно розв'язати задачу лінійного програмування з критеріями (1.4) за умов (1.3).

Наведемо приклад.

Підприємство розглядає три напрями розширення своїх експортних операцій на конкретному зовнішньому ринку:

- 1) прямий експорт (передбачає безпосередню участь в експортних операціях);
- 2) побічний експорт (передбачає передачу прав власності на товар посереднику, що діє на зовнішньому ринку);
- 3) продаж прав на використання виробничого процесу (ліцензія).

Очікуваний прибуток підприємства залежно від способу виходу на зовнішній ринок показаний у табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Очікуваний прибуток підприємства залежно від способу виходу на зовнішній ринок

Стратегія	Очікувані витрати на 1 од. продукції залежно від споживчого попиту на ринку (дол. США)		
	D_1 (придбання в короткостроковій перспективі)	D_2 (придбання в середньостроковій перспективі)	D_3 (придбання в довгостроковій перспективі)
S_1 (прямий експорт)	14	12	11
S_2 (непрямий експорт)	12	11	9
S_3 (ліцензія)	8	9	9

У випадку стратегії S_2 підприємство зазнає додаткових витрат, пов'язаних із комісійними посереднику, які не потрібні при прямому експорті. Але ж при S_1 потрібно врахувати можливі додаткові витрати, пов'язані зі зберіганням товару на складі, якщо попит не задовольнить пропозицію.

Підприємству необхідно визначити оптимальні пропорції способів експорту своєї продукції на зовнішньому ринку.

Використаємо симплексний метод для розв'язання цієї задачі, математична модель якої має такий вигляд:

$$\begin{cases} 14x_1 + 12x_2 + 11x_3 \leq 1 \\ 12x_1 + 11x_2 + 9x_3 \leq 1, \\ 8x_1 + 9x_2 + 9x_3 \leq 1 \end{cases}$$

$$F = x_1 + x_2 + x_3 \rightarrow \max.$$

Отримаємо розв'язок: $x_1 = 0$, $x_2 = 0$, $x_3 = 0,09$, $F_{\max} = 0,09$. Таким чином, очікувані мінімальні витрати на одиницю продукції становлять $1/F_{\max} = 11$ доларів. Це відповідає прямому експорту та придбанням у довгостроковій перспективі.

Отже, ефективність зовнішньоекономічної стратегії підприємства повинна враховувати витрати, яких зазнає суб'єкт господарювання під час здійснення ЗЕД, порівняно з отриманим доходом від цієї діяльності.

Зазначимо, що ці процеси залежать від виду зовнішньоекономічної операції, тому підприємству необхідно формувати стратегію виходу на зовнішній ринок залежно від оцінки альтернативних напрямів розширення своїх експортних операцій.

Висновки до розділу 1

Ґрунтуючись на проведеному у першому розділі дослідженні, ми дійшли таких висновків.

Стратегія належить до сфери практичної діяльності й проявляється лише у практичній діяльності. Тому про стратегію говорять, як про мистецтво, в якому стратегія, як знання, постає в ролі інструменту.

Стратегію необхідно розглядати як комплекс рішень, який пов'язаний з 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. Саме такий стратегічний підхід буде найбільшою мірою передбачатиме розроблення довгострокових планів використання потенціалу нових ринків та систематичне застосування маркетингових методів для визначення, передбачення та задоволення потреб споживачів на цільових ринках.

Особливості вітчизняної практики управління стратегією підприємства свідчать про перевагу матричних методів управління. Матричні методи формування стратегії на українських підприємствах застосовуються як остаточні, а не як допоміжні засоби під час складання стратегічного плану. Недоліком матричних методів є те, що ні в одній з цих моделей не приділяється увага способам реалізації рекомендованих стратегій. Застосування матриць потребує істотних затрат часу і грошових коштів. Нарешті, найбільшим мінусом цих методів є отримання інформації про сучасні умови діяльності підприємства, що малоефективне у плануванні майбутньої діяльності.

За цих умов все гостріше постає питання про вибір українськими підприємствами оптимальної стратегії економічного розвитку в довгостроковій перспективі, невід'ємною частиною якої повинна бути зовнішньоекономічна стратегія, що передбачає обґрунтування довгострокових цілей фірми у спектрі її зовнішньоекономічних інтересів.

Зовнішньоекономічна стратегія – це ефективний план керівництва зовнішньоекономічною діяльністю, що поєднує її перспективне планування та прогнозування. На рівні підприємства таке планування є управлінським

процесом створення та підтримки стратегічної відповідності між цілями підприємства в зовнішньоекономічній діяльності, його потенціалом та можливостями, що спирається на програму діяльності підприємства із забезпечення його економічного росту.

Підкреслимо, що план розвитку ЗЕД повинен бути взаємопов'язаний з загальноекономічною стратегією розвитку підприємства в цілому. Важливим об'єктивним обмеженням, на наш погляд, під час планування зовнішньоекономічної стратегії мають виступати не лише рівень інтернаціоналізації компанії та спосіб виходу на зовнішній ринок, але і стадія життєвого циклу попиту на товар, що реалізується на зовнішньому ринку.

В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності економічного росту успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається розв'язанням завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності.

Ефективність реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства доцільно визначати, виходячи з фактичної результативності окремої операції в ЗЕД підприємства, оскільки стратегія передбачає досягнення поставлених цілей, а їх практичним продовженням є здійснення відповідної господарської операції підприємством.

За сучасних умов постає питання про необхідність методики оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства з використанням інструменту, здатного одночасно розрахувати результативність реалізації стратегії залежно від значущості поставлених цілей, порівняти її з еталонним критерієм ефективності та рівнем економічного ризику і, нарешті, обрати найбільш ефективну стратегію серед альтернативних варіантів. Вибір критерію ефективності залежить від особливостей ситуації на ринку, від цілей підприємства, від наявності інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище.

Висновки та результати дисертаційного дослідження, наведені в розділі 1, опубліковані в наукових статтях автора [126; 128; 129; 130].

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

2.1. Формування зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств із метою забезпечення стратегії їх ефективного розвитку

Український експорт характеризується значною часткою продукції сировинної спрямованості та низьким рівнем доданої вартості, що негативно позначається на ресурсній базі країни та на її економіці.

Поставки машин, устаткування та механізмів в 2010 році становлять 17,8 % від загального обсягу експорту [105], що більш як удвічі менше рівня, досягнутого на початку 90-х років ХХ ст.

Розвиток експорту високотехнологічної продукції є значним резервом збільшення експорту. Необхідно зазначити, що високотехнологічна продукція – найбільш екологічна і найбільш трудомістка, що забезпечує ріст виробництва без додаткового навантаження на екосистему та сприяє створенню додаткових робочих місць.

Таким чином, існує нагальна необхідність збільшення обсягів експорту продукції високотехнологічних галузей економіки України (машинобудування, в т.ч. енергетичного та сільськогосподарського, літакобудування, моторобудування, суднобудування, а також експорту послуг, зокрема - проектування та будівництва нафтогазопроводів, залізниць, ліній електропередач тощо).

Загалом потрібно зазначити, що машинобудування є найважливішою комплексною галуззю обробної промисловості, що поєднує верстатобудування, приладобудування, енергетичне, металургійне, хімічне і сільськогосподарське машинобудування, а також електротехнічна

промисловісту, радіоелектроніку та обчислювальну техніку і транспортне машинобудування всіх видів [85].

Машинобудівний комплекс України складається із системи науково-дослідних та конструкторсько-технологічних організацій загальною кількістю 11267 підприємств [86]. До його складу входять такі групи підприємств:

- машинобудування (16 комплексних інтегрованих галузей та 90 інших різновидів);
- промисловість металевих конструкцій і виробів (14 напрямків);
- ремонт машин та устаткування (16 напрямків) [142, 154].

Відмітимо, що останніми роками вітчизняна машинобудівна галузь переживає не найкращі часи. Так, за даними Національного банку України, падіння в 2010 році порівняно з 2008 роком залишається істотним і становить 46,1 % [109]. Скорочення внутрішнього попиту на продукцію зазначеної галузі можна пояснити заморожуванням програм модернізації та погіршенням умов кредитування [141].

Поряд із цим є позитивні тенденції, що характеризуються збільшенням обсягів продукції машинобудування у грудні 2010 року порівняно з 2009 роком за рахунок покращення динаміки виробництва транспортних засобів [109].

Розвиток машинобудівного комплексу в сучасних умовах соціально-економічних трансформацій та значного впливу дестабілізувальних чинників інноваційно-інвестиційного процесу реального сектору української економіки забезпечує рентабельність і конкурентноспроможність товарів та послуг, є основою науково-технічного прогресу народного господарства та необхідною передумовою формування експортного потенціалу країни, оскільки більш, ніж 50 % продукції вітчизняного машинобудування спрямовується на зовнішні ринки. Зазначимо, що рецесія у країнах-партнерах України також негативно вплинула на обсяги реалізації машинобудівної продукції на міжнародному ринку.

Важливість і необхідність розвитку українського машинобудування є визнаними вітчизняними спеціалістами та науковцями, що підтверджується великою кількістю наукових праць, присвячених питанню тенденцій розвитку підприємств машинобудівного комплексу України.

Науковці зосереджують свою увагу на вирішенні проблем функціонування машинобудівного комплексу та визначенні пріоритетів його розвитку [35; 73; 86; 123; 145; 156; 158], на питаннях моніторингу фінансово-економічної діяльності підприємств та діагностики їхньої неплатоспроможності [33; 167], на характеристиці галузевих особливостей визначення фінансового стану підприємств [51; 157]. Проблеми формування стратегії підвищення конкурентоспроможності машинобудівної продукції на міжнародному ринку висвітлені в працях Гейця В. М., Макогона Ю. В., Медведкіна Т. С., Тарасової Н. В., Єфетової К. Ф., Чалої Н. Д.

На наш погляд, за сучасних умов економічного розвитку актуальним є збільшення потенціалу машинобудівного комплексу України за допомогою формування ефективної стратегії виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки, яка повинна враховувати місткість потенційних ринків збуту для української продукції і сприяти встановленню високих конкурентних позицій машинобудівних підприємств України на міжнародному ринку.

Несприятливі тенденції, що спостерігаються в зовнішній торгівлі України в 2009 та 2010 роках (підрозділ 1.2) підтверджують необхідність і важливість активізації зовнішньоторговельної діяльності країни, насамперед за рахунок підвищення ефективності використання експортного потенціалу на рівні країни та підприємства.

Важливим показником для визначення експортного потенціалу країни і подальшої диверсифікації виробництва на рівні підприємства є концентрація експорту, що істотно впливає на очікуваний експортний прибуток. Концентрацію експорту вітчизняних товарів визначимо за допомогою індексу Херфіндаля-Хіршмана [2] та шляхом дослідження динаміки кількості

товарних позицій (згідно з УКТЗЕД), для яких вартість експорту перевищує 10 млн дол. США (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Концентрація українського експорту 2005 – 2011 рр., початок року

Показник	РІК						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість товарних позицій, для яких вартість експорту перевищує 10 млн доларів США (згідно з УКТЗЕД)	68	69	69	71	72	71	72
Індекс Херфіндаля-Хіршмана (сума квадратів часток усіх товарів, що експортуються)	0,131218	0,13831	0,134469	0,13436	0,13845	0,095077	0,10628

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Як показано в табл. 2.1 та на рис. 2.1, концентрація українського експорту була досить стабільною впродовж досліджуваного періоду до 2010 року. В 2010 році індекс Херфіндаля – Хіршмана істотно зменшився, що свідчить про зниження концентрації українського експорту та послаблення позицій вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку. З 2011 року ситуація почала дещо нормалізуватися.

Динаміка показників концентрації на зовнішньому ринку (рис. 2.1) демонструє, що концентрація експорту в 2010 році різко скоротилася. На наш погляд, це пояснюється тим, що економічна криза та спад виробництва останніми роками істотно вплинули на стан підприємств-експортерів, які на фоні світової кризи виявилися менш стійкими.

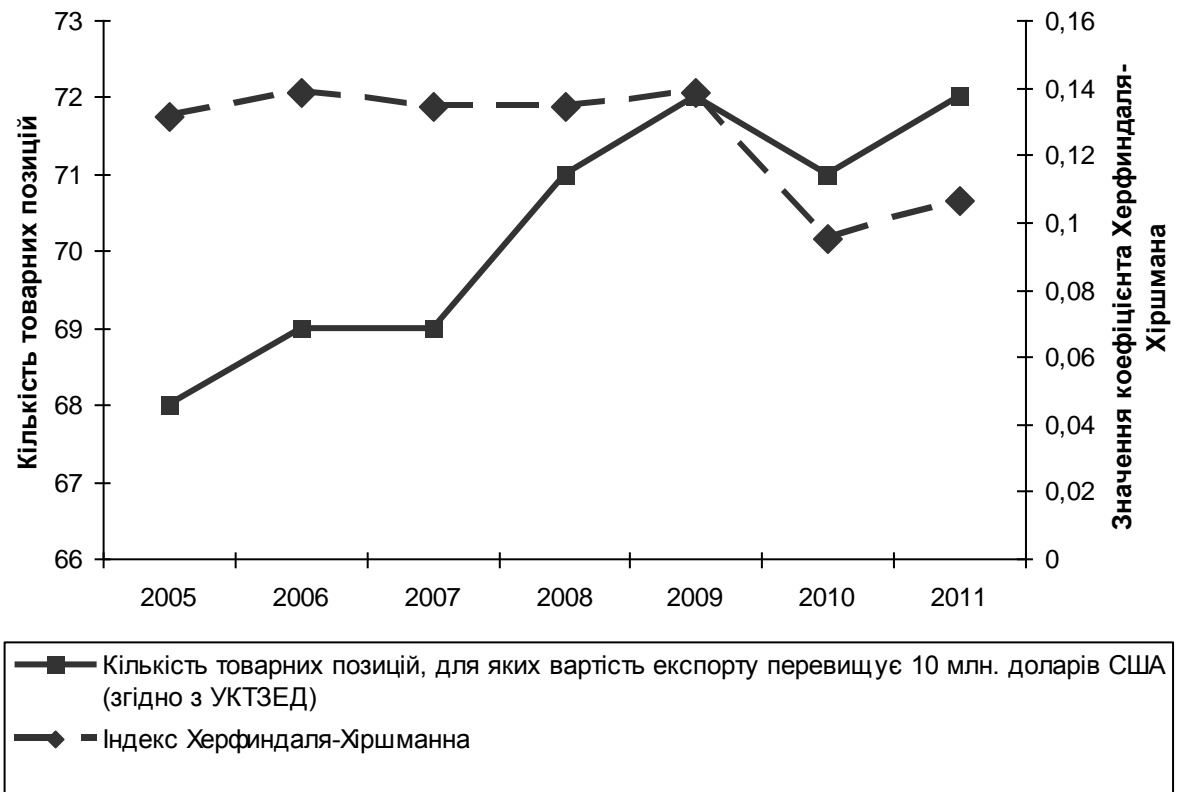


Рис. 2.1. Концентрація українського експорту 2005 – 2011 рр.

У цьому сенсі постає питання про функціонування вітчизняних підприємств в умовах нестабільності економічного росту, який в історії ніколи не був рівномірним – підйоми час від часу змінюються спадами. Це також підтверджує графік 2.1.

Економічний рост означає збільшення виробництва товарів та послуг упродовж тривалого періоду часу, іншими словами процес довгострокового стійкого розвитку економіки без порушення її стану рівноваги в короткострокових періодах [164].

Економіці, як і складній системі, властива нестабільність, що проявляється у змінах системного об'єкта з дестабілізацією механізмів системи. Порушуються домінування стабілізуючих факторів та зв'язки, що утримують систему в стані рівноваги, і з'являються економічні коливання. Такий стан характеризує систему як нестабільну. Це характеризує нерівномірний розвиток економіки з економічними підйомами та спадами.

Таке явище можна спостерігати і в зовнішньому секторі України, який має не рівномірно-поступовий, а циклічний характер розвитку (підтверджується економічним аналізом, проведеним у підрозділі 1.2).

Економічний рост в країні не можна вважати стійкою тенденцією. Для економіки України основною детермінантою, що визначає нестабільність її росту, перш за все є мінливість світових цін на сировину. Економічна політика уряду впродовж останніх років лише підсилювала цю нестабільність. Тому оптимальною буде політика, що передбачить розвиток промисловості. Машинобудівна галузь може відіграти ключову роль у реалізації інноваційного потенціалу країни. Потенціал росту економіки вбачає в збільшенні експорту машин та обладнання, обсягів інвестицій, а також продуктивності праці.

За допомогою індексу Баласса [172] визначимо порівняльні переваги українських експортерів на трьох основних найбільших ринках (додаток Ж), де здійснюють свою зовнішньоекономічну діяльність вітчизняні підприємства, – СНД (34 % від загального експорту), Азії (30 % від загального експорту) та Європи (26 % від загального експорту), оскільки на цих ринках реалізується близько 90 % усього українського експорту [63].

Відмітимо, що країна має порівняльну перевагу в тому разі, якщо індекс Баласса (*Revealed Comparative Advantage index, RCA*) більше одиниці. Якщо ж *RCA* менше одиниці, то країна має «виявлену неперевагу» у визначеній групі товарів.

Як бачимо з додатка Ж, Україна має порівняльні переваги під час експорту продовольчих товарів, напоїв та тютюну, неїстівних сировинних матеріалів, напівфабрикатів, за винятком енергетичних матеріалів, товарів промислового виробництва на всіх основних ринках. Також вітчизняні підприємства мають порівняльні переваги під час експорту хімічної продукції та споріднених товарів, машин та транспортного обладнання, різноманітних промислових товарів на ринок країн СНД.

Індекси виявлених порівняльних переваг для України відрізняються за основними ринками реалізації українського експорту: для країн СНД, Європи та Азії. Виявляється, 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 із 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. Це питання потребує більшої деталізації, тому проблеми організації співпраці українських експортерів із контрагентами країн СНД нами будуть розглянуті нижче.

«Виявлені непереваги» українських експортерів під час виробництва високотехнологічних товарів для ринку Європи та Азії свідчать про відсутність сприятливих умов розвитку промислового виробництва в даному напрямку. З урахуванням специфічних переваг українських експортерів інноваційний вектор розвитку промислового виробництва в країні повинен базуватися на поступовому підвищенні частки високотехнологічних товарів у загальному обсязі світового експорту (яка збільшиться майже втричі до 2050 року) (табл. 2.2), істотному збільшенні питомої ваги машин та обладнання і продукції обробної промисловості.

Вітчизняним суб'єктам ЗЕД під час планування і подальшого регулювання своєї зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати тенденції в зміні світової економіки найближчим часом. Так, за світовими прогнозами, з 2030 року передбачається істотне збільшення поновлюваних джерел енергії, значно скоротиться потреба в чорних та деяких кольорових металах, в деревині, переробка яких пов'язана зі значним збитком для довкілля, очікується технологічний переворот у транспортній галузі [12]. З урахуванням усіх цих змін структура світового експорту товарів зазнає кардинальних змін (табл. 2.2).

Структура світового експорту товарів у 2006 – 2050 рр. (%)

Показник	Рік				
	2006	2020*	2030*	2040*	2050*
Продовольчі товари	6	5	5	4	3
Паливо мінеральне	15	11	8	6	5
Продукція обробної промисловості	70	74	77	80	83
у тому числі					
машини та обладнання	37	42	46	50	54
високотехнологічні товари	17	24	31	40	52

* прогнольні значення.

Джерело: [12].

Важливими напрямками адаптації вітчизняних підприємств до прогнозованих змін структури світового експорту є формування та регулювання зовнішньоекономічної стратегії підприємства, що передбачає застосування розглянутої нами в підрозділі 1.3 (рис. 1.13) та вдосконаленої концепції збалансованих показників Р. Каплана і Д. Нортон [70].

За основними елементами діагностики цієї моделі (виробничий процес, інвестиції, персонал, ризики, маркетинг та інновації підприємств-експортерів) оцінимо ефективність діяльності підприємств різних напрямків промисловості, що мають виявлені порівняльні переваги на зовнішніх ринках.

Діагностика діяльності вітчизняних підприємств окремих галузей виробництва, які мають виявлені порівняльні переваги на відповідних зовнішніх ринках, дозволяє встановити погіршення загальної ситуації в діяльності промислових підприємств України.

Так, серед підприємств, що реалізують продовольчі товари на зовнішній ринок, за останні три роки зменшилася частка прибуткових підприємств у їх загальній кількості. Негативними моментами є: істотне зменшення обсягу експортованої інноваційної продукції при паралельному

збільшенні частки інноваційноактивних підприємств у загальній кількості; зменшення кількості зайнятого населення в цьому напрямку промисловості; збільшення заборгованості за виплатою заробітної плати. Позитивним є поступове збільшення обсягу іноземних інвестицій, які вкладались у вітчизняні підприємства цього напрямку промисловості, що спричинило збільшення індексу порівняльних переваг вітчизняної продукції на основних ринках її реалізації, а саме: СНД, Європи та Азії. Необхідно відмітити, що за аналізований період ризик функціонування цих промислових підприємств був низьким та стабільним і згідно з даними Рейтингового агентства COFACE становив «А-», що характеризує гарний стан промисловості та позитивні перспективи подальшого фінансового розвитку (додаток И).

Ризик діяльності підприємств, що експортували неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів, підвищився останніми роками до «В-» порівняно. В регіональному розрізі більш високий ризик притаманний підприємствам цього напрямку промисловості в країнах Єврозони (рейтинг «С»). Тому вітчизняним підприємствам більше уваги потрібно приділити збуту своєї продукції на ринки країн Європи, де вітчизняна продукція може бути конкурентоспроможніш, ніж на ринках країн СНД та Азії. Загалом необхідно відзначити аналогічну картину в діяльності українських підприємств, що виготовляли неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів, як і у попередніх підприємств. Спостерігалось зменшення частки прибуткових підприємств, істотне зменшення фінансового результату діяльності даних промислових підприємств, скорочення зайнятого персоналу (приблизно на 25 %), підвищення виплати заборгованості заробітної плати (більше ніж в вдвічі за аналізований період) разом із паралельним збільшенням обсягу іноземних капіталовкладень у ці підприємства.

Фінансовий результат діяльності підприємств, що задіяні у випуску хімічної продукції та продукції промислового виробництва,

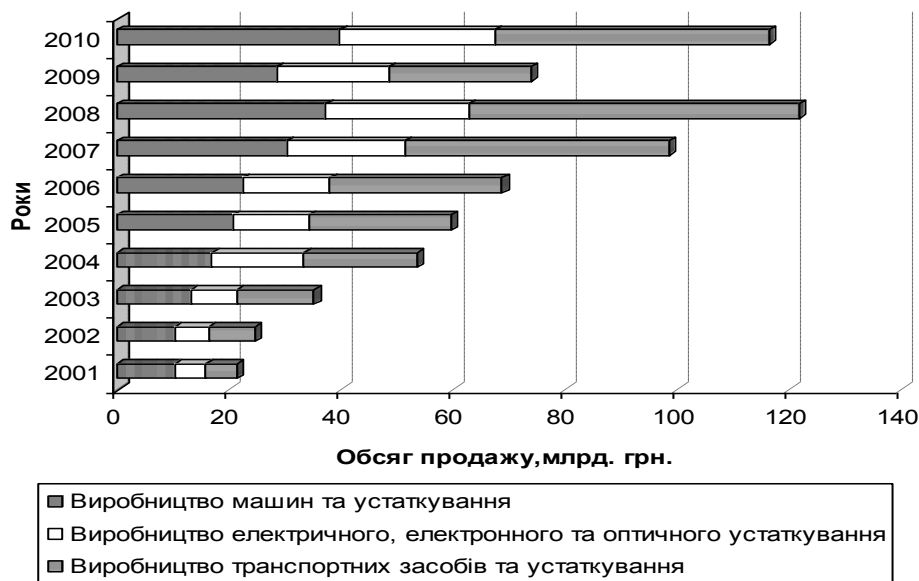
характеризуються збитковістю. У металургійній галузі взагалі спостерігаються скорочення іноземних інвестицій і поглиблення кризи, що обумовила скорочення зайнятого персоналу на 20 %, збільшення заборгованості із заробітною платою майже втричі та значне зменшення цін на продукцію. У хімічній галузі також маємо скорочення персоналу на 20 % і збільшення заборгованості з виплати заробітної плати майже в 2,5 рази. Також відмітимо істотне скорочення обсягів експорту інноваційної продукції серед підприємств зазначених напрямків промисловості. Ризик функціонування підприємств, задіяних у випуску товарів промислового виробництва та хімічної продукції збільшився згідно з рейтингом COFACE і становив «В+», що не є критичним, але характеризується появою негативних моментів та рецесією в розвитку промисловості.

Випуск машин та транспортного обладнання заслуговує окремої уваги, оскільки саме цим підприємствам характерний найбільш високий рівень ризику функціонування «С-», що мав стійку тенденцію до зниження впродовж аналізованого періоду. Цей показник характеризує нестійкий стан навколишнього середовища, загрозливий фінансовий стан компаній, високу ймовірність банкрутства. Це підтверджують й аналітичні показники: скорочення фінансового результату діяльності підприємств, зменшення обсягу експорту інноваційної продукції, істотне скорочення персоналу, збільшення заборгованості з виплати заробітної плати, відсутність інтенсифікації іноземного інвестування в галузь. Також негативним моментом, який відрізняє підприємства галузі машинобудування від раніше проаналізованих підприємств, є те, що спостерігається скорочення розміру заробітної плати працівників, задіяних у галузі.

Зважаючи на те, що високотехнологічна продукція є значним резервом підвищення обсягів національного експорту і має тенденцію до істотного збільшення своєї частки у світовому експорті товарів (табл. 2.2), для українських підприємств машинобудівної галузі є актуальним перегляд своєї стратегії розвитку та напрямків підвищення ефективності виробництва,

визначення шляхів виходу на зовнішні ринки та розроблення механізм управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності.

Аналіз діяльності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств показав, що з 2008 року спостерігається негативна тенденція у процесах, що відбуваються в цілому в машинобудівній галузі України останнім часом. Це відображено на рисунку 2.2, де показана зміна обсягів продажу продукції машинобудування України за 2001 – 2010 рр.



Джерело: побудовано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Рис. 2.2. Динаміка обсягу продажу продукції машинобудування України в розрізі основних товарних секцій за 2001-2010 рр. (млрд. грн..)

Як бачимо з рис. 2.2, індекси виробництва машин та устаткування, виробництва електричного, електронного та оптичного устаткування, виробництва транспортних засобів та устаткування в 2009 році становили 62,4 %, 71,2 %, 42 % відповідно. В цілому ж обсяг випуску машинобудівної галузі України в 2009 році скоротився на 45,1 %. Це досить високий показник, оскільки він удвічі більший, ніж обсяг скорочення випуску загальної промислової продукції по Україні, – 21,9 % [105].

У 2010 році індекс виробництва машин та устаткування становив 121,1 % щодо 2009 року, виробництва електричного, електронного та

оптичного устаткування – 124,4 %, виробництва транспортних засобів та устаткування – 161,9 %.

Необхідно зазначити, що до 2008 року спостерігалось зростання фінансово-економічних показників машинобудівних підприємств. Так, за аналізований період (до 2008 року) зростання машинобудівної продукції відбувалось на 18 % у середньому за рік, основні фонди у машинобудуванні зростали в середньому на 37,5 %. Однак із початком кризи в 2008 році обсяги реалізації товарної продукції машинобудування істотно зменшилися, скоротилась також частка прибуткових машинобудівних підприємств, що становила в 2009 році – 50,5 % [141].

За основною номенклатурою обсяги виробництва продукції машинобудування в 2010 році вийшли майже на рівень 2008 року. Найгостріше ця криза відобразилась на виробництві транспортних засобів та устаткування (рис. 2.2). Автобусів у 2009 році було вироблено менше на 91,1 % , автомобілів – на 83,8 %, вантажних вагонів – на 73,6 % [141].

Зменшення цін на продукцію конкурентів, яке спричинила економічна криза, позбавила машинобудівну галузь України дешевизни, внаслідок чого істотно скоротився експорт товарів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Зміна обсягів зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування в розрізі окремих товарних груп, %

Секція	Зміна обсягу експорту в 2009 р. порівняно з 2008 р., %	Зміна обсягу імпорту в 2009 р. порівняно з 2008 р., %	Зміна обсягу експорту в 2010 р. порівняно з 2009 р., %	Зміна обсягу імпорту в 2010 р. порівняно з 2009 р., %
Машини та устаткування	-20,3271	-58,7797	+12,50538	+15,80068
Електричне, електронне та оптичне устаткування	-21,6888	-39,363	+13,86356	+56,12956
Транспортні засоби та устаткування	-63,0574	-82,1046	+103,6394	+69,35484

Джерело: [147].

Зовнішня торгівля в розрізі основних товарних груп продукції машинобудування залишається нестабільною й істотно залежить від ситуативних коливань попиту, а також від великих контрактів окремих підприємств. Послаблення позицій вітчизняних товаровиробників сільськогосподарської техніки посилює роль імпорту зазначеної продукції зі значним зменшенням експорту. На вітчизняному ринку машинобудівної продукції помітна тенденція сильного падіння попиту на нову техніку, при цьому віддається перевага ремонту тієї, що є в наявності [147].

Розрахуємо структуру експорту та імпорту продукції машинобудування за роками. При виявленні загальних тенденцій будемо враховувати частку кожної статті продукції машинобудування в загальному обсязі, що дозволить виявити стійку вагомість кожного виду товару в зовнішній торгівлі машинобудівних підприємств. Дані розрахунки показані в таблиці 2.4 та 2.5.

Експорт продукції машинобудування України формується переважно за рахунок: механічного обладнання; машин та механізмів, електрообладнання та їх частин; пристроїв для записування або відтворення зображення і звуку. Максимальну частку можна спостерігати в 2001 році – 73,24 %, а мінімальну – в 2004 році – 53,54 % із розмахом варіації приблизно 20 % (див. табл. 2.4).

У цілому узагальнено на першу статтю (механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку) за 9-річний період припадало 61,71 %, а на другу (транспортні засоби та шляхове обладнання) – 32,29 %. Частка третьої статті (прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти) становила в загальному експорті машинобудівних підприємств за аналізований період лише 4,64 %.

Динаміка структури статей експорту продукції машинобудування України
в 2002 – 2011 рр., початок року

		Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	Транспортні засоби та шляхове обладнання	Прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти
2002 р.	тис. дол. США	1714241,35	548707,69	77464,07
	питома вага, %	73,24	23,44	3,32
2003 р.	тис. дол. США	1758609,21	689335,43	182892,48
	питома вага, %	66,84	26,20	6,96
2004 р.	тис. дол. США	2326053,66	984055,52	328066,19
	питома вага, %	63,93	27,04	9,03
2005 р.	тис. дол. США	3030986,36	2037331,81	592306,37
	питома вага, %	53,54	35,99	10,47
2006 р.	тис. дол. США	2841800,99	1655874,59	141934,28
	питома вага, %	61,25	35,68	3,07
2007 р.	тис. дол. США	3330484,4	2081099,3	152298,7
	питома вага, %	59,85	37,40	2,75
2008 р.	тис. дол. США	4976564,2	3304679,1	202305,1
	питома вага, %	58,66	38,95	2,39
2009 р.	тис. дол. США	6341139,6	4321339,2	242726,0
	питома вага, %	58,14	39,62	2,24
2010 р.	тис. дол. США	5014319,1	1596432,9	278710,6
	питома вага, %	72,78	23,17	4,05
2011 р.	тис. дол. США	5670700	3250900	252300
	питома вага, %	61,81	35,43	2,75
У середньому за 2002-11 рр.	тис. дол. США	3700490	2046976	245100,4
	питома вага, %	61,71419	32,292	4,645618

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України

Приблизно аналогічну ситуацію можна простежити і щодо іншого вектора зовнішньої торгівлі машинобудівних підприємств – імпорту (табл. 2.5). Провідні позиції ті самі – механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку – 61,47 %; транспортні засоби та шляхове обладнання – 32,25 % в загальному імпорті за 2001 – 2010 рр. Розмах варіації частки за

першою статтею на всьому періоді дослідження становив 20,14 % (максимальне значення спостерігалось в 2001 році, мінімальне – у 2008 р.).

Таблиця 2.5

Динаміка структури статей імпорту продукції машинобудування України
у 2002 – 2011 рр., початок року

		Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	Транспортні засоби та шляхове обладнання	Прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти
2002 р.	тис. дол. США	2377878,05	746131,70	260145,95
	питома вага, %	70,26	22,04	7,70
2003 р.	тис. дол. США	2502043,63	1021519,26	267213,09
	питома вага, %	66,00	26,94	7,06
2004 р.	тис. дол. США	3478255,29	1874262,83	370166,11
	питома вага, %	60,78	32,75	6,47
2005 р.	тис. дол. США	4740678,63	2493628,08	559572,21
	питома вага, %	60,82	31,99	7,19
2006 р.	тис. дол. США	6342271,65	3219711,33	507425,38
	питома вага, %	62,98	31,97	5,05
2007 р.	тис. дол. США	7873428,5	5147086,0	696058,3
	питома вага, %	57,40	37,52	5,08
2008 р.	тис. дол. США	10571703,1	8216563,3	1008453,9
	питома вага, %	53,40	41,50	5,10
2009 р.	тис. дол. США	13379839,3	12091413,0	1222606,7
	питома вага, %	50,12	45,29	4,59
2010 р.	тис. дол. США	6257043,8	2163829,7	670774,2
	питома вага, %	68,82	23,80	7,38
2011 р.	тис. дол. США	8174400	3664500	905000
	питома вага, %	64,14363	28,75493	7,101437
У середньому за 2002-11 рр.	тис. дол. США	6569754	4063865	646741,6
	питома вага, %	61,47236	32,25549	6,272144

Джерело: розраховано автором із використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Імпорт транспортних засобів та шляхового обладнання відрізняється більшою варіацією за питомою вагою: від мінімального в 2001 році – 22,04 % до максимального в 2008 році – 45,29 % із розмахом 23,25 %.. Таким чином, в цьому напрямі можна спостерігати більшу дестабілізацію, ніж за іншими

статтями. Як і щодо експорту, на прилади та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні, годинники, музичні інструменти за аналізований період припадає незначна частка імпортного обсягу (6,27 %).

У зовнішній торгівлі продукцією машинобудування оцінимо рівень диспропорцій економічних зв'язків за допомогою розрахунку сальдо. Перевищення експорту над імпортом характеризує наявність ефективного міжнародного співробітництва, і навпаки.

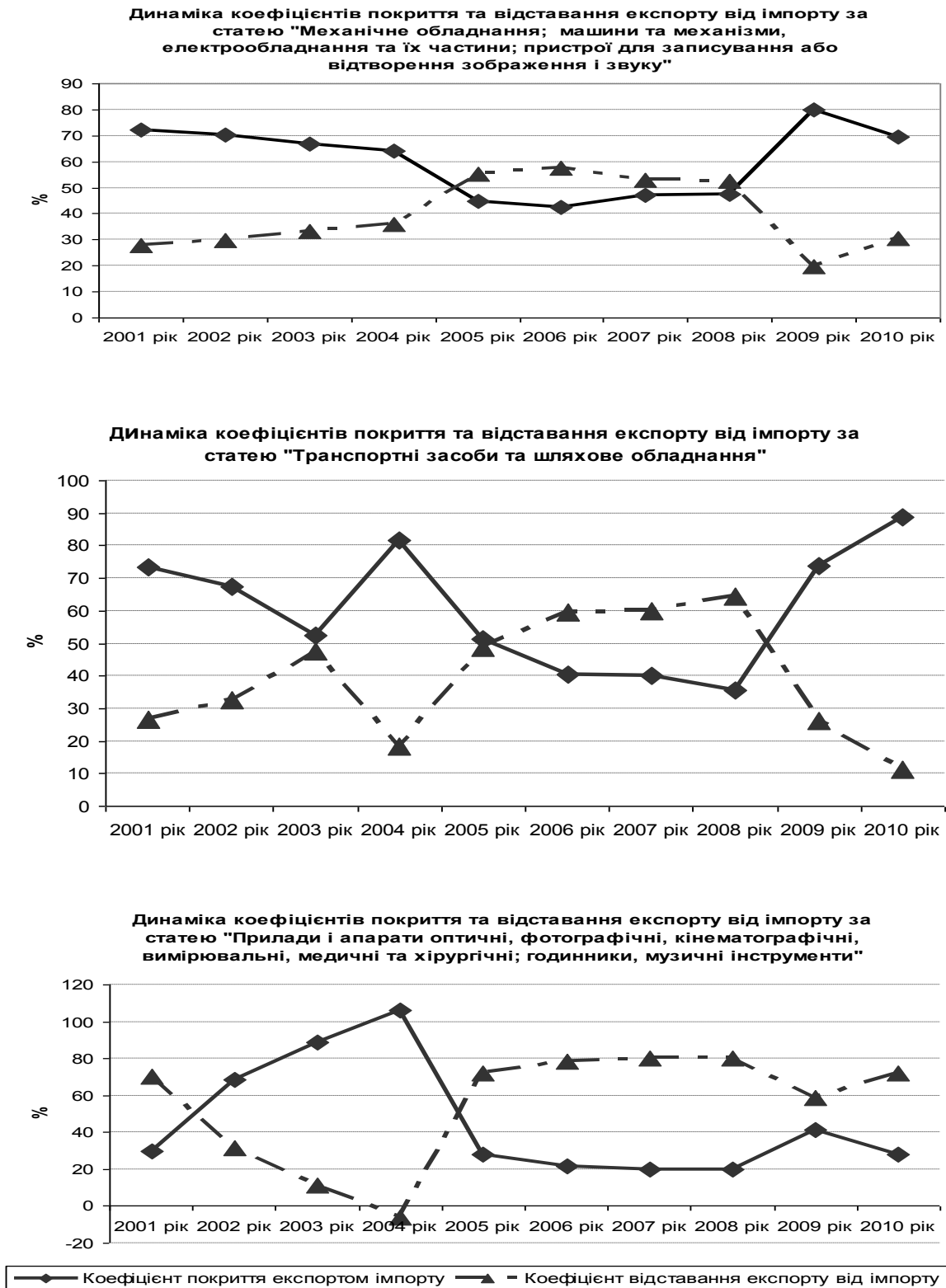
Абсолютні цифри, наведені в таблицях 2.4 та 2.5, не дають можливості порівняти відношення векторів зв'язків між собою, тому розрахуємо коефіцієнти диференціювання, які більш повно висвітлювати спеціалізацію зовнішньої торгівлі підприємств машинобудівної галузі України. За всіма наведеними статтями експорту та імпорту нами було зафіксоване від'ємне сальдо зовнішньоторговельних операцій. Визначимо коефіцієнти покриття експортом імпорту та відставання експорту від імпорту за окремими статтями торгівлі машинобудівною продукцією за формулами

$$K_{\text{покриття експортом імпорту}} = \frac{\text{Експорт } i - \text{го товару}}{\text{Імпорт } i - \text{го товару}}; \quad (2.1)$$

$$K_{\text{відставання експорту від імпорту}} = \frac{\text{Сальдо торгівлі } i - \text{им товаром}}{\text{Імпорт } i - \text{го товару}}. \quad (2.2)$$

Значення отриманих коефіцієнтів та їх зміна в часі виступають інформаційною базою для розроблення стратегічних рішень в зовнішньоекономічній діяльності з метою її оптимізації та усунення диспропорцій.

Динаміка цих коефіцієнтів для машинобудівних підприємств України за 2001 – 2010 роки наведена на рис. 2.3.



Джерело: побудовано автором із використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Рис. 2.3. Динаміка коефіцієнтів покриття та відставання експорту від імпорту за основними статтями торгівлі продукцією машинобудування для України в 2001 – 2010 рр.

Період дослідження з 2001 до 2010 року характеризується тим, що позиції імпорту є досить високими за всіма статтями без винятку. Останній, 2010, рік характеризується істотним зменшенням коефіцієнта відставання експорту від імпорту за всією машинобудівною продукцією України, але все ж таки зовнішня торгівля у сфері машинобудування залишається високо імпортоорієнтованою, що свідчить про неефективність зовнішньоекономічних зв'язків цьому напрямку.

Вітчизняним підприємствам машинобудівної галузі необхідно спрямовувати свої зусилля на виробництво товару, який є конкурентноспроможним на зовнішніх ринках, що, у свою чергу, збільшить обсяги експорту та підвищить ефективність ЗЕД.

2.2. Порівняльна характеристика зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів ЗЕД країн СНД та їх співпраця з експортоорієнтованими машинобудівними підприємствами України

Головним торговельним регіоном України є країни колишнього Радянського Союзу. Насамперед це Росія, на яку припадає майже четверта частина всього українського експорту (додаток 3); експорт до країн СНД у цілому становить третину всього експорту України.

За даними Міждержавного статистичного комітету СНД, країни Співдружності мають 10 % промислового і 3,5 % експортного світового потенціалу, а також близько 25 % існуючих у світі запасів основних видів природних ресурсів і науково-технічний потенціал у формі інтелектуальної власності більше 500 млрд дол. США [107].

Підтвердженням значущості українського експорту до країн СНД є розрахунковий індекс компліментарності торгівлі, що показує структуру імпорту торговельних партнерів українських підприємств порівняно зі структурою експорту вітчизняних суб'єктів господарювання. Індекс

компліментарності (IC) розраховують як кореляцію (у відсотках) між рівнем товарної частки в українському експорті та рівнем товарних часток в імпорті відповідного партнера за тризначним рівнем деталізації у стандартній класифікації міжнародної торгівлі (СКМТ) (2.3):

$$IC_j = 100 - \frac{1}{2} \sum |m_{ij} - x_i|, \quad (2.3)$$

де j – група країн – торговельних партнерів; x_i – частка товару в загальному експорті України за тризначним рівнем класифікації СКМТ; m_{ij} – частка товару i в усьому імпорті j за тризначним рівнем класифікації СКМТ.

Індекс дорівнює нулю, якщо Україна не експортує жодних товарів або торговий партнер не імпортує жодних товарів, і 100, якщо частки експорту та імпорту збігаються [149].

Вихідні дані для розрахунку подані в додатку К.

Результати, отримані нами, в табл. 2.6, демонструють, що компліментарність торгівлі українських підприємств є найвищою із країнами СНД, однак вона зменшилася впродовж 2009 – 2010 рр. У ці роки істотно зросла компліментарність зовнішньої торгівлі з країнами Європи. Таку динаміку можна пояснити зростанням попиту серед країн СНД на високоякісні машини та обладнання, тоді як вітчизняні підприємства збільшували за аналізований період обсяг експорту товарів промислового виробництва та продовольчих товарів, напоїв і тютюну.

Необхідно відмітити негативну динаміку зміни індексу компліментарності торгівлі України з усіма торговельними партнерами, що свідчить про зменшення відповідності структури українського експорту імпорту інших країн (рис. 2.4).

Майже всі країни СНД мають високе значення торгового індексу [194], що свідчить про високий вплив державного регулювання на ЗЕД суб'єктів господарювання та про «закриту економіку» (табл. 2.6). Однак Україна здійснює інтенсивну торгівлю із цими країнами, використовуючи спеціальні торговельні домовленості.

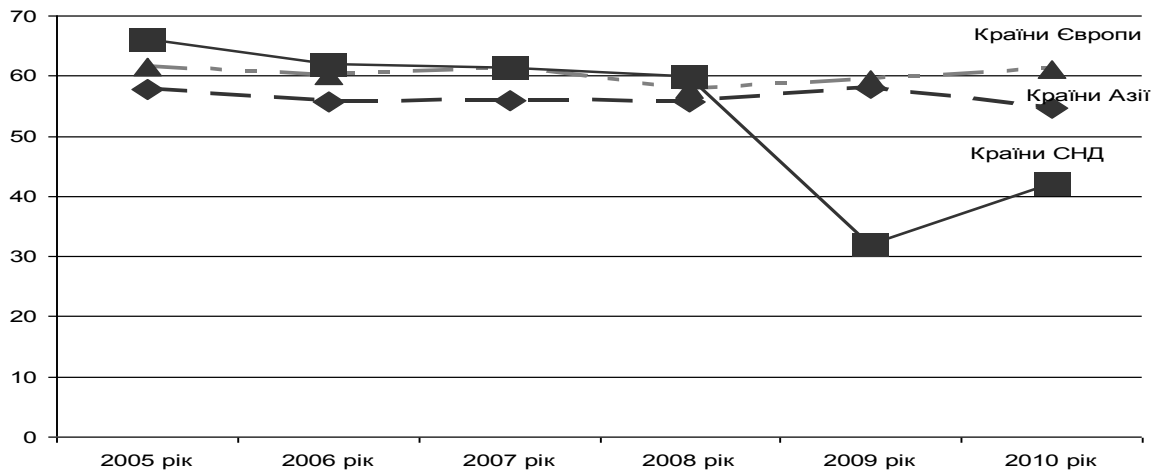
Таблиця 2.6

Розрахунок індексу компліментарності торгівлі українських підприємств у 2005-2010 рр.

	2005 рік				2006 рік				2007 рік				2008 рік				2009 рік				2010 рік			
	Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %			Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %			Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %			Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %			Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %			Частка товару в загальному експорті України, %	Частка товару в усьому імпорті у відповідні країни, %		
		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД		Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД
Продовольчі товари, напої та тютюн	12,65	7,5	7,07	10,94	12,41	6,87	6,75	9,73	12,79	6,46	6,89	8,87	16,24	6,74	6,99	9,09	24,7	14,3	12,5	3,54	19,7	11,5	11,7	2,9
Неісвіні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів	9,22	4,78	3,19	3,24	9,55	5,41	3,41	2,8	9,46	5,47	3,51	2,7	8,95	5,46	3,52	2,87	7,1	2,24	6,3	1,38	6,4	2,2	5,8	1,4
Енергетичні матеріали, мастильні матеріали і таке інше	9,83	24,88	12,17	9,28	6,72	2,63	12,83	8,29	5,38	29,65	11,55	7,62	6,16	29,09	13,82	7,41	5,5	9,19	8,66	2,99	8,3	2,9	5,7	58,8
Хімічна продукція та споріднені товари	8,78	7,75	12,55	10,16	8,92	7,51	12,21	10,07	8,29	7,34	12,33	9,38	7,56	7,43	1,22	9,37	6,5	19,7	28,4	8,08	6,9	18,4	27,9	7,6
Товари промислового виробництва	41,28	9,51	14,24	14,72	43,24	9,93	15,02	14,58	42,57	9,73	15,49	14,43	41,4	9,65	14,7	13,97	33,3	7,29	6,30	5,29	34,4	7,1	6,7	7,1
Машини та транспортне обладнання	13,63	2,99	35,36	34,99	14,65	2,89	34,78	36,32	17,37	27,46	33,71	38,02	16,36	26,79	32,15	37,79	17,9	31,3	29,7	7,99	18,2	33,1	29,8	9,9
Різноманітні промислові товари	3,64	13,58	12,06	13,09	3,42	1,29	11,6	1,22	3,06	11,81	11,44	13,06	2,42	11,48	11,2	12,61	4,0	15,7	7,71	7,05	5,1	24,1	11,5	11,9
Товари, що не класифікуються у категорії	0,97	1,8	2,75	1,79	1,09	1,91	3,04	5,79	1,08	1,93	4,65	5,48	0,91	2,1	3,98	5,96	0,8	0,11	0,27	0,13	0,6	0,39	0,56	0,12
ІНДЕКС КОМПЛІМЕНТАРНОСТІ ІС _Т (%)		57,76	61,55	66,09		55,77	60,16	62,02		55,96	61,28	61,4		55,76	57,8	59,8		58,0	59,4	31,9		54,6	61,0	42,0

Джерело: розраховано автором із використанням даних COMTRADE.

Упродовж 2010 року обсяг взаємної торгівлі країн Співдружності в вартісному виразі істотно скоротився. Скорочення обсягу зовнішньої торгівлі спостерігалось в усіх країнах СНД. Значний вплив на це спричинили зміна фізичних обсягів товарів, що поставляються до країн Співдружності.



Джерело: побудовано автором за власними розрахунками.

Рис. 2.4. Динаміка індексу компліментарності українських підприємств з основними торговельними партнерами впродовж 2005 – 2010 рр.

Серед країн СНД основними експортерами та споживачами товарів у взаємній торгівлі є Білорусь, Казахстан, Росія та Україна (частка яких становить 94 % від загального обсягу торговельних операцій між країнами Співдружності) [107].

Як свідчать результати табл. 2.7, країни СНД за моделлю зовнішньоекономічних зв'язків поділені на дві групи – імпортозаміщення та експортоорієнтовані. Обидва ці напрями розвитку зовнішньоекономічної стратегії можуть ефективно використовуватися для вирішення поточних завдань. Проте в середньостроковій перспективі для багатьох країн СНД, насамперед великих за економічним потенціалом (Росії, України, Казахстану, Білорусі), більш прийнятною є стратегія розвитку на основі внутрішніх ресурсів та ринку з поступовим нарощуванням обсягів високотехнологічного експорту при відносному зниженні вивезення продукції первинного сектору [13].

Таблиця 2.7

Характеристика країн СНД за основними показниками, що формують їх моделі ЗЕД на початок 2010 року

Країна	Торговий індекс	Обсяг взаємної торгівлі країн СНД		Сальдо торгового балансу, початок 2010 року, млн дол. США	Загальний експорт		Загальний імпорт		Зовнішній борг		Іноземні інвестиції		Модель ЗЕД
		експорту в країні СНД у загальному обсязі експорту,	імпорту з країн СНД у загальному обсязі імпорту		Місце країни у світовому рейтингу	млрд. дол. США	Місце країни у світовому рейтингу	млрд. дол. США	Місце країни у світовому рейтингу	млрд. дол. США	Місце країни у світовому рейтингу	Обсяг іноземних інвестицій до ВВП, %	
Азербайджан	77.1	8,0	30,0	7716,8	75	13,16	105	5,448	128	2,411	102	19,6	проекспортна
Вірменія	80.5	20,0	32,0	-2322,8	159	0,715	142	2,547	106	4,47	8	38,6	проімпортна
Білорусь	80.3	44,0	64,0	-6367,2	66	18,04	63	22,4	71	17,08	10	36,6	експортоорієнтована
Грузія *	89.1	36,0	28,0	-1761,4	132	1,766	113	4,477	88	7,711	65	22,3	проімпортна
Казахстан	85.9	16,0	43,0	12231,1	50	41,64	59	25,15	35	93,21	19	31,9	проекспортна
Киргизстан	75.9	40,0	57,0	-1516,9	140	1,334	144	2,379	-	-	82	20,7	проімпортна
Молдова	79.9	38,0	35,0	-1757,0	142	1,24	131	3,14	110	3,97	47	24,5	проімпортна
Росія	68.4	15,0	13,0	118787,7	14	295,6	18	196,8	20	369,2	94	20,0	проекспортна
Таджикистан	82.5	21,0	57,0	-1395,5	150	1,0	135	2,908	136	1,691	152	5,0	проімпортна
Туркменістан	79.2	**	**	330,5	87	8,29	114	4,442	102	5,0	151	6,4	проекспортна
Узбекистан	65.1	33,3	43,2	2333,0	82	9,47	101	6,51	112	3,63	**	**	проекспортна
Україна	82.6	34,0	43,0	-4815,0	51	41,49	48	45,58	33	104,0	45	24,9	експортоорієнтована

* З 18 серпня 2009 року Грузія не входить до складу СНД

** Дані відсутні

Джерело: складено автором із використанням матеріалів The Heritage Foundation, The World Factbook та Міждержавного статистичного комітету СНД.

Взаємна торгівля чотирьох великих країн СНД більшою мірою зосереджена на Росії, попит якої на продовольчі товари, хімічні товари, метали, машини та обладнання практично повністю покривається за рахунок Білорусі, України та Казахстану (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Питома вага окремих держав у загальному обсязі експорту
в країни СНД на початок 2010 року, %

Експортер	Експорту в країни СНД										
	Азербайджан	Вірменія	Білорусь	Казахстан	Киргизстан	Молдова	Росія	Таджикистан	Туркменістан	Узбекистан	Україна
Азербайджан	-	-	0,5	12,3	0,6	0,5	75,1	0,9	3,5	0,7	6,0
Вірменія	...	-	3,2	1,9	0,2	1,1	76,5	0,3	2,2	1,4	9,7
Білорусь	1,4	0,3	-	3,6	0,7	1,7	72,1	0,4	0,8	1,1	17,9
Грузія	42,7	20,0	3,4	4,1	0,6	0,2	5,7	0,4	1,0	1,2	20,6
Казахстан	1,0	0,0	0,8	-	5,7	3,0	49,4	3,4	1,8	12,6	22,1
Киргизстан	0,3	0,1	0,5	24,1	-	0,0	35,9	3,1	0,9	34,6	0,6
Молдова	0,8	0,3	16,7	5,4	0,5	-	57,5	0,1	0,2	1,6	16,9
Росія	3,4	1,3	36,7	20,6	2,0	1,3	-	1,3	2,5	3,9	27,0
Таджикистан	0,3	-	3,1	7,8	2,6	0,1	43,8	-	0,2	40,2	1,9
Україна	4,4	1,2	9,4	12,2	0,6	5,3	60,8	0,6	2,5	3,1	-

Джерело: Міждержавний статистичний комітет СНД.

У цілому в торгівлі великих країн СНД домінують сировинні товари, однак істотне значення відіграють машини та обладнання. Тому подальші перспективи українських підприємств на зовнішньому ринку СНД залежатимуть від їхньої здатності та можливості налагодження високотехнологічного та конкурентоспроможного виробництва. А це, у свою чергу, буде знаходитися під прямим впливом обсягу інвестицій та модернізації промислових потужностей при збереженні конкурентоспроможного обмінного курсу.

Головною позицією експорту українських підприємств у 2010 році була продукція металургійного комплексу – 32,3 %. Другою найбільш

значущою статтею є продукція АПК та харчової промисловості – 24,0 %. Експорт продукції машинобудування становить 17,3 %. Близько 10 % становить експорт мінеральних продуктів [105].

На ринку СНД українські експортери впродовж останніх років спеціалізувалися на поставках машин та транспортних засобів, а також промислових товарів (рис. 2.5).



Джерело: побудовано автором з використанням матеріалів Міждержавного статистичного комітету СНД.

Рис. 2.5. Товарна структура українського експорту на ринок країн СНД

Зовнішня торгівля товарами може бути поділена на міжгалузеву та внутрішньогалузеву. Чим розвиненіша країна технічно та економічно, тим вищою буде частка її внутрішньогалузевої торгівлі в її товарообороті [161].

Вважається, що внутрішньогалузева торгівля створює додаткові прибутки та переваги для країн, що беруть участь у такій торгівлі, порівняно з міжгалузеву торгівлею у вигляді збільшення прибутків на масштабі, що призводить до наближення доходів для всіх учасників [191]. Розвиток внутрішньогалузевої торгівлі стимулює економічний розвиток країни в цілому.

Для визначення частки внутрішньогалузевої торгівлі українських підприємств у загальному товарообороті країн СНД скористаємося показником Грубеля-Ллойда [188]. Індекс Грубеля-Ллойда визначається за формулою

$$I_{G-L} = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{X_i + M_i} \times 100\% = \left(1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}\right) \times 100\%, \quad (2.4)$$

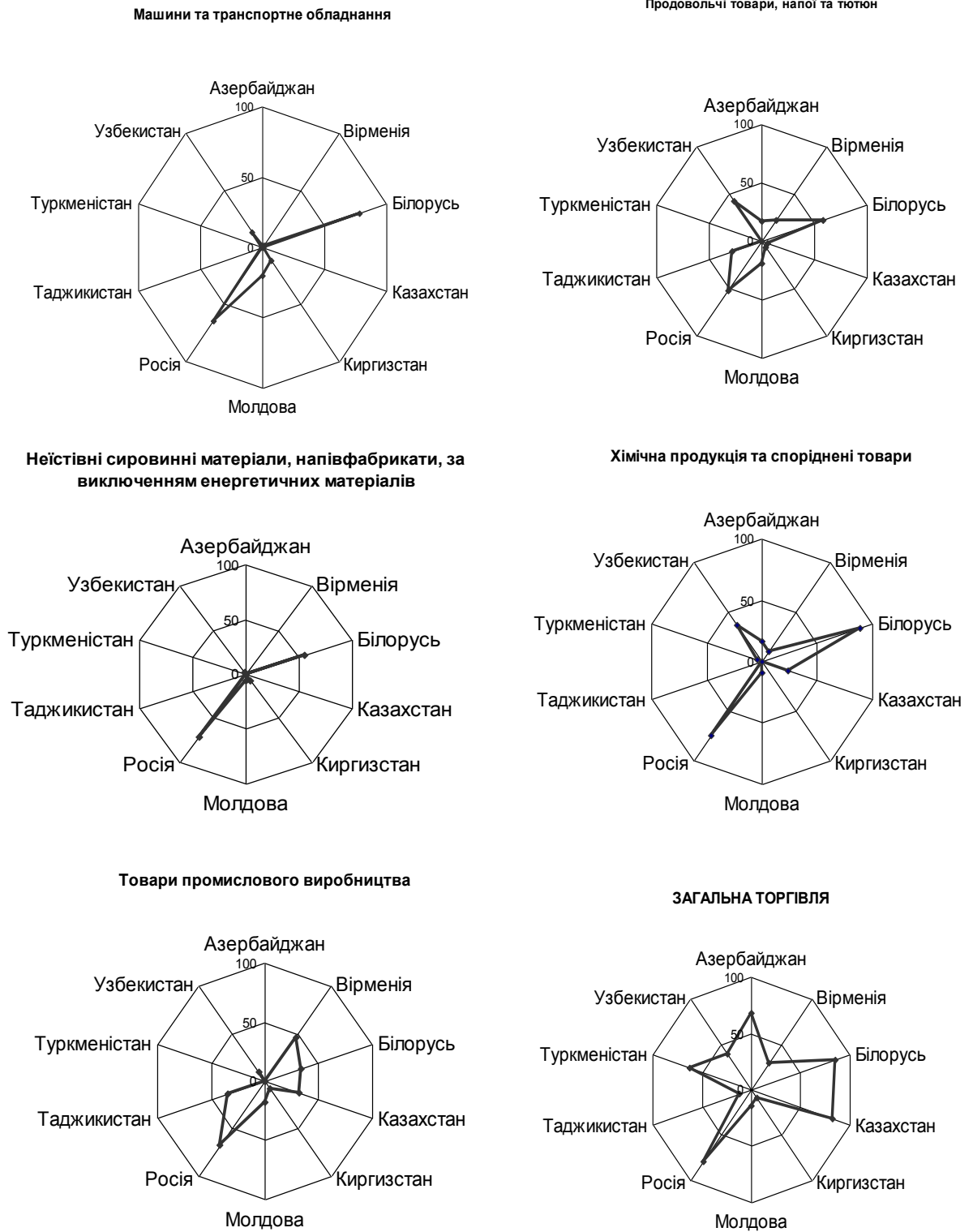
де X_i та M_i – відповідно експорт та імпорт у секторі i .

Чим вищі значення індексу, тим більша частка внутрішньогалузевої торгівлі. Індекс може набувати значення від 0, що означає повну відсутність внутрішньогалузевої торгівлі, до 100, що є свідченням повністю інтегрованої торгівлі виробничою продукцією [149].

Розрахунок індексу Грубеля-Ллойда для всієї зовнішньої торгівлі з країнами СНД, а також для окремих товарних груп, що відображаються в статистиці за чотиризначною класифікацією товарних груп проведемо в додатку М за допомогою даних Державної служби статистики України, наведених в додатку Л.

Як свідчать результати додатка М, українські підприємства мають найбільш інтегровану торгівлю з Білоруссю (85,3 %), Казахстаном (82,2 %) та Росією (78,5 %).

Вивчення української внутрішньогалузевої торгівлі за окремими товарами, що мають виявлені порівняльні переваги на ринку СНД (див. підрозділ 2.1), є більш інформативним і вказує на те, що найбільш інтегрована структура торгівлі спостерігається під час реалізації хімічної продукції та споріднених товарів до Білорусі (88,2 %) та Росії (74,2 %), машин та транспортного обладнання – до Білорусі (78,5 %) та Росії (64,7 %) (рис. 2.6).



Джерело: побудовано автором.

Рис. 2.6. Індекс Грубеля-Ллойда всієї зовнішньої торгівлі України з країнами СНД та за окремими товарами, що мають виявлені порівняльні переваги на ринках збуту країн Співдружності, початок 2010 року

Позитивним є той момент, що внутрішньогалузева торгівля з країнами СНД вийшла на новий етап і здійснюється не лише в галузях з низькою доданою вартістю продукції, а й у високотехнологічних галузях.

Рис. 2.6 ще раз підтверджує той факт, що найбільш вагомими партнерами українських підприємств на зовнішньому ринку є підприємства Росії та Білорусі (майже за всіма товарами, що реалізується на цих ринках, індекс Грубеля-Ллойда вище 50 %).

На наш погляд, доцільним є вивчення економічних умов, що створюють додаткові стимули або, навпаки, проблеми для імпорту українського товару саме в ці країни та визначають місткість зовнішнього ринку.

Відмітимо постійне зростання на російському ринку диверсифікованості структури імпорتنих тарифів, що свідчить про збільшення кількості секторів із високим ступенем захисту від іноземного імпорту і, паралельно із цим, секторів із дуже низьким рівнем захисту. Аналіз умов імпортозаміщення в Росії, проведений у праці О. Шепотило та Д. Тарра [159], свідчить про відносну високість російських тарифів порівняно з іншими країнами із середнім рівнем доходу. До товарів із високим рівнем захисту належать: м'ясо, цукор, одяг, взуття, вироби зі шкіри та продукція машинобудування. Також в рамках своєї тарифної політики Росія застосовує специфічні тарифи, які є набагато вищими адвалорного компоненту тарифу.

Білоруська політика імпортозаміщення також є різноплановою. Так, затверджений перелік товарів, для яких встановлюється 0 % ввізне мито (котли, генератори, двигуни, компресори і т.д.). Також розширений перелік імпортозамінних товарів, що виробляються у вільних економічних зонах і які надають податкові та митні пільги. Перелік імпортозамінних товарів постійно переглядається та розширюється і сьогодні становить більше 300 позицій [84].

Використовуючи формулу (2.5), оцінимо місткість російського та білоруського ринків для вітчизняних товарів, виходячи зі структури українського експорту (рис. 2.5).

$$MP = O_{\text{вир}} + O_{\text{імн}} - O_{\text{експ}}, \quad (2.5)$$

де MP – місткість ринку;

$O_{\text{вир}}$ – обсяг виробництва товарів резидентами країни;

$O_{\text{імн}}$ – обсяг імпортованого товару;

$O_{\text{експ}}$ – обсяг експортованого товару.

Результати, подані в табл. 2.9, показують, що найбільш ємним є: в Росії – ринки машин, обладнання та транспортних засобів, а також сільськогосподарської продукції; для Білорусі – ринки мінеральних продуктів, а також машин, обладнання та транспортних засобів. Показовим є те, що ринок машинобудування як в Росії, так і в Білорусі може стати тією нішею зовнішнього ринку, де вітчизняна продукція має порівняльні переваги і де можна розраховувати на додатковий прибуток українських підприємств за рахунок великої ємності цього ринку в цих країнах.

Тому, на наш погляд, аналіз умов постачання вітчизняної продукції машинобудування на зовнішній ринок є актуальним, перспективним для української економіки і потребує додаткового вивчення.

Узагалі, торгівля українських підприємств на ринках Росії та Білорусі істотно відрізняється від торгівлі з іншими країнами світу. Це явно підтверджує товарна структура. Як свідчать індекси спеціалізації українського експорту, розраховані нами в цьому розділі дисертаційної роботи, порівняльні переваги українського товару на цих ринках є досить високими. Ці країни представляють ринок для переважної більшості українських товарів. Це підтверджують і структури імпорту Росії та Білорусі (рис. 2.7), які є відповідними структурі українського експорту на ринки СНД (рис. 2.5) та відображають високий рівень взаємодоповненості економік цих країн і високу внутрішньогалузеву інтегрованість.

Таблиця 2.9

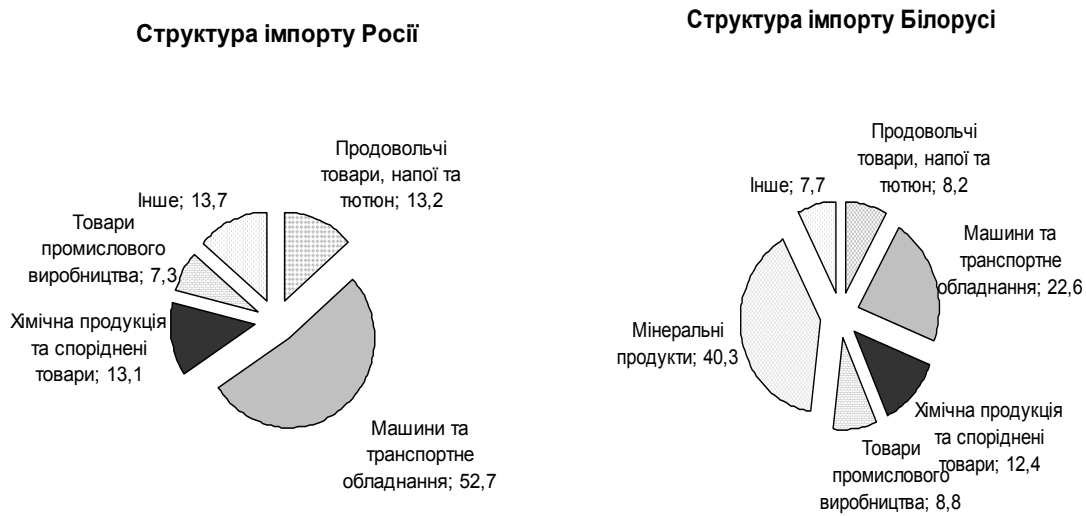
Визначення ємності ринків Росії та Білорусі за основними товарами
структури експорту українських підприємств на ринок СНД

	Росія, млн дол. США	Білорусь млн дол. США
<i>Машини та обладнання, транспортні засоби</i>		
Обсяг виробництва товарів резидентами країни	87813,9	8587,4
Обсяг імпортованого товару	70578,1	6455,4
Обсяг експортованого товару	16615,531	3341,2
Ємність ринку	141776,4	11701,6
<i>Деревина, камінь, метали та вироби з них</i>		
Обсяг виробництва товарів резидентами країни	100827,8	4793,9
Обсяг імпортованого товару	15597,3	2855,4
Обсяг експортованого товару	45362,9	1915,4
Ємність ринку	71062,2	5733,9
<i>Сільськогосподарська продукція</i>		
Обсяг виробництва товарів резидентами країни	91854,3	8977,6
Обсяг імпортованого товару	28314,6	2349,6
Обсяг експортованого товару	9269,1	2298,4
Ємність ринку	110899,8	9028,8
<i>Хімічна продукція</i>		
Обсяг виробництва товарів резидентами країни	33841,05	5044,05
Обсяг імпортованого товару	27115,7	3553,1
Обсяг експортованого товару	17536,8	3873,3
Ємність ринку	43419,9	4723,8
<i>Мінеральні продукти</i>		
Обсяг виробництва товарів резидентами країни	238543,04	9629,5
Обсяг імпортованого товару	3980,7	11547,5
Обсяг експортованого товару	191963,9	8065,8
Ємність ринку	50559,8	13111,2

Джерело: складено автором із використанням матеріалів Федеральної служби державної статистики Росії та Національного статистичного комітету Республіки Білорусь

Як бачимо з рис. 2.7, основною імпортованою продукцією як для Росії, так і для Білорусі, є машини та транспортне обладнання, реалізація яких з України становить 32% у загальній кількості українського експорту.

Свідченням цього є питома вага вивезення з України до Росії машин для збирання буряку та кукурудзи, що становить 100 %, насосів парових – 100 %.



Джерело: побудовано автором із використанням матеріалів Федеральної служби державної статистики Росії та Національного статистичного комітету Республіки Білорусь

Рис. 2.7. Структура імпорту основних торговельних партнерів України на ринку СНД

Українським підприємствам необхідно не втратити свої конкурентні позиції на цих великих для споживання ринках, оскільки останніми роками з'являються ознаки того, що українська продукція машинобудування зіштовхується з постійно зростаючою конкуренцією на ринках Росії та Білорусі, що проявляється в скороченні частки українського експорту в загальному споживанні зазначеної продукції на цих ринках.

У табл. 2.10 наведені основні показники, що характеризують умови постачання продукції машинобудування з України на ринки Росії та Білорусі та визначають перспективну ємність цих ринків для вітчизняної продукції.

Як свідчать дані табл. 2.10, 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 2010 році в Росії (майже на 29 %) та Білорусі (більше ніж на 25 %). Однак негативним моментом для

українського експорту є можливість збільшення організаціями-резидентами цих країн потужності під час виробництва окремих продуктів цієї галузі, що становить за окремими товарами менше 100 %. Позитивним для українського експортера є постійне збільшення цін на продукцію зазначеної галузі, як у Росії, так і в Білорусі, що створює додаткові прибутки.

Таблиця 2.10

Ємність ринків Росії та Білорусі для експорту
машин та обладнання з України

	РІК					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Індекси цін виробників машин та обладнання, %</i>						
Росія	110,4	110,5	113,9	118,5	109,2	116,7
Білорусь	109,3	108,6	106,6	111,4	101,0	118,9
<i>Індекси обсягу виробництва машин та обладнання, %</i>						
Росія	99,7	109,4	119,1	104,0	71,6	112,2
Білорусь	114,7	110,0	113,9	110,2	74,4	116,7
<i>Використання середньорічної потужності організацій з виробництва окремих продуктів машинобудування, %</i>						
Росія						
Трактори	10	15	19	21	12	23
Кувально-пресувальні машини	30	39	42	44	22	38
Металорізальні верстати	13	13	14	16	6,4	7,7
Білорусь						
Трактори	84	97	95	97	76	71
Кувально-пресувальні машини	41	32	28	31	16	22
Металорізальні верстати	62	68	64	77	58	72
<i>Індекс інфляції, %</i>						
Росія	110,9	109,0	112,1	113,3	108,8	108,8
Білорусь	108,0	106,6	112,1	113,3	110,1	109,9

Джерело: складено автором із використанням матеріалів Федеральної служби державної статистики Росії та Національного статистичного комітету Республіки Білорусь.

На наш погляд, формування ефективної зовнішньоекономічної стратегії підприємств машинобудівного комплексу України (де окремі підприємства є монопольними постачальниками важливих технічних вузлів на ринок СНД) сприятиме економічному росту країни. Актуальність дослідження цього питання підтверджує й економічний спад, що спостерігається в такій важливій для країни галузі, як машинобудування, в останніми роками. Тому цьому питанню буде приділена особлива увага в третьому розділі даної дисертаційної роботи.

2.3. Моніторинг передумов та чинників ефективного функціонування основних експортерів машинобудівної продукції України

Трансформаційні процеси попередніх років стали визначальним чинником сьогоденної ситуації в українській галузі машинобудування. У машинобудівному комплексі існують проблеми, зумовлені недосконалістю складу галузі, високою ресурсовитратністю, обмеженою платоспроможністю, недостатньою потужністю фінансової системи, великим податковим навантаженням та недосконалим законодавчим забезпеченням.

Зауважимо, що регуляторна політика продовжує здійснюватися на основі національних стандартів, які не повною мірою відповідають світовим вимогам.

Визначальною ланкою машинобудування при міжнародному економічному співробітництві, у цій ситуації може стати виробничий та ресурсний потенціал за умови науково-технічного розвитку.

Основними складовими потенціалу машинобудування, як зазначено в Державній програмі розвитку промисловості [53], можуть бути:

- значні виробничі потужності, що здатні до реалізації технологій і швидкого нарощування обсягів виробництва;

- масштабна науково-технічна система, спроможна задовольнити потреби інноваційного розвитку машинобудування;
- наявність висококваліфікованих працівників у галузі.

Важливим для цього є наявність платоспроможного внутрішнього ринку та ринкової інфраструктури, що динамічно розвивається.

Для того щоб уявити реальну картину, що склалася в машинобудівному комплексі України, розглянемо табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Індекси промислової продукції машинобудування в 2008–2011 рр. (дані на початок року), % до попереднього року

	РІК				2011 до 2008
	2008	2009	2010	2011	
Машинобудування	119,0	100,3	55,1	136,1	75,3
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування	103,0	98,2	62,4	121,1	74,2
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	129,1	93,2	71,8	124,2	83,1
виробництво транспортних засобів та устаткування	130,0	105,7	42,1	161,9	72,0

Джерело: Державна служба статистики України

Як бачимо з табл. 2.11, діяльність машинобудівних підприємств впродовж досліджуваного періоду мала нестабільну динаміку. Причиною чтала світова економічна криза, яка найбільше вплинула на виробництво транспортних засобів та устаткування (скорочення більш ніж удвічі в 2009 році порівняно з 2008 роком). У цілому машинобудівні підприємства скоротили випуск своєї продукції в 2010 році на 30 % порівняно з 2007 роком.

Істотне скорочення обсягу випуску продукції машинобудування відбувалося з одночасним підвищенням цін на всю продукцію зазначеної галузі, що було викликано значною девальвацією національної грошової одиниці (див. табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Індекси цін виробників у машинобудуванні в 2007–2010 рр. (дані на початок року), % до попереднього року

	РІК			
	2008	2009	2010	2011
Машинобудування	111,9	122,0	107,7	112,2
в тому числі:				
виробництво машин та устаткування	109,2	121,1	109,1	106,1
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	108,9	112,6	114,7	106,9
виробництво транспортних засобів та устаткування	115,4	126,4	104,2	117,6

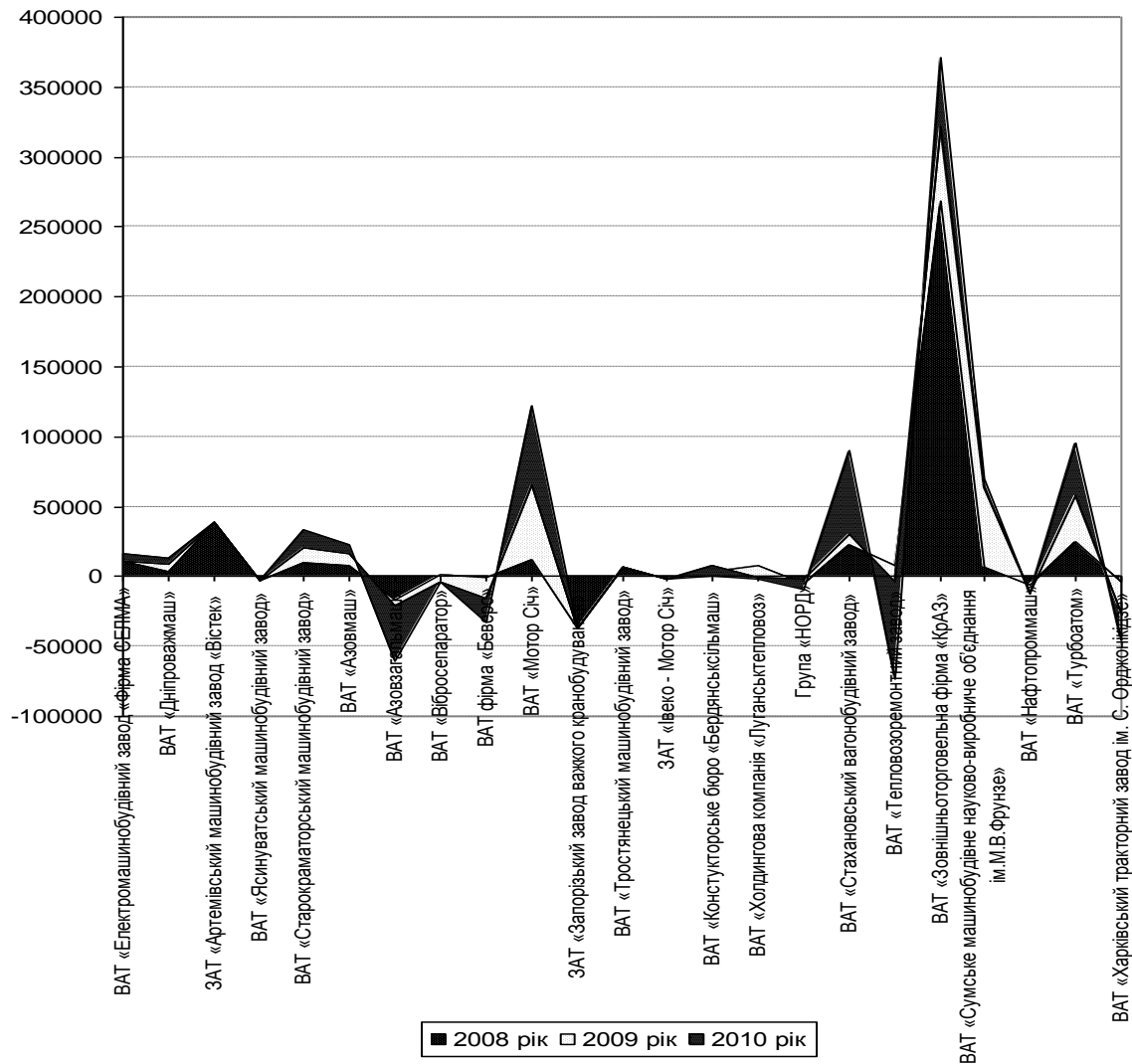
Джерело: Державна служба статистики України.

Машинобудівні підприємства є одними з найбільш постраждалих від економічної кризи. Через зменшення зовнішнього попиту відбулося зниження ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, істотно скоротились обсяги експортних поставок на зовнішні ринки.

За даними Міністерства економіки України до головних експортерів продукції машинобудування належать підприємства, перелік яких наведений у додатку Н.

Економічні результати діяльності цих підприємств з останніми роками свідчать про зниження технологічних темпів розвитку підприємств, скорочення обсягів випуску наукомісткої, високотехнологічної продукції, погіршення економічних результатів порівняно з попередніми роками.

На рис. 2.8 показані результати господарської діяльності досліджуваних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств у 2008–2010 роках.



Джерело: побудовано автором за власними розрахунками.

Рис. 2.8. Прибуток/збиток на одного працівника від діяльності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2008 – 2010 рр., грн

Майже всі досліджувані підприємства в 2009 році погіршили показник «прибуток на одного працівника», що пов'язано зі зменшенням рівня рентабельності обороту, зменшенням частки реалізованої продукції у загальному обсязі випуску продукції, а також зі зменшенням середньорічного виробітку продукції на одного працівника у поточних цінах. У 2010 році

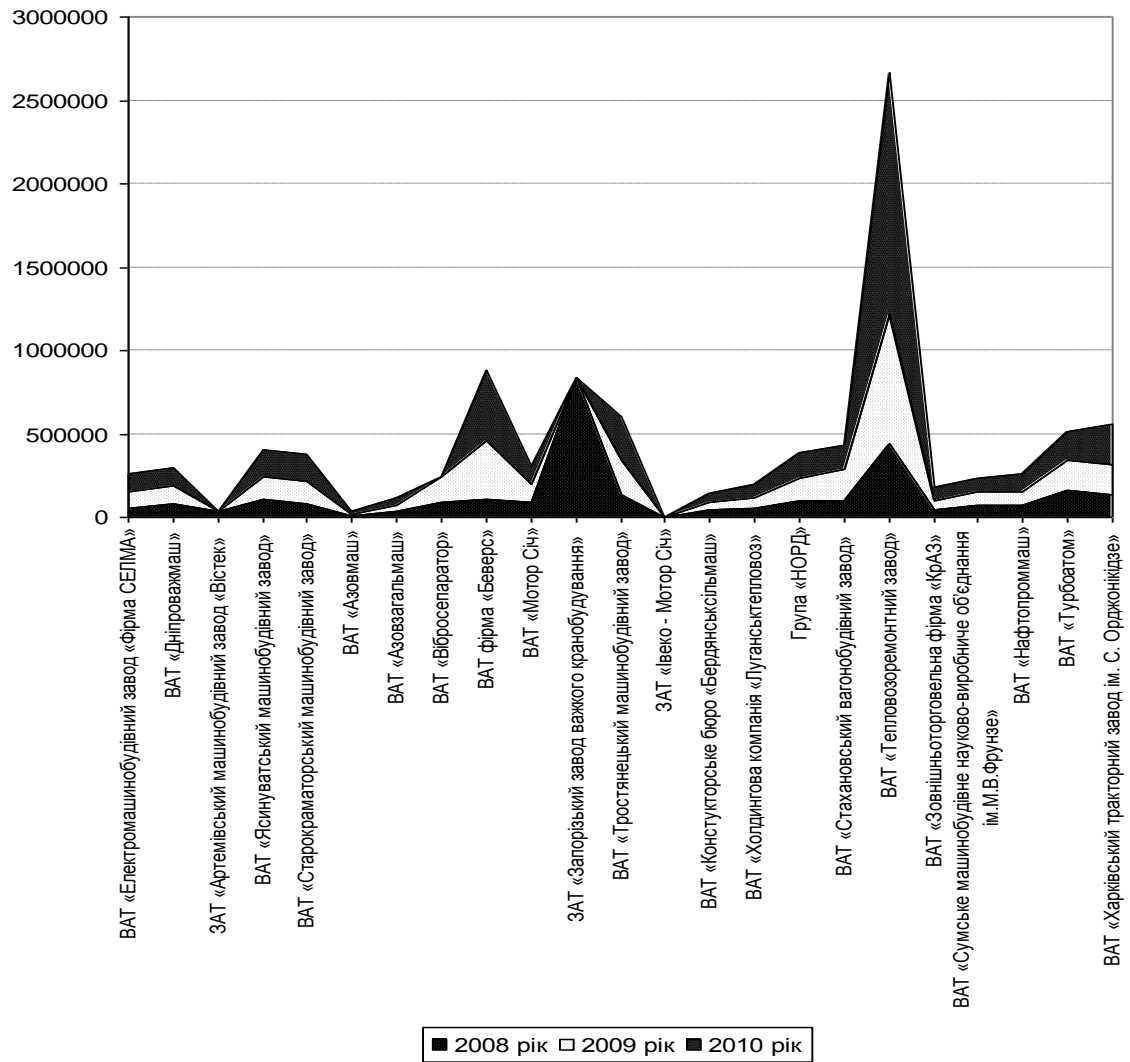
ситуація дещо покращилася для експортоорієнтованих машинобудівних підприємств.

Визначальну роль в отриманні збитків машинобудівними підприємствами мали збільшення дебіторської та кредиторської заборгованостей за досліджуваний період. Також негативний вплив на результати діяльності спричинило зменшення обсягу виробництва продукції, закордонних поставок сировини, напівфабрикатів та комплектуючих.

Покращання цього показника у 2009 році в окремих підприємств (ПАТ «Дніпроважмаш», ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод», ВАТ «Мотор Січ», ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе») пов'язане не з поліпшенням фінансового стану цих підприємств, а зі значним скороченням кількості працюючих (до 70 %). Це, у свою чергу, пояснює збільшення показника «фондоозброєність» на всіх досліджуваних підприємствах без винятку (рис. 2.9).

Наявність і забезпеченість підприємств основними фондами є важливим фактором виробництва. Від їх кількості, технічного рівня та вартості залежать фінансові результати діяльності підприємства. Основні засоби відносять до найменш ліквідного майна підприємства, що використовується в його господарській діяльності тривалий час.

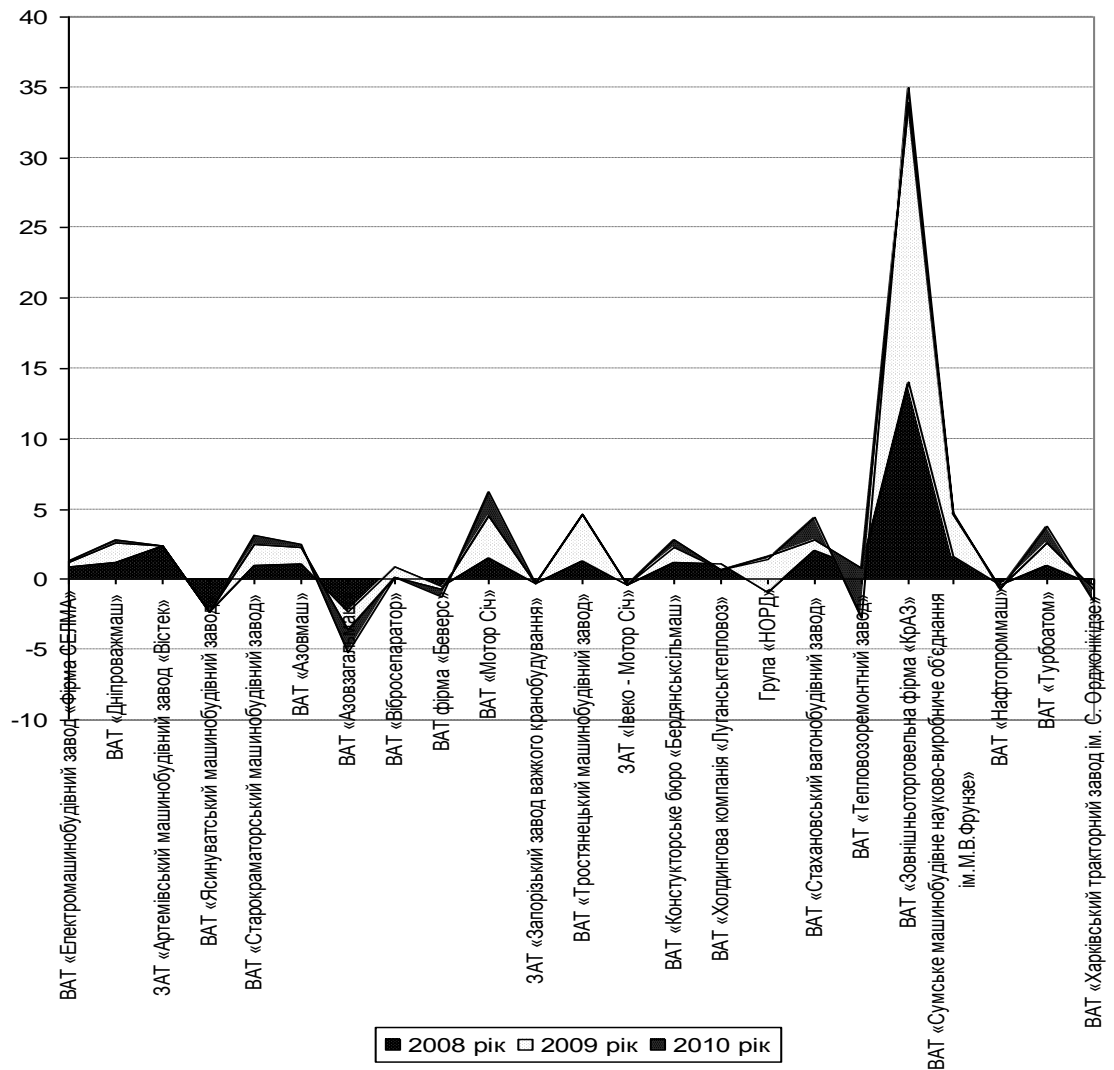
Безумовними лідерами за показником «фондоозброєність» серед досліджуваних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств є ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування» та ВАТ «Тепловозоремонтний завод». Причому даний показник ВАТ «Тепловозоремонтний завод» істотно погіршив у 2010 році порівняно з 2008 роком, що, в свою чергу, підтверджує факт значного скорочення саме на зазначених підприємствах машинобудування.



Джерело: побудовано автором за власними розрахунками.

Рис. 2.9. Динаміка фондоозброєності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2008 – 2010 рр., грн на одного працівника

Відомо, що результати господарської діяльності залежать передусім від ефективності використання живої праці. Високий рівень продуктивності праці сприяє збільшенню обсягів виробництва продукції та зростанню прибутку. Збільшення показника «прибуток (+)/збиток (-) від реалізації продукції на гривню зарплати» майже на всіх підприємствах машинобудівної галузі пов'язане зі значним скороченням фонду заробітної плати за рахунок зменшення середньої кількості працівників на підприємстві (рис. 2.10).



Джерело: побудовано автором за власними розрахунками.

Рис. 2.10. Прибуток/збиток від реалізації продукції на 1 гривню заробітної плати експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2008 – 2010 рр.

Підтвердженням негативних тенденцій, що відбуваються за аналізований період на досліджуваних підприємствах, є показник «індекс обсягу продажів», значення якого свідчить про значне скорочення обсягів чистої виручки від реалізації продукції машинобудування (до 80 % у 2010 році) (табл. 2.13).

Як свідчать дані табл. 2.13, лише окремі підприємства (а саме: ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод», ВАТ «Азовмаш»,

ВАТ «Мотор Січ», ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе», ВАТ «Турбоатом») спромоглися в 2009 році наростити свій потенціал і отримати більший дохід ніж у попередньому році, насамперед за рахунок наперед укладених контрактів з платоспроможними споживачами їхньої продукції на зовнішньому ринку.

Таблиця 2.13

Індекс обсягу продажів експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2009 – 2011 рр., початок року

Підприємство	РІК		
	2009	2010	2011
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	1,0004	0,4	1,81
ПАТ «Дніпроважмаш»	1,33	0,58	1,39
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	1,29	*	*
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	1,49	*	*
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	1,074	2,30	1,01
ВАТ «Азовмаш»	0,72	1,13	5,8
ПАТ «Азовзагальмаш»	1,43	0,55	2,7
ВАТ «Вібросепаратор»	1,95	0,80	*
ВАТ фірма «Беверс»	1,06	0,30	0,69
ВАТ «Мотор Січ»	1,17	1,81	1,33
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	1,88	*	*
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	1,33	0,53	0,8
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	0,48	*	*
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськільмаш»	1,32	0,56	0,75
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	2,38	0,41	1,64
ПАТ «НОРД»	0,78	0,78	1,17
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	1,48	0,25	6,3
ВАТ «Тепловозремонтний завод»	1,017	0,25	0,95
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	5,61	0,54	0,3
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М.В.Фрунзе»	1,50	1,34	0,64
ПАТ «Нафтопромаш»	1,58	0,43	1,36
ВАТ «Турбоатом»	1,29	1,57	1,37
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	1,61	0,23	2,08
* - інформація відсутня			

Джерело: розраховано автором з використанням даних [121].

У 2010 році майже всі підприємства (крім ВАТ фірма «Беверс», ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод», ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш», ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ») покращили свої показники і збільшили обсяги реалізації майже в 1,5 раза порівняно з 2009 роком.

У більшості підприємств (див. табл. 2.14) погіршився в 2010 році показник «рентабельність продажу», що свідчить про неефективність структури реалізованої продукції, зниження середньореалізаційних цін за рахунок зменшення попиту на зазначену продукції внаслідок низької платоспроможності споживача, а також про збільшення собівартості реалізованої продукції за рахунок підвищення цін на енергоносії.

Таблиця 2.14

Рентабельність продажів експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2009 – 2011 рр., початок року

Підприємство	РІК		
	2009	2010	2011
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	0,16	0,14	0,03
ПАТ «Дніпроважмаш»	0,26	0,26	0,03
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	0,27	*	*
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	0,21	*	*
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	0,21	0,05	0,03
ВАТ «Азовмаш»	0,17	0,17	0,007
ПАТ «Азовзагальмаш»	-0,11	-0,06	-0,05
ВАТ «Вібросепаратор»	0,23	-0,18	*
ВАТ фірма «Беверс»	-0,11	-0,07	-0,3
ВАТ «Мотор Січ»	0,35	42,8	0,4
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	-0,05	*	*
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	0,25	0,34	0,005
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	-0,17	*	*
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	0,22	0,29	-0,12
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	-0,15	-0,07	-0,009

Продовження табл. 2.14

Підприємство	РІК		
	2009	2010	2011
ПАТ «НОРД»	-0,11	0,18	-0,03
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	0,16	0,08	0,1
ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	0,16	-0,02	-0,65
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	0,39	0,63	0,21
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М.В.Фрунзе»	0,40	0,45	0,73
ПАТ «Нафтопромаш»	-0,12	-0,12	0,05
ВАТ «Турбоатом»	0,28	0,32	0,32
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-0,06	-0,12	-0,19
* - інформація відсутня			

Джерело: розраховано автором з використанням даних [121].

Активи більшості досліджуваних машинобудівних підприємств сформовані в основному за рахунок власних коштів, про що свідчить коефіцієнт фінансової залежності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України (табл. 2.15). Лише в окремих підприємств наявна перевага позикових коштів, що, з одного боку, характеризує гнучкість цих підприємств, їхню здатність знаходити кредити і повертати їх, довіру до них у діловому світі, а з іншого – залежність від позикових коштів (що за економічної кризи є досить ризикованим і може призвести до банкрутства підприємства).

Одним із основних індикаторів фінансової стійкості підприємства є коефіцієнт фінансового ризику. Для більшості досліджуваних підприємств (табл. 2.15) цей показник збільшився в 2010 році порівняно з 2008 роком. Іншими словами, збільшився ризик вкладання капіталу в діяльність названих підприємств.

Аналіз табл. 2.15 дозволяє зробити загальний висновок про погіршення діяльності машинобудівних підприємств у 2009 році.

Таблиця 2.15

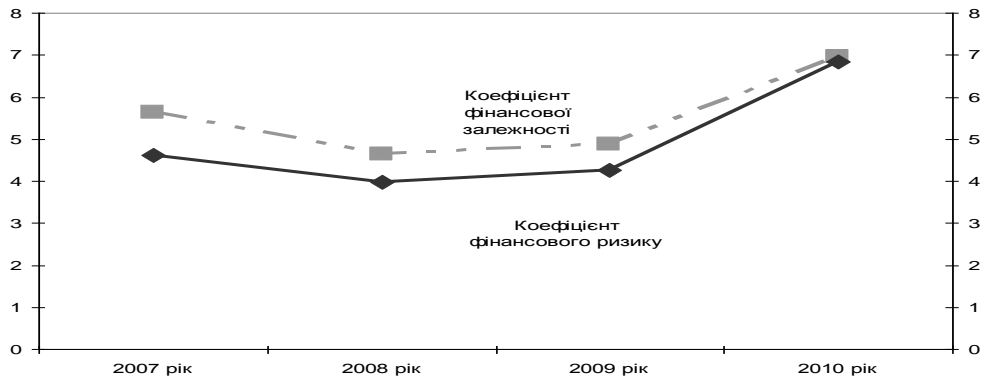
Коефіцієнти фінансової залежності та фінансового ризику експорто-орієнтованих машинобудівних підприємств України в 2008 – 2010 рр.

Підприємство	РІК					
	Коефіцієнт фінансової залежності			Коефіцієнт фінансового ризику		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	1,09	1,09	1,06	0,07	0,08	0,06
ПАТ «Дніпроважмаш»	2,23	1,81	2,07	1,23	0,81	1,07
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	6,69	*	*	5,10	*	*
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	1,69	*	*	0,69	*	*
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	3,88	6,59	2,78	2,88	5,59	1,78
ВАТ «Азовмаш»	1,41	1,35	1,56	0,40	0,35	0,56
ПАТ «Азовзагальмаш»	17,12	7,96	68,5	20,12	10,96	79,3
ВАТ «Вібросепаратор»	1,70	1,65	*	0,69	0,65	*
ВАТ фірма «Беверс»	1,19	1,06	1,06	0,19	0,06	0,06
ВАТ «Мотор Січ»	1,96	1,65	1,61	0,95	0,65	0,61
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	14,44	*	*	15,37	*	*
ВАТ «Гростянецький машинобудівний завод»	1,44	1,34	1,29	0,43	0,33	0,28
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	0,10	*	*	0,04	*	*
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	2,73	2,36	2,85	1,73	1,36	1,85
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	5,25	29,59	3,57	4,17	30,06	3,65
ПАТ «НОРД»	2,19	2,08	2,02	1,19	1,08	1,02
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	3,90	3,43	4,06	2,90	2,43	3,06
ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	1,86	1,97	1,81	0,86	0,97	0,81
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	20,25	15,79	18,2	18,93	14,68	17,2
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М.В.Фрунзе»	4,44	3,38	3,37	3,43	2,38	2,36
ПАТ «Нафтопромаш»	2,26	3,35	4,52	1,26	2,35	3,51
ВАТ «Турбоатом»	1,43	1,39	1,40	0,41	0,39	0,40
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	7,42	4,71	3,66	8,39	5,70	5,40
* - інформація відсутня						

Джерело: розраховано автором з використанням даних [121].

Дані таблиці дають можливість дослідити тенденцію зміни середнього значення вищезазначених двох показників впродовж 2007 – 2010 років (рис. 2.11).

Головною причиною негативних тенденцій у діяльності експортоорієнтованих вітчизняних машинобудівних підприємств стало зменшення попиту на зовнішніх ринках.

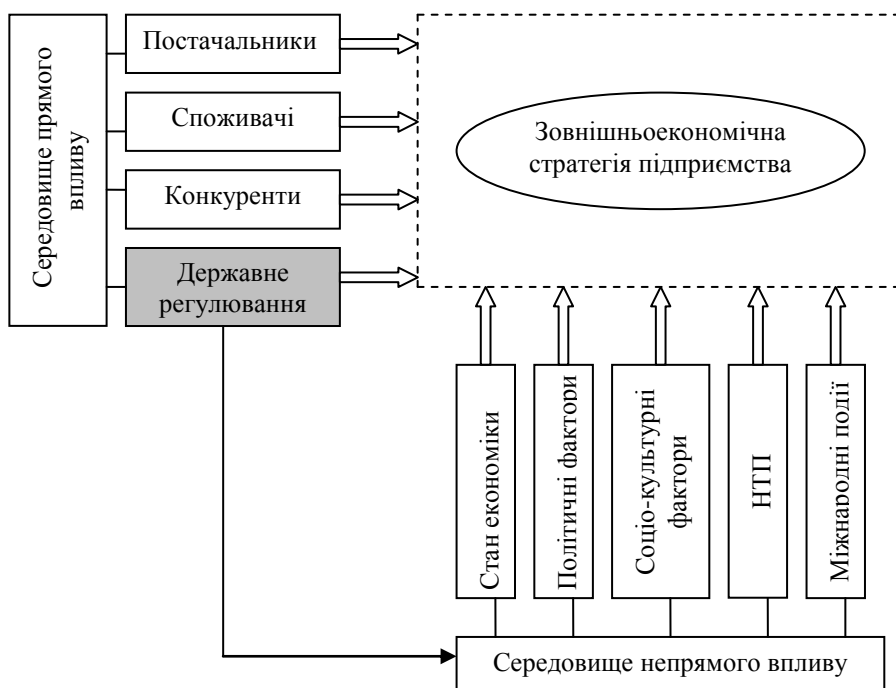


Джерело: побудовано автором за власними розрахунками

Рис. 2.11. Середні значення коефіцієнтів фінансової залежності та фінансового ризику експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2007 – 2010 рр.

Підприємство під час планування своєї стратегії виходу на зовнішній ринок повинне враховувати рівень державного впливу на галузь, у якій здійснює свою діяльність підприємство.

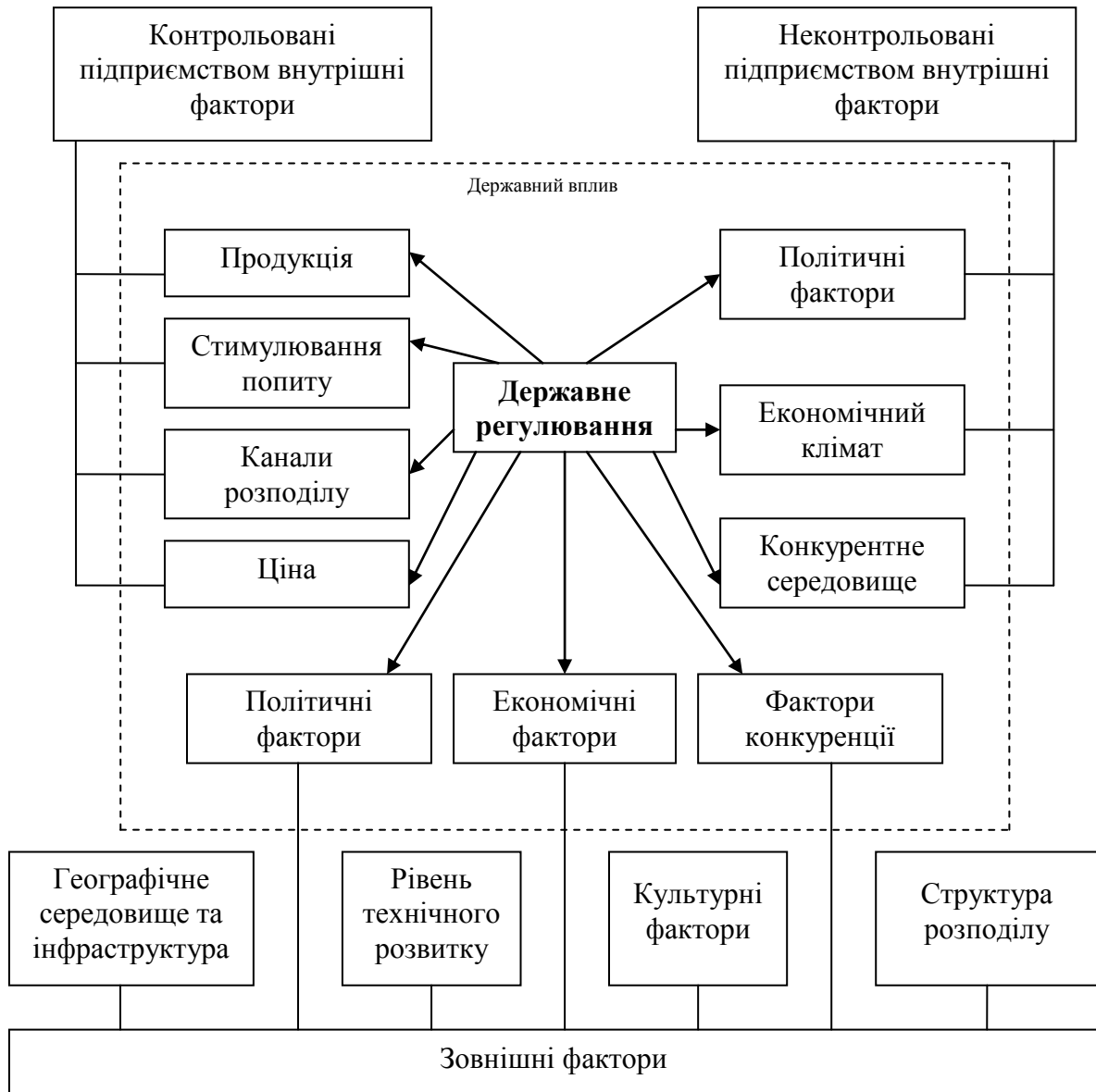
Саме державне регулювання можна назвати визначальним фактором прямого впливу, який формує підґрунтя та клімат для факторів непрямого впливу на зовнішньоекономічну стратегію підприємства (рис. 2.12).



Джерело: побудовано автором.

Рис. 2.12. Фактори прямого та непрямого впливу на ЗЕС підприємства

Роль державного регулювання при визначенні внутрішніх та зовнішніх факторів ефективного розвитку підприємства чітко показана на рис. 2.13.



Джерело: побудовано автором.

Рис. 2.13. Роль державного регулювання при визначенні внутрішніх та зовнішніх факторів ефективного розвитку підприємства

Процес планування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок повинен здійснюватися в три етапи:

1. Збір вихідної інформації про умови діяльності. На цьому етапі підприємство повинне вивчити умови, створені з боку держави, в плані сприяння або, навпаки, стримування експорту визначеної продукції на відповідні зовнішні ринки.

2. Стратегічний аналіз. Підприємство кількісно визначає рівень зміни державного впливу на свою діяльність у поточному періоді порівняно з базисним і з урахуванням цього формує стратегію виходу на зовнішній ринок.

3. Формування зовнішньоекономічної стратегії виходу на новий ринок.

Послідовно-логічна схема процесу планування стратегії ЗЕД та виходу підприємства на зовнішній ринок на основі рівня державного регулювання запропонована нами на рис. 2.14.



Джерело: розроблено автором.

Рис. 2.14. Послідовно-логічна схема процесу формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок на основі індексу державного регулювання

З рис. 2.14 бачимо, що на формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства прямий вплив чинять рівень державної підтримки вітчизняного експортера та ті умови, які створюються для сприяння розвитку ЗЕД підприємства за рахунок застосування різних заходів державного регулювання.

Підприємство, яке виходить на зовнішній ринок зі своєю продукцією, має враховувати всі позитивні, можливо, й негативні аспекти державного регулювання розвитку галузі, в якій здійснює свою діяльність підприємство, оскільки це один із основних показників, що впливають на умови та способи виходу підприємства на нові міжнародні ринки.

Рівень впливу державного втручання в діяльність підприємства в поточному періоді ми пропонуємо оцінювати через індекс державного регулювання підприємств відповідної галузі народного господарства (рис. 2.14), який залежатиме від рівня економічного регулювання в промисловості.

На рівень економічного регулювання діяльності підприємства впливають: субсидії та поточні трансферти у промисловість (СПТ), видатки державного значення, спрямовані на дослідження і розроблення (ДРДЗ), капітальні трансферти підприємствам (установам, організаціям) (КТ), обсяг заборгованості з компенсації податку на додану вартість (ЗКПДВ), коливання валютного курсу національної грошової одиниці (ВКНГО).

Цей перелік показників можна розширити залежно від економічних умов і специфіки діяльності підприємства. Ми обрали такий перелік на основі головних статей витрат бюджетних коштів Міністерством промисловості України в розрізі економічної класифікації видатків.

Таким чином, можна визначити індекс державного регулювання діяльності промислових підприємств за формулою

$$I_{op} = \sqrt[5]{\frac{СПТ_n}{СПТ_0} \times \frac{ДРДЗ_n}{ДРДЗ_0} \times \frac{КТ_n}{КТ_0} \times \frac{ВКНГО_0}{ВКНГО_n} \times \frac{ЗКПДВ_0}{ЗКПДВ_n}}, \quad (2.5)$$

де $I_{др}$ – індекс державного регулювання діяльності промислових підприємств.

Індекси «п» та «б» відповідають показникам поточного та базового періодів. З урахуванням того, що зростання окремого показника в поточному періоді порівняно з базовим може чинити як позитивний ефект на рівень державного регулювання, так і негативний (наприклад, зростання обсягу заборгованості з компенсації ПДВ), відповідні показники розміщуватимуться в чисельнику або знаменнику.

Знецінення валютного курсу національної грошової одиниці впливає позитивно на ефективність ЗЕД вітчизняних експортерів за рахунок можливості зменшення експортної ціни. Проте в підрозділі 2.1 ми встановили високу імпортозалежність українських виробників, і таке знецінення негативно відобразиться на діяльності промислових підприємств України. Тому в формулі (2.5) записано відношення валютного курсу в базовому періоді до поточного.

Розрахунок індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств України дозволить оцінити зміни рівня ефективності державного регулювання. Залежно від того, більше чи менше за одиницю розрахований індекс, можна зробити висновок про розмір збільшення або зменшення ефективності державного регулювання в поточному періоді порівняно з базовим. Висновки, отримані на базі розрахунку цього індексу, будуть характеризуватимуть зміни у результатах розвитку державної підтримки діяльності промислових підприємств та впливати на подальше формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Отже, використання інтегрального показника рівня державного регулювання діяльності підприємств виводить оцінку ефективності реалізації виробничого потенціалу на якісно новий рівень, що, у свою чергу, сприяє вдосконаленню діяльності вітчизняного суб'єкта ЗЕД.

Визначимо індекс державного регулювання промислових підприємств України впродовж 2009 – 2011 рр. Дані подамо в табл. 2.16.

Розрахунок індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств України в 2009 – 2011 рр. (дані на початок року)

Показник	РІК			
	2007	2008	2009	2010
Субсидії та поточні трансферти (СПТ), тис. грн.	21654,9	223921,9	123474,9	237903,8
Дослідження і розроблення, видатки державного значення (ДРДЗ), тис. грн	63122,7	117209,4	287284,8	114920,5
Капітальні трансферти підприємствам (установам, організаціям) (КТ), тис. грн	64778,8	52136,6	186795,2	63672,3
Обсяг заборгованості з компенсації податку на додану вартість (ЗКПДВ), млрд грн	1,926	8,0	12,79	21,84
Коливання валютного курсу національної грошової одиниці відносно 100 доларів США (ВКНГО)	505,00	505,00	526,72	779,12
<i>Індекс державного регулювання діяльності промислових підприємств ($I_{др}$)</i>	*	1,29	1,23	0,63

Джерело: розраховано автором на основі Звітів про витрачання бюджетних коштів у розрізі економічної класифікації видатків за 2006 – 2009 роки по Міністерству промислової політики України, даних Державної податкової адміністрації України та Національного банку України

З таблиці бачимо: на початок 2011 року індекс державного регулювання діяльності становив 0,63, а це означає, що держава майже вдвічі скоротила підтримку промислових підприємств і це не могло не відобразитися на фінансових результатах діяльності виробничих об'єднань і, як наслідок, на їх зовнішньоекономічній діяльності.

Для перевірки впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств (якісного фактора) на основні фінансові результати машинобудівних підприємств (кількісні показники, розраховані нами в додатку П) проведемо дисперсійний аналіз.

Сутність дисперсійного аналізу полягає в тому, що загальна варіація результуючого показника розподіляється на частини, що відповідають окремому та спільному впливу різних якісних факторів, та остаточну варіацію, яка акумулює вплив усіх неврахованих факторів. Статистичне вивчення цих частин дозволить зробити висновок про те, чи дійсно впливає на результуючий показник обраний фактор.

Маємо вихідні дані, наведені в додатку П: $I = 23$ групи спостережень (23 машинобудівні підприємства); обсяг вибірки $n = 65$.

Знаходимо суми квадратів відхилень, необхідних для дисперсійного аналізу (розрахунок наведений в додатку Р):

- суму квадратів відхилень всередині груп S_R^2 (остаточна варіація);
- суму квадратів відхилень між групами S_A^2 (варіація, обумовлена якісним фактором);
- суму квадратів відхилень від загальної середньої S^2 (повна варіація).

У табл. 2.17 подамо результати дисперсійного аналізу впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на такі показники діяльності машинобудівних підприємств у 2009 – 2011 рр., як: прибуток / збиток на одного працівника, індекс обсягу продажів, рентабельність продажу, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансового ризику.

З табл. 2.17 знайдемо розрахункове F відношення (критерій Фішера) для кожного з показників за формулою

$$F = \frac{S_A^2 / I - 1}{S_R^2 / n - I}. \quad (2.6)$$

Для показника «прибуток / збиток на одного працівника»:

$$F = \frac{1361693529}{1452357290} = 0,9376.$$

Порівняємо розрахункове значення F з табличним значенням:

$$F_\alpha(I - 1, n - I) = F_{0,05}(22, 42) = 1,96.$$

Оскільки $F = 0,9376 < 1,96 = F_{0,05}(22, 42)$, то гіпотеза про вплив індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на показник «прибуток / збиток на одного працівника» відхиляється (з ймовірністю 95 %).

Таблиця 2.17

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

Показник	Компонента варіації	Сума квадратів	Число ступенів свободи	Середній квадрат
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
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
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
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
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

Джерело: розраховано автором за даними річних звітів 23 експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України..

Для показника «індекс обсягу продажів»:

$$F = \frac{0,4663}{0,6661} = 0,7.$$

Порівняємо розрахункове значення F із табличним значенням. Оскільки $F = 0,7 < 1,96 = F_{0,05}(22, 42)$, то гіпотеза про вплив індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на показник «індекс обсягу продажів» відхиляється (з імовірністю 95 %).

Для показника «рентабельність продажу»:

$$F = \frac{26,8258}{28,5556} = 0,9394.$$

Порівняємо розрахункове значення F із табличним значенням. Оскільки $F = 0,9394 < 1,96 = F_{0,05}(22, 42)$, то гіпотеза про вплив індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на показник «рентабельність продажу» відхиляється (з імовірністю 95%).

Для показника «коефіцієнт фінансової залежності»:

$$F = \frac{101,1455}{29,3792} = 3,4428.$$

Порівняємо розрахункове значення F із табличним значенням. Оскільки $F = 3,4428 > 1,96 = F_{0,05}(22, 42)$, то гіпотеза про вплив індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на показник «коефіцієнт фінансової залежності» приймається (з імовірністю 95%).

Для показника «коефіцієнт фінансового ризику»:

$$F = \frac{112,3059}{29,6069} = 3,7932.$$

Порівняємо розрахункове значення F із табличним значенням. Оскільки $F = 3,7932 > 1,96 = F_{0,05}(22, 42)$, то гіпотеза про вплив індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на показник «коефіцієнт фінансового ризику» приймається (з імовірністю 95%).

Таким чином, дисперсійний аналіз показав наявність впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на два

важливих фінансових показники діяльності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України:

- коефіцієнт фінансового ризику;
- коефіцієнт фінансової залежності.

Зазначимо, що в Україні до цього часу не створено ефективно діючої системи державної підтримки та стимулювання як розвитку експортного виробництва продукції машинобудування, так і просування експортної продукції на зовнішні ринки. Причинами цього можуть бути: недооцінка урядовими структурами експортного потенціалу машинобудівних підприємств як важливого фактора прискорення економічного розвитку; неврахування світового досвіду в сфері застосування інноваційних заходів зі стимулювання експорту; неповне використання ролі держави в галузі зовнішньої торгівлі. Проте, саме від державного регулювання залежать обсяги вітчизняного виробництва, підвищення рівня його рентабельності, співвідношення попиту та пропозиції на ринку і, як наслідок, експортний дохід суб'єкта ЗЕД у галузі машинобудування.

Висновки до розділу 2

Ґрунтуючись на проведеному у другому розділі дослідженні, ми дійшли таких висновків.

Несприятливі тенденції, які спостерігаються в зовнішній торгівлі України останніми роками, підтверджують необхідність та важливість активізації зовнішньоторговельної діяльності країни, насамперед за рахунок підвищення ефективності використання експортного потенціалу на рівні країни та на рівні підприємства.

У сучасних умовах економічного розвитку актуальним є збільшення потенціалу машинобудівного комплексу України за допомогою формування ефективної стратегії виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки, яка

повинна враховувати ємність потенційних ринків збуту для української продукції і сприяти встановленню високих конкурентних позицій машинобудівних підприємств України на міжнародному ринку.

Існує нагальна необхідність збільшення обсягів експорту продукції високотехнологічних галузей економіки України (машинобудування, у т.ч. енергетичного та сільськогосподарського, літакобудування, моторобудування, суднобудування). Розвиток виробництва високотехнологічної продукції є значним резервом збільшення експорту.

«Виявлені непереваги» українських експортерів під час виробництва виробництві високотехнологічних товарів для ринку Європи та Азії свідчать про відсутність сприятливих умов розвитку промислового виробництва в даному напрямку. З урахуванням специфічних переваг українських експортерів інноваційний вектор розвитку промислового виробництва у країні повинен базуватися на поступовому підвищенні частки високотехнологічних товарів у загальному обсязі світового експорту, істотному збільшенні питомої ваги машин та обладнання та продукції обробної промисловості.

Встановлено, що вітчизняні підприємства мають порівняльні переваги при експорті хімічної продукції та споріднених товарів, машин та транспортного обладнання, різноманітних промислових товарів на ринок країн СНД. У цих умовах важливим для країни 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 % від загального обсягу торговельних операцій між країнами Співдружності).

У цілому в торгівлі великих країн СНД домінують сировинні товари, але неабияке значення відіграють машини та обладнання. Результати показують, що найбільш місткими у Росії є ринки машин, обладнання та транспортних засобів, а також сільськогосподарської продукції; для Білорусі

– ринки мінеральних продуктів, а також машин, обладнання та транспортних засобів. Показовим є те, що ринок машинобудування як у Росії, так і в Білорусі може виступати тією нішею зовнішнього ринку, де вітчизняна продукція має порівняльні переваги і де можна розраховувати на додатковий прибуток українських підприємств за рахунок великої ємності ринку в цих країнах.

Українським підприємствам необхідно не втратити своїх конкурентних позицій на цих великих для споживання ринках, оскільки останніми роками з'являються ознаки того, що українська продукція машинобудування зіштовхується з постійно зростаючою конкуренцією на ринках Росії та Білорусі, що проявляється у скороченні частки українського експорту в загальному споживанні даної продукції на цих ринках.

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 2010 році у Росії та Білорусі. Але негативним моментом для українського експорту є можливість збільшення організаціями-резидентами цих країн потужності при виробництві окремих продуктів даної галузі, яка за окремими товарами становить менше 100 %. Позитивним для українського експортера є постійне збільшення цін на продукцію даної галузі як у Росії, так і в Білорусі, що створює додаткові прибутки.

Істотним стримувальним елементом розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є недосконалість системи заходів державного стимулювання експорту. Підприємство, яке виходить на зовнішній ринок зі своєю продукцією повинне враховувати всі позитивні, а можливо, і негативні аспекти державного регулювання розвитку галузі, в якій здійснює свою діяльність підприємство, оскільки, це один з основних показників, що впливає на умови та способи виходу підприємства на нові міжнародні ринки.

З метою оцінки рівня впливу державного втручання в діяльність підприємства в поточному періоді запропоноване запровадження індексу державного регулювання підприємств відповідної галузі народного господарства, який буде залежати від рівня економічного регулювання у промисловості. Використання показника рівня державного регулювання діяльності підприємств виводить оцінку ефективності реалізації виробничого потенціалу на якісно новий рівень, що, у свою чергу, сприяє вдосконаленню діяльності вітчизняного суб'єкта ЗЕД.

Висновки і результати дисертаційного дослідження, наведені в розділі 2, опубліковані у наукових статтях автора [127; 133; 134; 137; 138].

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНОБУДІВНИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

3.1. Розроблення стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств з врахуванням прогнозних змін вектор-структури їх експорту

Розвиток підприємств машинобудівного комплексу країни сприяє економічному росту країни в цілому, оскільки саме машинобудівний комплекс України є одним з найбільш значущих у промисловості, а його продукція характеризується істотною конкурентоспроможністю на основних ринках збуту вітчизняної продукції машинобудування (ринках СНД).

Спрогнозуємо динаміку вектор-структури експорту машинобудівної продукції України в найближчій перспективі, визначимо пріоритети її подальшого розвитку та запропонуємо стратегічну карту розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України з урахуванням найбільш важливих та значущих напрямків їх розвитку, що характеризується системою збалансованих показників.

Розглянемо більш детально структурні пропорції зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування вітчизняних підприємств у напрямку – експорт. Упродовж будь-якого періоду відбуваються структурні зміни, тобто залежно від стратегічних цілей компанії або держави відбувається динамічна зміна структури торгівлі. Ця зміна, безумовно, відображається на загальних економічних результатах.

Дослідження структурних змін характеризується визначенням узагальнюючих показників [120, 43-44]. Найбільш поширеними є такі:

$$\text{інтегральний коефіцієнт Гатєва } K_{\text{Гатєва}} = \sqrt{\frac{\sum (d_1 - d_0)^2}{\sum d_1^2 + \sum d_0^2}}, \quad (3.1)$$

$$\text{індекс структурних змін Салаї } I_{\text{Салаї}} = \sqrt{\frac{\sum \left(\frac{d_1 - d_0}{d_1 + d_0}\right)^2}{n}}, \quad (3.2)$$

$$\text{індекс Рябцева } I_{\text{Рябцева}} = \sqrt{\frac{\sum (d_1 - d_0)^2}{\sum (d_1 + d_0)^2}}, \quad (3.3)$$

де d_{ij} – питома вага i -ї частини сукупності в j -й момент часу.

У процесі дослідження структури експорту продукції машинобудування використаємо всі вищезазначені показники для більш повної характеристики аналізованого явища. Для цього скористаємося даними табл. 2.5. Розрахунок наведений у додатку С, а отримані результати подані в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Узагальнювальні показники структурних змін експорту продукції машинобудування вітчизняних підприємств у 2003-2011 рр., початок року

Показник	РІК								
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Інтегральний коефіцієнт Гатєва	0,0633	0,0785	0,0107	0,0307	0,0797	0,0701	0,0525	0,2870	0,227
Індекс структурних змін Салаї	0,0654	0,0659	0,0311	0,1014	0,0533	0,0642	0,0435	0,2420	0,093
Індекс Рябцева	0,0448	0,0556	0,0075	0,0217	0,0568	0,0024	0,0371	0,2073	0,161

Джерело: розраховано автором.

З отриманих у табл. 3.1 даних бачимо, що структура експорту продукції машинобудування впродовж 2002-2008 років не зазнавала суттєвих структурних змін. У 2009 році ситуація змінилась, і можна спостерігати високий рівень структурних розбіжностей за рахунок істотного збільшення

частки експорту механічного обладнання; машин та механізмів, електрообладнання та їх частин; пристроїв для записування або відтворення зображення і звуку та скорочення обсягів реалізації транспортних засобів та шляхового обладнання. Зазначимо, що структура експорту в 2009 році стала ідентичною структурі 2001 року.

Для оцінки структурних змін у структурі експорту продукції машинобудування вітчизняних підприємств скористаємося геометричним методом конструювання критерію економічної ефективності, який може використовувати суб'єкт господарювання при прийнятті стратегічних раціональних рішень. За цим критерієм частки експорту за різними товарами будуть визначатися векторами, інтенсивність структурних змін – довжиною вектора, а напрям – кутом повороту вектора [23; 122].

Довжину вектора $|\vec{E}|$ та кут повороту α визначимо за формулами:

$$|\vec{E}| = \sqrt{\sum_{i=1}^n (d_1 - d_0)^2}, \quad (3.4)$$

$$\alpha = \arccos \frac{\sum_{i=1}^n d_{1i} \times d_{0i}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n d_{1i}^2 \times \sum_{i=1}^n d_{0i}^2}}. \quad (3.5)$$

Результати розрахунків для експорту продукції машинобудування вітчизняних підприємств у 2003 – 2011 рр. наведені в табл. 3.2.

Найбільш Істотні зміни структури експорту української продукції машинобудування характеризуються кутом повороту $23,03^{\circ}$ у 2009 році. Загальний кут зміни вектор-структури експорту становив $51,95^{\circ}$.

Найбільше значення вектора було в останньому аналізованому періоді 2008 – 2009 рр. за рахунок стрімкого підвищення частки реалізації механічного обладнання; машин та механізмів, електрообладнання та їх частин; пристроїв для записування або відтворення зображення і звуку в загальному обсязі експорту продукції машинобудування.

Таблиця 3.2

Аналіз структури експорту продукції машинобудування вітчизняних підприємств у 2003 – 2011 рр. за критерієм «вектор», початок року

Показник	РІК								
	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Довжина вектора	6,52	7,83	1,04	3,04	7,87	9,68	5,04	28,62	23,27
Кут повороту вектора (град.)	4,77	6,09	0,84	2,05	6,24	4,67	4,26	23,03	11,3

Джерело: розраховано автором.

Повільні коливання інтенсивності структури трансформацій та зміни кутів повороту векторів упродовж всього досліджуваного періоду свідчать про планомірний розвиток експортної діяльності машинобудівних підприємств України.

За допомогою кореляційного аналізу встановимо регресійну залежність між двома результативними показниками (довжина та кут повороту вектор-структури експорту продукції машинобудування України) та факторними показниками, які були визначені нами в 1-му розділі даного дисертаційного дослідження при побудові системи збалансованих показників (рис. 1.13), як найбільш значущими та впливовими для ефективної стратегії підприємства на зовнішньому ринку, а саме:

- виробничий процес, який буде характеризуватися фінансовим результатом, отриманим машинобудівними підприємствами в відповідному році;
- обсяг інвестиційних вкладень у дану галузь;
- кількість інноваційноактивних промислових підприємств;
- середня заробітна плата в галузі;
- індекс цін виробників, що характеризує маркетингову діяльність;
- рівень ризику, який у нашому випадку буде визначатися загальним рівнем економічної свободи у країні.

Таблиця 3.3

Вихідні дані для побудови регресійних моделей залежності динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування України від системи збалансованих показників, дані на початок року

Відомі значення	Показник	РІК								
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Факторні показники										
x_1	ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС (фінансовий результат, отриманий машинобудівними підприємствами, млн грн.)	52,6	432,1	1612,9	2238,5	1916,9	5127,5	704,6	1921,1	7176,0
x_2	ІНВЕСТИЦІЇ (обсяг інвестиційних вкладень у галузь, млн грн.)	1024	1646	2268	2251	3653	5340	6189	4097,9	4400,184
x_3	ІННОВАЦІЇ (кількість інноваційно-активних підприємств, од.)	454	449	444	394	360	421	400	406	331
x_4	МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ (індекс цін виробників продукції машинобудування, %)	102,8	105,8	110,9	110,1	104,3	109,9	120,0	111,3	110,7
x_5	ПЕРСОНАЛ (середня заробітна плата в галузі, грн)	388,34	492,58	638,89	831,77	1067,9	1380	1791	1709	2262
x_6	РИЗИКИ (100 – загальний рівень економічної свободи у країні, %)	51,8	48,9	46,3	44,2	45,6	48,5	49	51,2	53,6
Результативні показники										
$ \vec{E} $	Довжина вектора $ \vec{E} = \overline{m} \overline{x} + b$	6,52	7,83	1,04	3,04	7,87	9,68	5,04	28,62	23,27
α	Кут повороту вектора (град.) $\alpha = \overline{ax} + b$	4,77	6,09	0,84	2,05	6,24	4,67	4,26	23,03	11,3

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків та даних Державної служби статистики України.

У табл. 3.3 подані вихідні дані для встановлення кореляційно-регресійної залежності між вищепереліченими показниками та для встановлення прогнозних значень зміни вектор-структури експорту продукції вітчизняного машинобудування у найближчій перспективі.

Згідно з проведеним дослідженням нами встановлені такі регресійні залежності:

$$|\vec{E}| = -2,235152x_1 + 0,0592791x_2 - 2,31437362x_3 + 0,313146x_4 - 0,0065323x_5 - 0,0017078x_6 + 202,424213$$

$$\alpha = -2,433252x_1 + 0,0531414x_2 - 2,0901561x_3 + 0,2931102x_4 - 0,0055737x_5 - 0,0024726x_6 + 198,09502$$

Бачимо, що зміна і довжини, і кута вектор-структури експорту продукції машинобудівних підприємств знаходилися майже під однаковим впливом аналогічних показників. Так, найбільше впливали на вектор-структуру експорту української продукції машинобудування такі показники, як фінансовий результат, які отримали підприємства машинобудування в аналізованому періоді, а також кількість інноваційноактивних підприємств у галузі.

Для прогнозування знайдемо регресійну залежність довжини вектора $|\vec{E}|$ та величини кута α від часу t :

$$|\vec{E}| = 2,4001667 t - 4804,411;$$

$$\alpha = 1,44 t - 2881,6122.$$

За допомогою отриманих рівнянь можемо спрогнозувати динаміку вектор-структури українського експорту продукції машинобудування в найближчій перспективі (у 2012 – 2014 рр.):

$$2012 \text{ рік: } |\vec{E}|(2011) = 22,324234,$$

$$\alpha(2011) = 14,2278;$$

$$2013 \text{ рік: } |\vec{E}|(2012) = 24,7244,$$

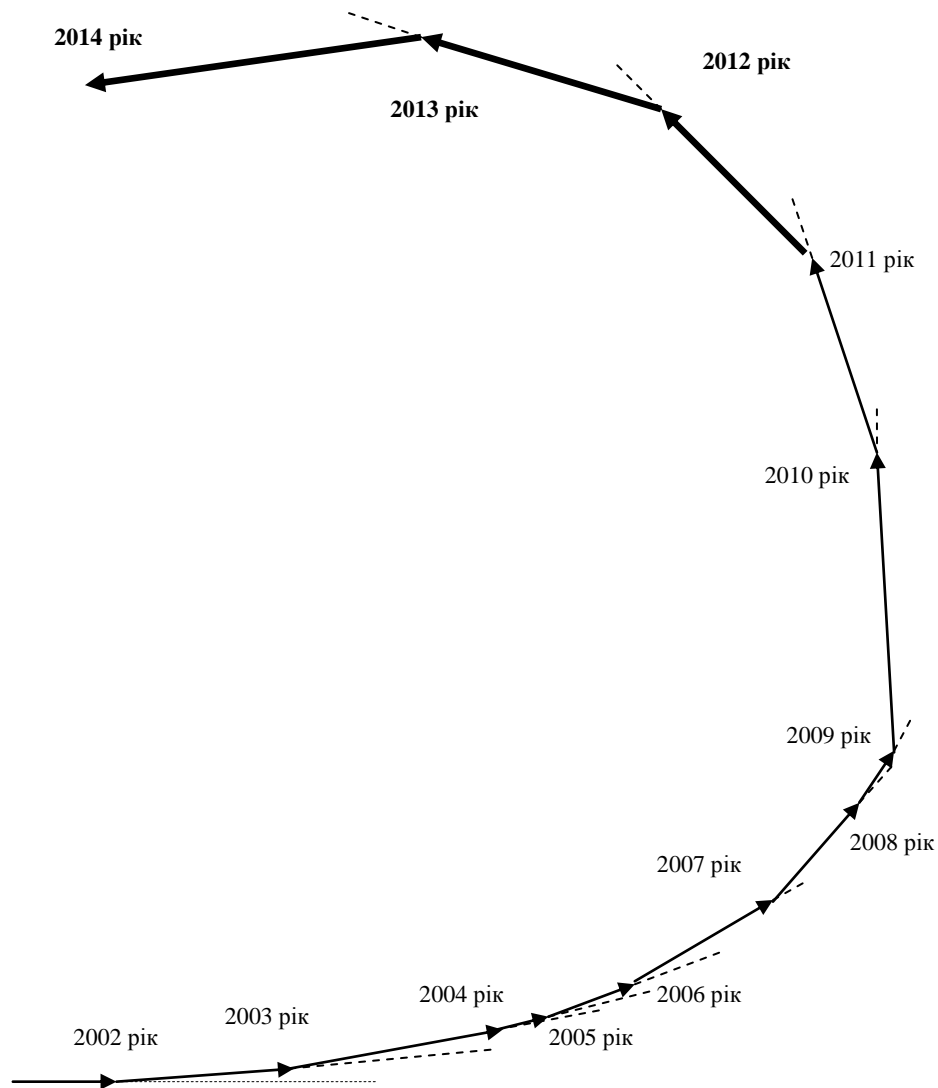
$$\alpha(2012) = 15,6678;$$

$$2014 \text{ рік: } |\vec{E}|(2013) = 27,124567,$$

$$\alpha(2013) = 17,1078.$$

Згідно з отриманими результатами в 2012-2014 рр. динаміка експорту продукції машинобудівних підприємств України буде характеризуватися інтенсивними структурними змінами (про що свідчать досить високі показники довжини вектора $|\vec{E}|$ в ці роки, які будуть меншими порівняно з 2010 роком, але набагато більшими, ніж у 2003-2009 рр.) та істотною зміною напрямку структурних змін порівняно з попередніми роками (так, в 2012 р. – кут відхилення становитиме $14,22^\circ$, у 2013 р. – $15,66^\circ$, у 2014 р. – $17,1^\circ$).

Використаємо розрахункові та прогнозні значення довжини вектора та його кута повороту для графічного зображення динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування України (рис. 3.1).



Джерело: побудовано автором.

Рис. 3.1. Динаміка структурних змін експорту продукції машинобудування України в 2002 – 2014 рр. (на початок року)

Таким чином, загальний кут зміни вектор-структури експорту за 2002 – 2014 рр. становитиме $110,25^{\circ}$. Тобто експорт зазнає досить високих структурних змін, що викликано реаліями сьогодення.

Вітчизняним експортоорієнтованим машинобудівним підприємствам необхідно максимізувати свої прибутки за заданих умов динаміки експортної вектор-структури продукції машинобудування.

Фінансові результати експортоорієнтованих машинобудівних підприємств у 2002 – 2010 рр. наведені в додатку Т.

Визначимо вплив динаміки вектор-структури вітчизняного експорту продукції машинобудування на фінансові результати діяльності основних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України. Для цього за допомогою програми Excel побудуємо регресійні моделі залежності прибутку підприємств від довжини вектора та кута повороту вектора структури експорту продукції машинобудування за даними 2003 – 2011 років. Отримані результати наведемо в табл. 3.4.

Дані табл. 3.4 показують, що довжина вектор-структури експорту спричиняла в основному негативно вплинула на фінансовий результат більшості машинобудівних підприємств (окрім ВАТ «Дніпроважмаш», ВАТ «Вібросепаратор», ВАТ фірма «Беверс», ЗАТ «Івеко - Мотор Січ», ВАТ «Тепловозремонтний завод», ВАТ «Турбоатом», ВАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», на діяльність яких негативна впливав чинив кут повороту вектора).

Отже, 70 % вітчизняних машинобудівних підприємств у 2002 – 2009 роках перебували під негативним впливом зміни інтенсивності структури експорту продукції машинобудування, а інша частина (30 %) – під негативним впливом зміни напрямку структури експорту.

Таблиця 3.4

Побудова регресійної моделі залежності фінансових результатів вітчизняних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств від основних показників вектор-структури експорту продукції машинобудування України

Підприємство	y $=mx+b$	Довжина вектора x_1	Кут повороту вектора x_2	b
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	y_1	-395,443	216,42	3346,187
ПАТ «Дніпроважмаш»	y_2	-724,049	463,8465	4592,126
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	y_3	-875,594	213,2195	7696,659
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	y_4	-8364,68	3819,751	11218,88
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	y_5	-2038,98	1729,548	156,5518
ВАТ «Азовмаш»	y_6	-87,8955	124,3261	1004,694
ПАТ «Азовзагальмаш»	y_7	6324,207	-12779,2	13856,74
ВАТ «Вібросепаратор»	y_8	772,5354	-690,566	-272,347
ВАТ фірма «Беверс»	y_9	16,55052	-7,73543	-1126,04
ВАТ «Мотор Січ»	y_{10}	-80033,6	94185,39	-124204
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	y_{11}	-9095,9	3879,163	-12993,3
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	y_{12}	-508,656	476,9145	-4957,34
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	y_{13}	839,7382	-341,453	-2034,55
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	y_{14}	111,1243	-93,6689	202,7409
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	y_{15}	-13662,5	5116,441	19379,21
ПАТ «НОРД»	y_{16}	2849,303	-2781,22	10014,31
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	y_{17}	-35623,5	26784,46	12096,58
ВАТ «Тепловозремонтний завод»	y_{18}	2973,091	-3464,1	12100,56
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КраЗ»	y_{19}	-189,563	314,3906	1751,067
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М. В. Фрунзе»	y_{20}	18454,49	160,063	-77774,1
ПАТ «Нафтопромаш»	y_{21}	-242,844	107,3688	-83,9519
ВАТ «Турбоатом»	y_{22}	-7194,05	9506,163	24295,2
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	y_{23}	-4092,44	1752,243	-60438,8

Джерело: розраховано автором.

Побудова регресійних моделей залежності фінансових результатів вітчизняних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств від основних показників вектор-структури експорту продукції машинобудування України, наведених в табл. 3.4, дозволить спрогнозувати фінансові результати машинобудівних підприємств у 2011 – 2013 рр. Для цього використаємо прогнозні дані значень динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування, отримані нами вище. Результати значень наведені у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Прогнозовані зміни фінансових результатів вітчизняних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств залежно від очікуваних значень динаміки вектор-структури експорту продукції машинобудування в 2012 – 2013 рр., тис. 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	-3939833
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
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М. В. Фрунзе»	-1214607	-1773140
ПАТ «Нафтопромаш»	1339,229	-6254,75
ВАТ «Турбоатом»	615687,5	657956,1
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-903633	-1766271

Джерело: розраховано автором.

За отриманими результатами можна зробити висновок, що близько 60 % 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 експортної структури, що обумовлено вимогами світового ринку. У 2012 році цей показник зменшиться до 30 %, а в 2013 році знову зросте до 50 %.

Прогноз свідчить про високу ймовірність того, що ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА» поліпшить свої результати в 2012 році. Підприємству необхідно розробляти стратегію подальшої діяльності, яка б ураховувала аспекти підвищення технічного рівня виготовленої продукції, вивчення шляхів зниження собівартості продукції, освоєння нових видів електрозварювального обладнання та збільшення термінів сервісного обслуговування. 2012 та 2013 роки будуть сприятливими для діяльності даного підприємства.

ПАТ «Дніпроважмаш» перебували в аналогічній ситуації з попереднім підприємством. Підприємству необхідно продовжувати обрану стратегію розвитку, спрямовану на підвищення своєї конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек» та ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод» перебувають під впливом негативних чинників 2011 року, пов'язаних із недостатнім фінансуванням вугільної промисловості, що не дає підприємствам мати більший портфель замовників. Зростання інфляційних процесів, мінливість податкового законодавства, зниження темпів економічного розвитку формують несприятливий прогноз отримання прибутку даними підприємствами. Товариствам необхідно розширювати ринки збуту та вивчати нові сегменти попиту, що дозволить збільшити обсяги виробництва.

ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод» з метою мінімізації своїх збитків у 2012 – 2013 рр. необхідно збільшити частку експорту у

загальному обсязі продажів до 70 %. Підприємству доцільно внести структурні зміни номенклатури основної продукції, що дозволить досягти обсягів виробництва, необхідних для нормального функціонування підприємства. Повинні постійно запроваджуватися заходи щодо збільшення експортного потенціалу підприємства.

Заходи зниження комерційних ризиків, створення нових дилерських мереж, раціональна цінова політика дозволять ВАТ «Азовмаш» у прогнозних роках позбутися збитків. Підприємству доцільно підсилювати роботу із створення нової конкурентноспроможної продукції на ринках СНД та Азії.

Погіршення ситуації ПАТ «Азовзагальмаш» у 2012 р. пов'язане зі зниженням темпів економічного розвитку країни та спадом виробництва продукції машинобудування. Підприємству необхідно спрямовувати кошти на модернізацію досить застарілого обладнання, освоєння науково-технічних досліджень, розроблення новітніх технологій. Рекомендаціями покращання фінансового стану можуть бути: впровадження оптимальних форм і видів оплати праці, зниження невиробничих витрат, підвищення рівня роботи з постачальниками сировини, дотримання дисципліни при виконанні договірних відносин.

ВАТ «Вібросепаратор» має песимістичний прогноз свого подальшого розвитку. Підприємству необхідно продовжувати пошук нових ринків збуту своєї продукції на ринках СНД та ЄС.

ВАТ фірма «Беверс» істотно отримає суттєві збитки упродовж 2012 – 2013 рр. Товариству необхідно оптимізувати організаційно-виробничу та управлінську структури, забезпечити більш високу продуктивність праці щодо темпів зростання зарплати.

ВАТ «Мотор Січ» залишиться серед збиткових підприємств. На діяльність підприємства впливатимуть проблеми залучення кредитних ресурсів, нестача обігових коштів, несвоєчасність бюджетного відшкодування ПДВ, складний порядок поставки товарів за кордон. Підприємству необхідно обрати стратегію на збереження і розширення зарубіжних ринків збуту.

ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування» та ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод» погіршать своє становище у 2012 – 2013 рр. Негативним впливом на діяльність підприємств відзначаються велика кількість контролюючих органів, розміри штрафних санкцій, складність отримання банківських кредитів, неможливість залучення новітніх технологій, високий знос виробничого обладнання. Головною метою товариств повинен стати – вихід на прибутковий рівень роботи. Для цього необхідно затвердити планові показники випуску та реалізації продукції, проводити політику зниження виробничих витрат, сформувати ефективну систему контролю використання фінансових ресурсів, здійснювати заходи щодо освоєння непрофільних видів продукції.

ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш» необхідно реалізовувати стратегію погашення кредиторської заборгованості, розширення виробництва та ринків збуту, поповнення обігових коштів за рахунок прибутку, отриманого від реалізації продукції.

Негативна діяльність ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз» стала наслідком судового рішення про позбавлення російського акціонера права власності на пакет 76 % акцій, що призвело до 60 % скорочення пакета замовлень. Для цього підприємства актуальним є забезпечення розширення участі підприємства на російському ринку. Для поліпшення фінансових результатів даних підприємств необхідні перетворення у механізмі залучення додаткових обігових коштів, освоєння нового випуску продукції. Істотною підтримкою стануть відповідні державні програми, спрямовані на фінансування, замовлення з боку уряду, на створення діючого податкового механізму для товарів із тривалим виробничим циклом. Підприємствам необхідно вжити заходів щодо переходу на 100 % передплату із замовниками, запровадити 50 % форму оплати за фактом поставки та з відстроченням платежу на придбання сировини та комплектації для виробництва товарної продукції.

ПАТ «НОРД» у найближчій перспективі повинне зосередитися на створенні нових моделей та модернізації серійної продукції. Спеціалісти підприємства повинні звернути увагу на підвищення якості вироблених деталей та виробів у цілому.

Стратегія ВАТ «Тепловозоремонтний завод» повинна полягати в продуктово-ринковій диверсифікації. Підприємство повинне надалі розробляти технології відновлення запасних частин, використовувати процесний метод керування підприємством, створювати умови для швидкого оберненого зв'язку з замовниками.

З урахуванням отриманого прогнозу результатів своєї діяльності, ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ» повинна нарощувати обсяги реалізації продукції за допомогою розширення географії поставок, створювати сервісні центри, складальні виробництва, проводити активну рекламну кампанію. Діяльність підприємства перебуває під значним впливом коливання цін, пов'язаних з собівартістю продукції. Серед проблем також необхідно відзначити відсутність державної підтримки у багатьох пріоритетних країнах, куди реалізує свою продукцію товариство.

ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М. В. Фрунзе» у 2012 – 2013 рр. отримає збитки від своєї діяльності. Підприємству необхідно досить раціонально проводити політику виходу на зовнішній ринок: оновлювати товарний асортимент відповідно до тенденцій розвитку економіки країн постачання, проводити роботу з удосконалення системи управління інформаційними ресурсами, з оптимізації ключових бізнес-процесів, із розвитку системи мотивації персоналу.

ПАТ «Нафтопромаш» та ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» необхідно рекомендувати впроваджувати стратегію реструктуризації підприємства, скорочення виробничих площ та земельних ділянок, що сприятиме більш ефективному використанню основних фондів та залученню додаткових обігових коштів.

Прибуткова діяльність ВАТ «Турбоатом» у 2012-2013 рр. пояснюється забезпеченістю підприємства замовленнями на найближчі роки. На підприємстві затверджений план виробництва товарної продукції на перспективу.

На наш погляд, з метою підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств необхідно визначити основні пріоритети розвитку машинобудування, які повинні бути відображені в Державній програмі розвитку промисловості [53]. Ця Програма повинна включати можливість надання пільгових державних кредитів, державних гарантій за кредитами на модернізацію виробництва, державну підтримку лізингу, забезпечення антидемпінгового контролю за імпортною продукцією. На перший план повинні вийти пільгове фінансування та кредитування державою НДДКР, інвестиції в технічне переозброєння виробництв, стимулювання консорціумів із трансфером технологій, оптимізація оподаткування, стратегічний протекціонізм, який здатний забезпечити розвиток галузі.

Позитивним є те, що в Програмі зазначено: «Машинобудування стає авангардною ланкою промислового комплексу. Темпи її розвитку мають перевищувати загальні темпи зростання промислового виробництва, створюючи умови для структурно-інноваційної перебудови і технічного переоснащення всіх галузей економіки» [53]. А це, у свою чергу, є закономірним результатом ефективної зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, особливо експорту вітчизняної продукції, який знаходиться під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників.

На експортну діяльність вітчизняних підприємств впливає ряд факторів, які наведені в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Основні фактори, що впливають на ефективність експортної діяльності підприємств машинобудівної галузі України

	Негативні	Позитивні
Зовнішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - зменшення цін на продукцію конкурентів; - низька платоспроможність великих підприємств - потенційних клієнтів; - непрогнозовані коливання цін, що анулюють вже укладені договори; - залежність від загальних економічних умов, як от розрив існуючих зв'язків у межах СНД; - несумлінна конкуренція з боку конкурентів; - відсутність у багатьох пріоритетних країнах державної підтримки в освоєнні ринку; - невідповідність і неузгодженість ряду законодавчих актів між країнами СНД, особливо з питань оподаткування експортних та імпорتنних операцій, постачання газу 	<ul style="list-style-type: none"> - поживлення інвестиційної активності у країнах СНД; - відносно стабільний попит на ринку Росії; - можливість освоєння нових зовнішніх ринків (Азії, Африки) за рахунок входження до пріоритетних і найбільш ефективних для національної економіки секторів світового ринку (авіакосмічного, суднобудівного, військової техніки, транспортного і сільськогосподарського машинобудування); - можливість виготовлення для іноземних партнерів окремих агрегатів (трудомістких та матеріалоемних); - адаптація виробництва до умов конкуренції на світових ринках у зв'язку зі вступом України в СОТ
Внутрішні фактори	<ul style="list-style-type: none"> - невідшкодування з держбюджету ПДВ; - митні бар'єри при торгівлі із закордонними країнами; - нестабільність українського законодавства; - висока вартість тарифів Укрзалізниці за транспортування продукції та сировини; - висока вартість енергоносіїв; - проблеми з залученням кредитних ресурсів для поповнення обігових коштів; - високі податки та вимоги податкових органів, що призводить до зростання податкових платежів, штрафів і пені; - зростання інфляційних процесів; - неможливість у даний фінансовій ситуації залучення нових технологій та устаткування, що призводить до морального та фізичного зносу виробничого обладнання; - недостатність бюджетних асигнувань на заходи щодо стимулювання машинобудування; - надто високі нарахування на ФОП, що обмежують можливості підприємств у збільшенні заробітної плати та погіршують конкурентоспроможність продукції; - коливання валютних курсів; - складна процедура митного оформлення вантажу та отримання дозволу ДСЕК; - не має можливості проводити митне оформлення товарів шляхом видачі податкових векселів та їх погашення; - нестача кваліфікованих робочих кадрів 	<ul style="list-style-type: none"> - наявність галузевих НДІ і КБ, які мають в своєму розпорядженні висококваліфікованих спеціалістів; - наявність окремих підприємств, що випускають продукцію, яка користується попитом на зовнішньому ринку і не має аналогів; - великий досвід виробництва машинобудівної продукції; - значні виробничі потужності – одні з найбільших у Європі; - високий рівень диференціації продукції - можливість використання додаткових потужностей за рахунок неповного завантаження виробництва; - відносно дешева висококваліфікована робоча сила та наявність необхідних природних ресурсів; - значний обсяг внутрішнього ринку України; - наявність двосторонніх налагоджених стосунків у сфері міжнародної торгівлі та співробітництва в галузі машинобудування з іншими країнами

Джерело: складено автором.

У цілому в сучасних умовах, на думку В. Гейця [141; 60], позитивно на розвиток машинобудування України і на стимулювання його експорту вплине формування високотехнологічних науково-виробничих комплексів

корпоративного типу з прямої організаційної участі та фінансової підтримки держави. У межах цих комплексів забезпечуватимуться організаційна та функціональна взаємодія НДДКР та випуску високотехнологічної продукції.

З урахуванням проведеного в цьому розділі дослідження та складеного прогнозу розвитку вектор-структури експорту продукції машинобудування на 2012 – 2014 рр. залежно від системи збалансованих показників доцільно запропонувати стратегічну карту розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з урахуванням шести напрямків, що виявлені нами під час формування моделі оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства (рис. 1.13, підрозділ 1.3). Ця стратегічна карта повинна бути взаємозв'язаною з організаційно-економічним механізмом державної підтримки українського експорту машинобудівної продукції, оскільки саме втручання держави (як бачимо з табл. 3.6) може істотно поліпшити умови виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки.

Така стратегічна карта наведена на рис. 3.2. Вона складена з урахуванням основних складових «Загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості на період до 2017 року» [53] і містить кількісні значення, які враховують перспективні результати закладені в дану Програму, а також відповідність розвитку вітчизняного машинобудування провідним європейським країнам, а саме в плані рентабельності виробництва, витратомісткості, частки інноваційної продукції, структури промисловості.



Джерело: побудовано автором.

Рис.3.2. Стратегічна карта розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з урахуванням системи державної підтримки експорту

Розроблена стратегічна карта надасть можливість ухвалити низку урядових рішень щодо збільшення ефективності ЗЕД вітчизняних машинобудівних підприємств та забезпечення технічного рівня промисловості України, що відповідає рівню сучасних розвинених країн Європи.

Реалізація цієї стратегії дозволить забезпечити умови для розвитку національного виробника, створити ефективне ринкове середовище для функціонування експортерів та високорозвинений ринок споживачів експортованої продукції, що у свою чергу поліпшить збалансовані показники діяльності машинобудівного підприємства: виробничий процес, інвестиції, інновації, маркетинговий аспект, персонал та ризики.

3.2. Формування стратегічного плану дій основних експортерів машинобудівної продукції України на основі індексу державного регулювання

Проблеми розвитку українського експорту набувають останнім часом усе більшої актуальності та значущості. Їх вирішення головним чином буде визначатися в створенні Україною ефективно діючою системи державної підтримки та стимулювання експорту.

Загальновідомо, що саме експорт є важливим фактором прискорення росту національної економіки, що, в свою чергу, викликає підвищену увагу з боку урядових структур до напрямків кількісних та якісних характеристик його росту та проведення активних заходів щодо його стимулювання та розвитку.

Істотним стримуювальним елементом розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є недосконалість системи заходів державного стимулювання експорту. Проте, саме формування такої системи здатне забезпечити високу конкурентноспроможність вітчизняної продукції, поліпшити фінансовий стан більшості українських підприємств, сприяти

розвитку національної системи сертифікації та контролю якості товарів, скоординувати діяльність українських підприємців на зовнішньому ринку та сприяти їхньому виходу на нові сегменти світового ринку.

Питання форсування експорту товарів та послуг, підвищення їхньої міжнародної конкурентноспроможності повинно займати пріоритетне місце у зовнішньоекономічній політиці держави. Саме на це повинні бути спрямовані державна експортна стратегія та відповідні програми, оскільки інтенсифікація експорту дозволяє забезпечити приріст ВВП, створення нових робочих місць, має важливе значення при забезпеченні країни іноземною валютою, накопичення валютних резервів та обслуговування зовнішнього боргу. При цьому необхідними є формування різноманітних державних структур та реалізація цілого комплексу організаційно-економічних заходів та фінансових інструментів при прямій та побічній підтримці експорту з боку держави.

Важливим фактором, що визначає успішність політики іноземних держав у сфері стимулювання експорту, є її гнучкість. Країни досить часто змінювали схеми стимулювання експорту з намаганням прискорення його розвитку. Так, США неодноразово приймали акти протекціоністського характеру [80; 117]; концепція початкової моделі соціального ринкового господарства Німеччини, яка сформувалася в 50-х рр. 20-го століття, також постійно реформується внаслідок зовнішньої дії “глобального регулювання” і монетаристського регулювання пропозиції [37; 95]; французький господарський механізм у сфері ЗЕД еволюціонує у бік посилення потужності підприємств і відповідного перерозподілу функцій між ними і державою [37; 96]; участь Великобританії в інтеграційних процесах в Європі супроводжується певним зближенням континентальної моделі та британської, яка на початкових етапах передбачала політику вільної торгівлі і поміркованого протекціонізму [92; 116]; характерною ознакою нової моделі розвитку Японії є перехід від орієнтації на експорт товарів до експорту капіталів [66; 73]. Відмітимо, що кожна модель розвитку ЗЕД відображає

національні особливості, рівень економічного розвитку та стратегічні завдання кожної держави.

Зазначені вище моделі регулювання зовнішньоекономічної діяльності можуть сприяти розробленню власної моделі її регулювання в Україні. Зазначимо, що окремі зусилля у плані створення нової системи державної підтримки експортно-імпортних операцій почали запроваджуватися в Україні ще на початку 90-х років ХХ ст. Ця система насамперед передбачала розвиток у країні державного кредитування експортно-імпортних операцій та надання гарантій від можливих ризиків під час їх здійснення.

Для кредитування за лінією держави експортно-імпортних операцій у країні в 1992 році був створений Державний експортно-імпортний банк України [151], який став найбільшою спеціалізованою установою по обслуговування учасників зовнішньоекономічної діяльності, на нього було покладено функції Агента уряду України щодо залучення та обслуговування міждержавних кредитних ліній.

За роки своєї діяльності Укрексімбанк зайняв лідируючі позиції у фінансуванні зовнішньої торгівлі, незмінно входить до груп найбільших системних банків України, має найпоширенішу в Україні мережу банків – респондентів, яка налічує понад 850 банківських установ у різних країнах світу.

З метою створення законодавчої та нормативної бази, що забезпечує функціонування системи державної підтримки розвитку зовнішньої торгівлі, особливо експорту, в країні була прийнята низка відповідних документів.

У переліку ухвалених прийнятих документів насамперед необхідно виділити Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [55], в якому увага приділялася необхідності державної підтримки розвитку зовнішньої торгівлі, а саме у сфері державного кредитування та державного страхування експортних кредитів, позичок, окремих контрактів на поставку машин і обладнання, інвестицій, контроль за виконанням якого було покладено на спеціалізоване страхове акціонерне товариство, контрольний пакет акцій якого належить КМУ.

У 1998 році, згідно з розпорядженням Президента України [122] була розроблена комплексна стратегія розвитку України, її інтеграції в міжнародне співтовариство, залучення інтелектуальних сил до досліджень пріоритетних напрямів суспільного прогресу, в якій велика увага приділялася підвищенню ефективності зовнішньоекономічної політики та диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності.

Як наслідок, у 1999 році з'явився проект Закону України «Про Державну програму розвитку експортного потенціалу України» [117], в якому було зафіксовано основні напрями експортної стратегії України та її головні пріоритети, висвітлено шляхи розширення та переоснащення потужностей для виробництва експортної продукції, розкрито методи стимулювання інвесторів, передбачено диверсифікацію товарної структури експорту в напрямі розширення асортименту товарів, поступового збільшення в експорті частки високих технологій та продукції з високим ступенем обробки, а також освоєння нових зовнішніх товарних ринків. Основними державними структурами, які організаційно і методично повинні були забезпечувати реалізацію програми, визначалися Міністерством економіки України, Міністерством фінансів України, Міністерством зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України, Радою експортерів при Кабінеті Міністрів України, Рада з питань виставкової діяльності при Кабінеті Міністрів України, Торговельно-промисловою палатою України, галузевими міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади, обласними державними адміністраціями, інформаційно-маркетинговими центрами міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, Радою з дизайну при КМУ.

Програмою передбачалося стимулювання експорту у сфері грошово-кредитної політики за рахунок коштів підприємств фондів підтримки експортного виробництва, пільгового кредитування наукомістких виробництв, податкової політики (прибуток від приросту обсягів експорту не підлягає оподаткуванню у разі його використання на технічне переоснащення

і реконструкцію виробництва) [117]. Планувалося створення системи спеціалізованих страхових компаній за участі державного та приватного капіталів для страхування експортних ризиків, а також можливість залучення страхових компаній до перестраховування експортних кредитів і ризиків. Але даний Закон не набрав чинності й залишився лише проектом.

Необхідно зазначити, що урядові програми розвитку експортного потенціалу України, які втілювалися в життя, передбачали цільову роздачу коштів окремим підприємствам, а не виділення відповідних пріоритетних завдань і їх виконання на тендерній основі. Не вдалося створити ефективно працюючої системи державних гарантій за комерційними кредитами, що залучаються для поповнення оборотних коштів експортоорієнтованих підприємств. Аналогічна ситуація характерна і для державної системи страхування ризиків при експортно-імпортних операціях.

Україна залишається чи не єдиною державою Європи, яка не має належних механізмів державної підтримки страхування експорту. В країні відсутні дієвий механізм державної підтримки страхування та фінансування експорту та механізм виділення коштів із державного бюджету на покриття збитків із експортного страхування [139].

У сфері кредитування експорту державна практика обмежується в основному підтримкою виробника. У той самий час, в усьому світі широко застосовується метод кредитування покупця, при якому головною умовою є придбання відповідного товару в повному або значному обсязі в країні-кредиторі. Це, у свою чергу, сприяє експорту товару та розширює можливості взаємної співпраці. На наш погляд, саме кредитування покупця може сприяти розширенню та збільшенню частки експорту продукції з високим рівнем доданої вартості, що, у свою чергу, активізує економічний розвиток країни.

Це підтверджує і досвід багатьох країн, який свідчить про те, що активний вплив експорту на підвищення ефективності виробництва та економічний розвиток країни визначаються двома умовами:

1) випереджальним темпом росту експорту порівняно з ВВП, що призводить до збільшення національного доходу;

2) перевагою в експорті готових виробів із високим рівнем доданої вартості, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності економіки в цілому.

За даними Державної служби статистики України, експорт вітчизняних товарів та послуг збільшувався випереджальними темпами порівняно з ВВП країни до 2009 року, що є досить позитивним моментом [105].

Але інший показник – частка в експорті готових виробів – є низьким, про що можна судити з рис. 1.9, де вироби з високим рівнем доданої вартості становлять менше половини в загальному обсязі українського експорту.

Оцінюючи ефективність державних заходів спрямованих на підтримку й розвиток вітчизняного експорту, необхідно зазначити, що вони можуть бути поділені на заходи митно-тарифні та нетарифні.

Правовою основою впровадження митно-тарифного регулювання в Україні є: Закон України «Про Єдиний митний тариф», Закон України «Про Митний тариф України», Декрет Кабінету Міністрів України «Про Єдиний митний тариф України», Митний кодекс України [39; 54; 57; 94].

Тарифне регулювання визначає порядок та методологію сплати мита з товарів, вид тарифів та мита, причини встановлення митних пільг, а також комплекс дій, який стосується суб'єктів ЗЕД при здійсненні експортно-імпортних відносин. Митно-тарифне регулювання розглядається ГАТТ/СОТ які основне, а в перспективі єдиним механізмом регламентування зовнішньоекономічних операцій країн [146, 66].

В Україні при Кабінеті Міністрів України діє Митно-тарифна рада України, яка розглядає питання щодо зміни ставок ввізного мита на окремі види товарів з метою захисту національного товаровиробника та забезпечення його стабільної роботи, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, а також забезпечення потреб українських підприємств у певних видах товарів (сировина та комплектуючі вироби).

У зв'язку зі вступом України до Світової організації торгівлі прийнято низку законів, спрямованих на приведення рівня митно-тарифного захисту у відповідність до норм СОТ. Серед умов набуття членства України у СОТ є проведення більш ліберальної політики у сфері зовнішньої торгівлі, яка, зокрема, також полягає в поступовому зниженні ставок ввізного мита. Середньоарифметична ставка кінцевого зв'язаного рівня становить 11,16 % для сільськогосподарських продуктів та 4,85 % для промислових товарів [69].

Державні заходи, що належать до нетарифних, характеризуються більшою різноманітністю. Сукупність цих методів можна поділити на три категорії [144; 32].

До першої категорії відносять заходи прямого обмеження, а саме: ліцензування та встановлення квот. Питання ліцензування (встановлення квот) зовнішньоекономічних операцій як експорту, так і імпорту товарів регулюється Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Згідно зі статтею 16 цього Закону (скоригована відповідно до вимог ГАТТ/СОТ) [55] щорічно урядовими актами затверджуються переліки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та обсяги квот.

Ліцензією є документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності впродовж визначеного строку у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України за умови виконання ліцензійних умов [56].

Ліцензії можуть бути генеральними або разовими. Генеральна ліцензія видається на необмежений строк. Кабінет Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування може обмежити строк дії ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, але цей строк не може бути меншим ніж п'ять років [56]. Разова ліцензія є підставою для здійснення окремої зовнішньоекономічної операції суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, до яких застосована спеціальна санкція – індивідуальний режим ліцензування [97].

Ще одним інструментом прямого кількісного обмеження є квоти.

Квоти – це обмеження у вартісному або натуральному виразі, що вводяться на імпорт або експорт окремих товарів на визначений період часу [144; 33]. Згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» до цієї категорії можна віднести квоти (контингенти) глобальні, що встановлюються щодо товарів без зазначення конкретних країн; квоти (контингенти) групові, що встановлюються щодо товарів з визначенням групи країн; квоти (контингенти) індивідуальні, що встановлюються щодо товарів з визначенням конкретної країни; а також квоти експортні (імпортні) – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) впродовж встановленого строку [55]. Особливість цього виду торговельних обмежень обумовлена тим, що торгова межа, яка захищає країну-імпортера, вводиться на кордоні країни-експортера. Прикладом може слугувати щорічне встановлення квот Кабінетом Міністрів України на товари, експорт яких підлягає ліцензуванню (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Загальні обсяги квот товарів, експорт яких підлягає ліцензуванню у 2010 році

Найменування товару	Обсяг квоти, грамів
Срібло (включаючи срібло з покриттям із золота або платини) у необробленому або напівобробленому вигляді, або у вигляді порошку (крім банківських металів)	1 000 000
Золото (включаючи золото з покриттям із платини) необроблене, напівоброблене або у вигляді порошку (крім банківських металів)	80 000
Відходи або брухт дорогоцінних металів чи металів, плакованих дорогоцінними металами; інші відходи або брухт з вмістом дорогоцінних металів чи сполук дорогоцінних металів, використувані головним чином для добування дорогоцінних металів	500 000

Джерело: [116].

Аналогічно може бути встановлена межа мінімальних цін на ринку країни-імпортера. Усі ці домовленості повинні дотримуватися підприємствами-експортерами при постачанні товару. У разі, коли експортна ціна знижується нижче мінімуму, то країна-імпортер може застосувати антидемпінгові заходи (додаток У).

Друга категорія заходів нетарифного регулювання діяльності підприємств-суб'єктів ЗЕД пов'язана із виконанням митних та адміністративних вимог [144]. До цих інструментів можна віднести:

- збори, пов'язані з оформленням документів, митним оглядом, перевіркою якості товару;
- валютні обмеження та валютний контроль. Головні поняття, права та обов'язки, положення, що регулюють валютні відносини та валютний контроль, містяться в Декреті Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» [40];
- реєстрація зовнішньоекономічних договорів. Порядок здійснення обліку зовнішньоекономічних контрактів визначено Положенням про реєстрацію зовнішньоекономічних договорів (контрактів) [98].

До третьої категорії заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносять різноманітні форми стимулювання експорту:

- державна фінансова підтримка експортерів. Відмітимо, що в Україні відповідно до вимог СОТ скорочується обсяг прямих експортних субсидій [150]. Це пов'язано з заборонаю прямого субсидювання експорту зі створенням протекціоністських бар'єрів. Таким чином, Український уряд може здійснювати фінансову підтримку вітчизняних експортерів за рахунок часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами в межах мінімально дозволеної ставки кредитування з урахуванням валюти, що використовується, і терміну експортного кредиту [15];
- податкове регулювання. Цей захід передбачає надання податкових пільг підприємствам-експортерам та розроблення механізму оформлення

боргових зобов'язань держави з повернення експортерам ПДВ [58]. Але, необхідно зазначити, що механізм відшкодування ПДВ експортерам викликає численні нарікання. Так, за даними Державної податкової адміністрації України на 1 січня 2010 року, заборгованість із відшкодування податку на додану вартість (ПДВ) експортерам становила 20 млрд грн [45]. За цих умов постає питання про створення більш ефективного механізму податкового регулювання діяльності експортерів, який враховував би можливість анулювання податкового векселя, що видавався при імпорті товару у зв'язку із експортом та створював би умови повернення експортерам ПДВ у вигляді облігацій (або сертифікатів) як своєрідних гарантій для отримання кредитів;

- інформаційне та технічне сприяння експортерам. Український уряд повинен сприяти розвитку консалтингової інфраструктури для спрощення доступу інформації про зовнішньоекономічну діяльність та про ділову репутацію підприємств;

- заходи загальноекономічного характеру. Повинні проявлятися в ефективній політиці ціноутворення продукції, в антимонопольних діях, у встановленні реального курсу національної валюти стосовно іноземних валют та в інших загальноекономічних заходах з боку держави.

Зазначимо, що без ефективною системи державної підтримки експорту вітчизняним підприємствам важко вирішувати завдання диверсифікації своєї продукції, підвищення конкурентоспроможності та інтенсифікації збуту свого товару.

Отже, можна стверджувати, що економічний розвиток вітчизняного експортера визначається стимулюванням або, навпаки, мінімізацією його економічної свободи з боку держави. Інфляція, репресивна податкова політика, неефективне валютне регулювання, дефіцит державного бюджету, протекціоністські заходи, правові бар'єри та зовнішньоторговельна політика, яка обмежує коло споживачів, – усе це форми негативного державного втручання та регулювання ЗЕД підприємств.

Але, з іншого боку форми державної підтримки вітчизняного експорту можуть нести позитивний ефект і бути спрямовані на стимулювання конкуренції і створення ефективно діючих експортоорієнтованих виробництв.

Усі ці вищезазначені характеристики мають кількісне підтвердження через індекси, що визначають рівень економічної свободи у різних країнах. Так, наприклад, існує індекс торговельної лібералізації, який обчислюється Heritage Foundation майже для всіх країн світу і складається з трьох компонентів: тарифного захисту, рівня корупції на митниці, нетарифних обмежень [199]. Використовуються також трансформаційні індикатори Європейського банку реконструкції та розвитку [211], індекси економічної свободи, верховенства закону та демократизації [198].

Згідно з останніми даними 2010 року за Індексом економічної свободи Україна займає 162-те місце серед 179 країн світу та останнє (43-тє місце) - серед європейських країн [194]. Показник індексу економічної свободи для України в 2010 році становить 46,4 %, що характеризує неефективність регуляторних та законних заходів з боку держави. Це, у свою чергу, негативно впливає на розвиток вітчизняного виробництва і збільшення українського експорту.

Зазначимо, що індекс економічної свободи країни формується під впливом складових, що містять підприємницькі умови діяльності, торговельні, фіскальні, грошові, інвестиційні, а також державні витрати.

Оцінимо регресійну залежність вищезазначених складових на темпи зміни експорту вітчизняної продукції. Вихідні дані наведені в табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Вихідні дані для побудови регресійної моделі залежності темпів зміни обсягу експорту українських підприємств від рівня економічних свобод у країні, дані на початок року

Відомі значення	Показник	РІК									
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Індекси (%)											
x_1	Рівень підприємницької свободи	55,0	55,0	55,0	55,0	55,0	43,1	43,6	44,4	40,5	38,7
x_2	Торговельна свобода	70,0	71,0	74,6	74,4	76,2	77,2	77,2	82,2	84,0	82,6
x_3	Фіскальна свобода	63,8	66,1	67,1	67,5	83,0	90,2	83,6	79,0	77,0	77,9
x_4	Державні витрати	49,6	58,9	68,1	77,8	78,6	75,8	53,2	43,0	39,0	41,1
x_5	Монетарна свобода	62,3	58,2	64,0	74,5	76,2	72,9	68,4	69,9	68,1	61,2
x_6	Інвестиційна свобода	50,0	50,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	20,0
x_7	Фінансова свобода	30,0	30,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	40,0	30,0
<i>Загальний рівень економічної свободи</i>		<i>48,5</i>	<i>48,2</i>	<i>51,1</i>	<i>53,7</i>	<i>55,8</i>	<i>54,4</i>	<i>51,5</i>	<i>51,0</i>	<i>48,8</i>	<i>46,4</i>
Темпи приросту (+)/зниження (-) експорту продукції по відношенню до попереднього року (%)											
y_1	I. Живі тварини; продукти тваринного походження	+24,08	-16,46	+37,85	+23,91	+12,91	-45,8	+88,5	+4,8	-23,9	+29,4
y_2	II. Продукти рослинного походження	+90,0	+60,0	-33,45	+50,0	+49,29	+15,1	-11,5	+223,0	-9,7	-21,0
y_3	III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	-6,19	+50,0	+60,0	-2,27	+7,59	+65,4	+76,9	+13,3	-7,7	+45,7
y_4	IV. Готові харчові продукти	+11,79	+21,25	+70,0	+26,15	+13,24	+8,0	+47,5	+20,2	-17,1	+23,1
y_5	V. Мінеральні продукти	+24,99	+28,3	+60,0	+23,55	+08,87	-17,7	+10,4	+64,8	-44,6	+72,6
y_6	VI. Продукція хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості	-4,14	-5,51	+39,08	+43,16	+7,49	+13,4	+19,5	+24,3	-50,1	+38,3
y_7	VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	+4,34	+2,57	+37,42	+21,67	+30,98	+39,7	+22,9	+1,1	-43,5	+21,6
y_8	VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	+10,77	+22,41	+13,39	+14,87	+1,88	+45,6	+28,6	-8,91	-50,5	-2,4

Продовження таблиці 3.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
у ₉	IX. Деревина і вироби з деревини	+5,73	+25,98	+38,22	+29,00	+3,38	+13,0	+37,2	-3,2	-16,4	+24,6
у ₁₀	X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	+42,83	-2,86	+14,02	+23,64	+15,67	+31,2	+28,8	+13,9	-7,7	+16,5
у ₁₁	XI. Текстиль та вироби з текстилю	+14,2	+6,58	+16,91	+15,32	+3,56	+0,2	+8,2	-0,6	-27,6	+3,2
у ₁₂	XII. Взуття, головні убори, парасольки	+22,41	-10,23	+20,81	+32,76	-11,55	+20,9	+14,1	+19,9	-18,9	+20,9
у ₁₃	XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	+20,85	+4,28	+60,0	+21,46	-22,15	+16,9	+40,4	+26,8	-37,3	+140,1
у ₁₄	XIV. Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	-	-	-	-	-	+24,7	+19,0	-1,3	-42,7	-11,8
у ₁₅	XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	+3,9	+6,03	+19,3	+50,0	+7,66	+17,2	+26,5	+32,8	-53,6	+35,2
у ₁₆	XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	+26,22	+2,59	+32,27	+30,54	-6,26	+17,3	+49,5	+27,4	-20,9	+13,1
у ₁₇	XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання	+25,3	+25,63	+42,75	+110,0	-18,62	+26,3	+59,0	+30,7	-63,1	+104,4
у ₁₈	XVIII. Прилади й апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	+21,7	+140,0	+80,0	+80,0	-76,04	+7,4	+32,9	+19,2	+14,8	-9,4
у ₁₉	IXX. Різні товари і вироби	+27,28	+3,95	+30,48	+35,60	+27,77	+26,4	+30,6	+21,7	-29,2	+34,1
у ₂₀	XX Вироби мистецтва	+243,8	-99,31	-43,41	+180,0	+50,0	+288,7	+193,7	-66,3	-4,7	-64,6
<i>Темп зміни загального обсягу експорту України</i>		<i>+11,6</i>	<i>+10,4</i>	<i>+28,5</i>	<i>+42,6</i>	<i>+7,5</i>	<i>+13,2</i>	<i>+27,4</i>	<i>+33,8</i>	<i>-40,7</i>	<i>+29,6</i>

Джерело: складено автором з використанням матеріалів The Heritage Foundation та Державної служби статистики України.

Результати впливу зміни економічних свобод в Україні на загальний обсяг експорту наведені в табл. 3.9 (де за допомогою Microsoft Excel складені регресійні залежності приросту величини експорту вітчизняних підприємств за окремими напрямками економічної діяльності).

Таблиця 3.9

Регресійна залежність темпів зміни обсягу вітчизняного експорту за напрямками економічної діяльності залежно від основних складових рівня економічної свободи у країні

$y = mx + b$	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	b
y_1	-1,09059	-11,3612	1,090951	-5,51879	2,647057	-22,5648	4,415555	2014,285
y_2	28,91205	43,62935	9,745501	0,244138	-5,7257	37,08275	0,388614	-5838,06
y_3	3,053205	-0,57223	-7,9229	0,953586	2,19634	-4,20756	-2,44768	673,1463
y_4	3,324583	-1,77138	-3,90211	-0,8149	0,333907	-5,15845	1,274046	556,5733
y_5	12,11571	11,22199	-2,40689	-0,46617	-1,6826	7,852256	2,890168	-1330,88
y_6	8,540739	6,357591	0,076602	0,37747	-2,31542	-0,0007	-2,03688	-341,556
y_7	3,552429	1,401703	-1,31111	0,347531	0,974779	-3,54433	0,189712	63,06681
y_8	4,880688	4,610281	-1,05873	1,03964	-0,23314	-4,29044	-4,221	196,816
y_9	1,61434	-1,25423	-2,20114	0,155707	-0,51691	-5,25814	-1,6127	647,2788
y_{10}	1,305722	0,039359	2,846917	-1,10908	-0,13399	-7,87499	-1,98001	540,2765
y_{11}	2,425141	1,311644	0,116965	-0,28065	-0,4403	-2,83364	-0,16228	117,5262
y_{12}	5,240612	4,239828	2,119681	0,047469	-2,98357	-3,17261	-4,84601	190,5768
y_{13}	7,776362	3,410161	-2,45799	-0,5081	-2,0547	-5,7597	-3,76803	531,1779
y_{14}	4,314567	3,790647	-0,20455	0,140867	0,368184	-3,03394	-2,08571	-9,59355
y_{15}	10,36499	9,979517	1,874603	0,444502	-2,86863	0,965317	-3,51542	-630,409
y_{16}	5,459599	2,145424	0,734612	-1,16297	-1,48284	-7,65653	-3,49909	590,7216
y_{17}	13,41848	11,30256	3,660746	0,992701	-7,51141	-6,10294	-11,2142	318,271
y_{18}	9,151903	11,24118	-7,67244	5,094045	-9,68493	9,749103	-13,1212	93,53896
y_{19}	4,422585	2,655631	1,44759	-0,67387	-0,21656	-4,50246	-0,40168	53,07688
y_{20}	-11,3355	-18,5128	30,21016	-4,97456	-3,66856	-80,048	-32,9653	7482,404

Джерело: розраховано автором.

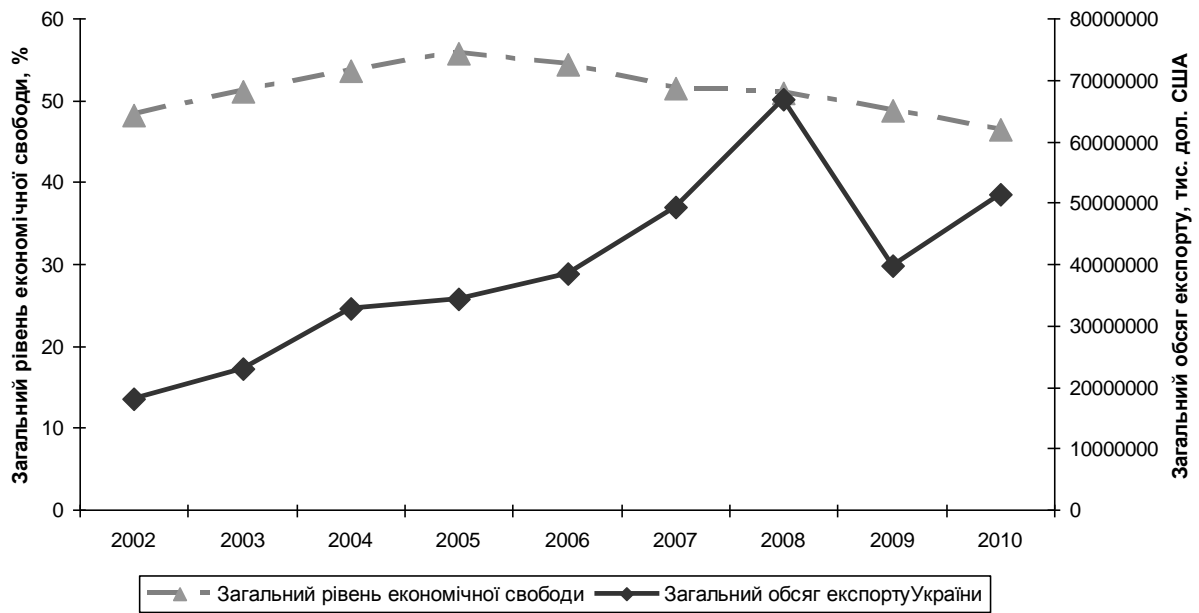
Результати, отримані в табл. 3.9, свідчать, що найбільший вплив на збільшення обсягів українського експорту чинили упродовж останніх десяти років державні умови регулювання ЗЕД, які проявлялися через сприятливий клімат у підприємницькій діяльності (x_1), а також через рівень торговельної свободи (x_2).

Аналіз табл. 3.9 показує несприятливі умови для українських експортерів, які негативно вплинули на збільшення обсягів продажу на зовнішніх ринках, проявилися при державному регулюванні фінансової, монетарної свободи та при створенні сприятливого інвестиційного клімату.

Найбільш суттєвий вплив на зміну обсягів експортованої продукції, яка має визначені порівняльні переваги на зовнішніх ринках (табл. 2.3), чинили:

- на товари промислового виробництва:
 - збільшення – підприємницька та торговельна свободи;
 - зменшення – фінансова та монетарна свободи;
- на хімічну продукцію та споріднені товари:
 - збільшення – підприємницька та торговельна свободи;
 - зменшення – фінансова та монетарна свободи;
- на продовольчі товари, напої та тютюн:
 - збільшення – підприємницька та торговельна свободи;
 - зменшення – інвестиційна свобода;
- на машини та транспортне обладнання:
 - збільшення – підприємницька та торговельна свободи;
 - зменшення – фінансова, інвестиційна та монетарна свободи;
- на неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів:
 - збільшення – підприємницька свобода;
 - зменшення – інвестиційна свобода;

Графічно на рис. 3.3 можна навести тенденції зміни індексу економічної свободи для України та загального обсягу експорту.



Джерело: побудовано автором.

Рис. 3.3. Динаміка індексу економічної свободи для України та загального обсягу вітчизняного експорту в 2001 – 2010 рр.

З рис. 3.3 бачимо, що індекс економічної свободи для України починаючи з 2005 року мав сталу тенденцію до зниження, тобто спостерігалось погіршення ситуації та ефективності державного регулювання діяльності вітчизняних підприємств.

Не зважаючи на окремі успіхи українського уряду у формуванні сприятливих торговельних умов, негативний вплив на зниження індексу економічної свободи спричиняють:

- окремі експортні обмеження, бар'єри доступу до ринку послуг, податки на імпорт, непрозорі державні закупівлі, складні процедури стандартизації та правил сертифікації, обтяжливі митні формальності, слабе виконання прав інтелектуальної власності;
- високий рівень державного втручання у приватний сектор та збільшення державних витрат;
- високий рівень інфляції та можливість встановлення державними підприємствами цін, виходячи зі своїх стратегічних інтересів;

- необхідність ліцензування та кількісне обмеження окремих операцій, пов'язаних із платежами, неефективність нормативно-правової бази при виконанні умов укладених контрактів, сповільнені темпи приватизації;
- недосконалість фінансової системи, що характеризується недостатнім розвитком місцевого ринку капіталу та кризою ліквідності;
- слабкий захист прав власності та високий рівень корупційності у всіх сферах господарської діяльності.

Недостатній рівень підтримки українського експорту з боку держави і, як наслідок, низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції, яка має виявлені порівняльні переваги на зовнішніх ринках (визначено в підрозділі 2.1), підтверджується і розрахунками, наведеними в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Показники оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності українських експортерів у 2009 – 2010 рр., % (дані станом на початок року)

Продукція на експорт	Індекс Ласпейреса		Індекс Пааше		Індекс Фішера		Індекс умов торгівлі	
	2009 рік	2010 рік	2009 рік	2010 рік	2009 рік	2010 рік	2009 рік	2010 рік
Продовольчі товари, напої та тютюн	120,15	117,36	118,59	83,75	119,36	99,14	97,38	83,55
Неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів	88,04	76,28	124,84	81,65	104,83	78,91	91,35	88,25
Хімічна продукція та споріднені товари	97,12	80,39	124,77	86,72	110,08	83,49	103,86	88,9
Товари промислового виробництва	92,36	109,79	119,3	76,8	104,96	91,82	117,01	87,72
Машини та транспортне обладнання	111,23	79,71	124,75	109,55	117,79	93,44	103,57	99,88

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Індекс Ласпейреса становить відношення вартості набору товарів, вироблених у базовому періоді, в ринкових цінах звітного періоду до того самого набору товарів у цінах базового періоду [118]. Ціни за споживчим кошиком українського експорту зменшилися в 2010 році порівняно із 2009 роком. Лише за товарами промислового виробництва спостерігалось зростання (табл. 3.10). Це пояснюється високими доходами від продажу свинцю і цинку на зовнішніх ринках, а за іншою металургійною продукцією спостерігалось різке падіння цін.

Індекс Пааше характеризує відношення вартості набору товарів, вироблених у звітному році та реалізованих за ринковими цінами цього року, до вартості того самого набору товарів у цінах базового року [118]. Для всіх перспективних товарів українського експорту, що мають виявлені переваги на зовнішніх ринках, спостерігається зменшення індексу Пааше.

Індекси Ласпейреса та Пааше свідчать про зниження цін експорту на всю реалізовану продукцію вітчизняними підприємствами. Необхідно зазначити, що дані індекси неповністю відображають реальну картину, оскільки не враховують структури експортованих товарів у досліджуваному періоді.

З метою мінімізації недостачі двох вищезазначених індексів нами був розрахований індекс Фішера, який становить середнє геометричне значень індексів Ласпейреса та Пааше. Отримані результати підтверджують погіршення ситуації у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних експортерів.

Окрім визначення впливу зміни цін на експортний прибуток вітчизняних підприємств, дослідимо тенденції взаємного руху експортних та імпорتنих цін у торгівлі на зовнішньому ринку за допомогою індексу «умов торгівлі». Як відомо, індекс «умов торгівлі» дорівнює відношенню індексу середніх цін експорту до індексу середніх цін імпорту [124; 186]. Значення індексу менше від 100 % за всіма видами досліджуваної експортної продукції свідчить про несприятливість цінової політики українського уряду стосовно

розвитку вітчизняного експорту та підвищенню конкурентоспроможності національного виробника порівняно з іноземними імпортерами.

Дослідження динаміки експорту українських товарів та аналіз нормативно-правового регулювання підтримки вітчизняних експортерів, проведені в цьому підрозділі, підтверджують актуальність удосконалення нормативної бази, організаційного та іншого забезпечення експортної діяльності українських виробників.

Знайдемо коефіцієнти кореляції між індексом державного регулювання діяльності промислових підприємств та зазначеними коефіцієнтами (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Коефіцієнти кореляції між індексом державного регулювання діяльності промислових підприємств та коефіцієнтами фінансового ризику й фінансової залежності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України

Підприємства	r_1	r_2	$r_1 + r_2$	$(r_1 + r_2)/2$
1. ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	0,24331	0,569495	0,812805	0,406403
2. ПАТ «Дніпроважмаш»	0,354836	0,354836	0,709672	0,354836
3. ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	-1	-1	-2	-1
4. ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	-1	-1	-2	-1
5. ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	-0,99994	-0,99994	-1,99988	-0,99994
6. ВАТ «Азовмаш»	-0,0822	0,032663	-0,04954	-0,02477
7. ПАТ «Азовзагальмаш»	0,278507	0,618243	0,89675	0,448375
8. ВАТ «Вібросепаратор»	-0,42812	-0,38732	-0,81544	-0,40772
9. ВАТ фірма «Беверс»	0,999168	0,999168	1,998336	0,999168
10. ВАТ «Мотор Січ»	0,351351	0,353711	0,705062	0,352531
11. ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	-1	-1	-2	-1
12. ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	0,217368	0,217368	0,434735	0,217368
13. ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	-1	1	0	0

Продовження таблиці 3.11

Підприємства	r_1	r_2	$r_1 + r_2$	$(r_1 + r_2)/2$
14. ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	0,448448	0,514101	0,96255	0,481275
15. ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	-0,99851	-0,99864	-1,99714	-0,99857
16. ПАТ «НОРД»	-0,27954	-0,27954	-0,55907	-0,27954
17. ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	0,738813	0,73799	1,476803	0,738402
18. ВАТ «Тепловозремонтний завод»	0,416577	0,416577	0,833154	0,416577
19. ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	0,751722	0,762111	1,513833	0,756916
20. ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М. В. Фрунзе»	-0,10582	-0,1031	-0,20892	-0,10446
21. ПАТ «Нафтопромаш»	-0,94682	-0,94802	-1,89484	-0,94742
22. ВАТ «Турбоатом»	-0,44623	-0,33864	-0,78487	-0,39243
23. ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	0,636484	0,632468	1,268952	0,634476

Джерело: розраховано автором.

Результати розрахунку середньоарифметичного коефіцієнта кореляції між індексом державного регулювання діяльності промислових підприємств та коефіцієнтами фінансового ризику й фінансової залежності експортоорієнтованих машинобудівних підприємств $((r_1 + r_2)/2)$ дозволяють розподілити досліджувані підприємства за ступенем впливу індексу:

- із високим ступенем впливу
(значення коефіцієнта (-1; -0,6) та (0,6; 1));
- із середнім ступенем впливу
(значення коефіцієнта (-0,6; -0,3) та (0,3; 0,6));
- із низьким ступенем впливу
(значення коефіцієнта (-0,3; 0,3)).

Результати розподілу підприємств на вищезазначені групи наведено в табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Розподіл експортоорієнтованих машинобудівних підприємств на групи залежно від ступеня впливу державного регулювання діяльності промислових підприємств на фінансові результати їх діяльності

Ступінь впливу	Ефект	Підприємства	Середнє значення коефіцієнта кореляції
Високий	Позитивний	ВАТ фірма «Беверс»	0,7822
		ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	
		ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	
		ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	
	Негативний	ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	-0,9909
		ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	
		ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	
		ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	
		ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	
		ПАТ «Нафтопромаш»	
Середній	Позитивний	ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	0,4099
		ПАТ «Дніпроважмаш»	
		ПАТ «Азовзагальмаш»	
		ВАТ «Мотор Січ»	
		ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	
		ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	
	Негативний	ВАТ «Вібросепаратор»	-0,4000
		ВАТ «Турбоатом»	
Низький	Позитивний	ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	0,1086
		ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	
	Негативний	ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе»	-0,1362
		ПАТ «Азовмаш»	
		ПАТ «НОРД»	

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків.

Проведений розподіл (табл. 3.12) показав, що у попередніх роках негативні умови діяльності з боку держави були створені для підприємств, що спеціалізуються на експорті машинних гвинтових виробів, машин і обладнання для добувної промисловості, машин для металургії, металевих конструкцій, залізничних і трамвайних локомотивів, нафтопромислового та бурового устаткування, сільськогосподарської техніки та обладнання для післязбиральної обробки, парових та газових турбін, обладнання для гідроелектростанцій та іншого енергетичного обладнання.

Позитивного ефекту досягла діяльність з боку держави в плані створення умов для експорту металорізальних верстатів, важких вантажних автомобілів та автомобілів спеціального призначення, сільськогосподарських тракторів різних модифікацій, авіаційних двигунів, промислових установок; різноманітних металевих виробів, виготовлення та продаж запасних частин для тепловозів. Розподіл машинобудівних підприємств за ступенем впливу індексу державного регулювання на їх фінансові результати, на наш погляд, дасть можливість побудувати ефективний план дій даних підприємств на зовнішньому ринку залежно від їх належності до окремих груп.

Так, підприємствам з 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 (див. табл. 1.6, підрозділ 1.2). До таких підприємств, як свідчать результати дослідження належать ВАТ фірма «Беверс», ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод», ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек», ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод», ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод», ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування», ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз», ПАТ «Нафтопромаш».

Основними напрямками стратегії даних підприємств на зовнішніх ринках повинні стати:

1. Збільшення частки промислових підприємств у загальному портфелі замовника.
2. Розширення географії продажу.
3. Освоєння виробництва високорентабельних видів продукції.
4. Збільшення частки та обсягів реалізації модернізаційних програм.
5. Розширення спектра пропонованих модернізаційних рішень

6. Упровадження жорсткої цінової політики щодо постачальників матеріальних ресурсів.

7. Створення сервісних центрів, складального виробництва у зарубіжних країнах.

8. Активна рекламно-виставкова діяльність у пріоритетних країнах.

9. Пошук альтернативних постачальників комплектуючих.

10. Можлива реструктуризація підприємства і скорочення виробничих площ та виробничої земельної ділянки.

Для підприємств із середнім рівнем впливу державного регулювання (ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА», ПАТ «Дніпроважмаш», ПАТ «Азовзагальмаш», ВАТ «Мотор Січ», ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш», ВАТ «Тепло-возоремонтний завод», ВАТ «Вібросепаратор», ВАТ «Турбоатом») в своїй зовнішньоекономічній діяльності необхідно застосовувати стратегії асортиментного розширення та спорідненої диверсифікації, які дозволять підприємствам вийти на критичний обсяг продажу, забезпечити середню норму прибутковості ЗЕД та розвинути нові напрями діяльності.

Основними напрямками стратегії даних підприємств на зовнішніх ринках повинні стати:

1. Поліпшення сервісного обслуговування та реклами.
2. Розроблення і виготовлення нових видів продукції.
3. Підвищення конкурентоспроможності раніше освоєних виробів підвищеного попиту.
4. Збереження і розширення ринків збуту.
5. Запровадження анкетування споживачів з метою врахування всіх вимог покупців.
6. Ефективне використання наявних у підприємства ресурсів.
7. Зменшення витрат на виробництво продукції.
8. Удосконалення технології виготовлення випуску продукції з метою підвищення її якості для задоволення потреб споживача.

9. Запровадження заходів щодо удосконалення системи збуту продукції.

10. Удосконалення маркетингової діяльності шляхом розширення клієнтської бази підприємства.

Для підприємств із низьким рівнем впливу державного регулювання (ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод», ЗАТ «Івеко - Мотор Січ», ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе», ВАТ «Азовмаш», ПАТ «НОРД») у своїй зовнішньоекономічній діяльності необхідно застосовувати стратегії інтенсифікації та раціоналізації бізнесу, а також асортиментного розширення, які дозволять забезпечити високі темпи розвитку ЗЕД та її беззбитковість.

Основними напрямками стратегії даних підприємств на зовнішніх ринках повинні стати:

1. Орієнтація на збільшення обсягів виробництва і на нарощування випуску нових видів продукції.

2. Забезпечення підприємств матеріальними ресурсами відповідно до встановлених планів виробництва продукції і за цінами, що забезпечують зниження собівартості продукції, що випускається.

3. Формування постійного платоспроможного попиту.

4. Підтримка технічних потужностей підприємства в робочому стані.

5. Освоєння непрофільних видів продукції й замовлень в осінньо-зимовий період з метою розширення номенклатури продукції.

6. Підвищення ефективності роботи каналів збуту підприємства.

7. Формування необхідного обсягу портфеля замовлень для виконання планових показників із реалізації продукції й забезпеченню стабільної роботи підприємства.

8. Проведення маркетингових досліджень у сфері можливостей випуску альтернативної продукції на виробничих потужностях підприємства.

9. Формування дилерської мережі в сфері продажів.

10. Супровід і гарантійне обслуговування продукції, прямі контакти зі споживачами, вивчення й використання досвіду партнерів і конкурентів.

Узагальнюючи вищевикладене, можна запропонувати схему, що відображає процес формування зовнішньоекономічної стратегії росту суб'єкта ЗЕД з урахуванням рівня державного впливу для аналізованих експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України (рис. 3.4).

Вплив державного регулювання на діяльність машинобудівних експортоорієнтованих підприємств України

		Високий	Середній	Низький	
Експортоорієнтовані машинобудівні підприємства України		ВАТ фірма «Беверс»	ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	
		ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»		ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	
		ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	ВАТ «Турбоатом»	ВАТ «Азовмаш»	
		ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	ВАТ «Сумське НВО ім. М. В. Фрунзе»	
		ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	ВАТ «Тепловозремонтний завод»	ПАТ «НОРД»	
		ПАТ «Нафтопромаш»	ВАТ «Мотор Січ»		
		ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	ПАТ «Дніпроважмаш»		
		ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	ВАТ «Вібросепаратор»		
		ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	ПАТ «Азовзагальмаш»		
		ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»			
Стратегія росту	Товар	неспорідненої диверсифікації	спорідненої диверсифікації	асортиментного розширення	інтенсифікації та раціоналізації бізнесу
	Ринок	новий	новий	традиційний	традиційний
	Товар	новий	традиційний	новий	традиційний

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень.

Рис. 3.4. Вибір стратегії росту експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України залежно від рівня впливу державного регулювання на їхню діяльність

При формуванні зовнішньоекономічної стратегії на діяльність машинобудівних підприємств можуть вплинути позитивно такі істотні фактори: реальна підтримка вітчизняного товаровиробника державою, зниження податкового тиску та запровадження системи пільг, зняття гостроти питання інженерних кадрів. Одночасно підприємства повинні застрахувати себе від можливих фінансово-економічних криз, інфляції, неплатоспроможності контрагентів, втрати ринків збуту, нестабільності цінової політики на ринку енергоносіїв та інше.

Запровадження таких стратегій росту до відповідних аналізованих підприємств буде сприяти поглибленню та розширенню зовнішньоекономічних зв'язків, поліпшенню координації зусиль, конкретизації позицій підприємства на зовнішньому ринку. Таке планування обумовлює питання визначення напрямків та цілей співробітництва на зовнішньому ринку, вибір партнера, узгодження номенклатури та обсягу взаємних коопераційних поставок.

3.3. Побудова гравітаційної моделі міжнародної торгівлі підприємств машинобудівного комплексу України при формуванні стратегії на зовнішньому ринку

Для України торгівля продукцією машинобудування – це традиційна економічна діяльність. Так, у 1990 році машинобудування займало 31 % в загальному обсязі промислового виробництва УРСР. На початку 90-х ХХ ст. років цей показник знизився до 12 %, тоді як в економічно розвинених країнах він становить 30-50 % [22].

Стан машинобудування України останнього десятиріччя свідчить про тенденцію збільшення загального обсягу виробництва (до 2008 року) із паралельним зростанням продуктивності праці в галузі та зменшенням інноваційно активних підприємств [158]. Поряд з цим відбувалося зростання

експорту машинобудівної продукції, оскільки машинобудівний комплекс України є досить високо експортоорієнтованим.

Оцінка діяльності машинобудівної галузі в 2008 – 2009 роках показала зниження виробництва майже вдвічі, що пов'язано зі скороченням імпорту вітчизняної продукції з боку країн СНД (насамперед Росії), куди вітчизняна продукція машинобудування найбільш активно експортувалась впродовж останніх років і де вона має виявлені конкурентні переваги (розраховано автором у підрозділі 2.1). Це можна пояснити невисокою конкурентоспроможністю продукції машинобудування на ринках ЄС та країн Азії, що викликано застарілістю основних засобів на підприємствах, недостатнім рівнем платоспроможності товаровиробників, обмеженим внутрішнім попитом на вітчизняну продукцію, низьким рівнем інноваційної активності вітчизняних підприємств, залежністю вітчизняних підприємств від імпортних комплектуючих, неефективною політикою держави щодо діяльності монополістів і посередників [38]. А це, у свою чергу, призвело до формування структури зовнішньої торгівлі машинобудівного комплексу України, яка не відповідає сучасним вимогам.

У цих умовах виникає зацікавленість в сфері розширення та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств з іноземними контрагентами, що представляють зовнішні ринки, де вітчизняна продукція має виявлені конкурентні переваги. Постає питання, щодо подальшого формування зовнішньоекономічної стратегії підприємств машинобудівного комплексу України стосовно активізації міжнародної торгівлі продукцією машинобудування.

Для визначення подальшого потенціалу торгівлі машинобудівних підприємств України на основних зовнішніх ринках можна використати гравітаційну модель, яка відобразить взаємну торгівлю та різноманітні перешкоди в ній.

Гравітаційна модель (англ. gravity model) – модель взаємодії між просторовими об'єктами (наприклад, країнами) у регіональному та просторовому аналізах економіки [31].

В основу підходу формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства на основі гравітаційної моделі покладено припущення, що обсяг двосторонніх торгових потоків між країнами прямо пропорційний розміру їх економік та оберненопропорційний відстані між країнами та іншими торговельними перешкодами.

Гравітаційна модель була запропонована ще у XIX ст. в процесі міграції населення. У середині XX ст. вона почала використовуватися для опису взаємної торгівлі між країнами. Ця модель була незалежно розвинена Тінбергеном у 1962 році [210] та Пойхоненом у 1963 році [201]. У 1966 році дана модель була істотно висвітлена Ізардом [65]. Описом міжнародної торгівлі між країнами за допомогою гравітаційної моделі займалися такі економісти: Андерсон, Бергшtrand, ван Вінкуп, Веннабль, Деардорф, Евнетт, Келлер, Кругман, Кортум, Реддінг, Хелпман [169; 170; 175; 176; 180; 182; 184; 191; 204], – які встановили, що гравітаційна модель є вагомим інструментом і її варто використовувати в емпіричних дослідженнях.

В загальному вигляді рівняння гравітаційної моделі має вигляд

$$T_{ij} = A * Y_i * Y_j / D_{ij}, \quad (3.6)$$

де A – стала;

T_{ij} – обсяг торгівлі між країнами i та j ;

Y_i – ВВП країни i ;

Y_j – ВВП країни j ;

D_{ij} – відстань між країнами i та j .

Ця регресійна модель є «внутрішньолінійною», тому для зручності обчислення її показники логарифмують, і вона набуває вигляду

$$\ln T = \ln A + \ln Y_i + \ln Y_j - \ln D_{ij}. \quad (3.7)$$

Дана гравітаційна модель може бути застосована для оцінки експорту та імпорту за відносною масою країн та відстані. При цьому очікується, що країна експортує (імпортує) до більших за відносною масою країн, тобто коефіцієнт відносної маси буде позитивним, а змінна відстані буде негативною.

Ми використаємо гравітаційну модель для подальшого аналізу експорту вітчизняними машинобудівними підприємствами своєї продукції на зовнішні ринки. Специфікація рівняння наступна:

$$\ln E_{UA_j}(MP) = \alpha_0 + \alpha_1(\ln MP_{UA} + \ln MP_j) + \alpha_2 \ln POP_j + \alpha_3 \ln D_{UA_j} + \alpha_4 Trade Freedom_j + \alpha_5 Dumm_RCA_j + e; \quad (3.8)$$

де $E_{UA_j}(MP)$ – 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 у країні j ;

D_{UA_j} – відстань між Україною та країною j ;

$Trade Freedom_j$ – індекс торговельної лібералізації країни j ;

$Dumm_RCA_j$ – фіктивна змінна для країни j ;

e – фактор помилки;

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$ – оцінювані коефіцієнти (ефекту внутрішнього потенціалу та місткості зовнішнього ринку, зовнішнього попиту, відстані, умов торгівлі, виявлених порівняльних переваг відповідно).

У побудованій моделі (3.8) використовується показник «індекс торговельної лібералізації», який визначається Heritage Foundation майже для всіх країн світу і складається з трьох компонентів: тарифного захисту, рівня корупції на митниці, нетарифних обмежень [199; 200]. У дану гравітаційну модель експорту нами введена фіктивна змінна, що характеризується

коефіцієнтом виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках (розраховано автором у підрозділі 2.1). Набуває значення «1», якщо продукція має порівняльні переваги на зовнішньому ринку, у протилежному разі – «0».

Вибірка (табл. 3.13) містить інформацію щодо 37 країн – найбільших імпортерів вітчизняної продукції машинобудування в 2008 – 2010 роках за даними Державної служби статистики України [62]. Період спостереження 2008 – 2010 рр., дані річні (початок року). Інформаційними джерелами стали статистичні бази Державної служби статистики України, The Heritage Foundation, Міжнародного валютного фонду, проекту ИНАПРО.СТРАНЫ. Відстань між країнами визначена з застосуванням програми «geod» (частини системи «PROJ» геологічного огляду США), як відстань між столицями.

Вибірка складається із 111 спостережень, що є достатнім для отримання результатів точної оцінки впливу обраних факторів на обсяг експорту вітчизняної продукції машинобудування у країни світу.

Для наших розрахунків використаємо дані табл. 3.13 та методику панельних даних.

Зазначимо, що методика панельних даних представляє відстежені в часі просторові вибірки домогосподарств, підприємств, регіонів, країн і т. п. [119]. Панельні дані застосовуються з 60-х років ХХ ст. і дають низку переваг при оцінці регресійних залежностей, оскільки враховують можливості аналізу часових рядів й аналізу просторових спостережень.

Панельні дані наведені в додатку Ф, а в додатку Х проведений розрахунок натурального логарифма за цими даними.

Результати регресії, отримані нами за допомогою програми Microsoft Excel, подамо в табл. 3.14.

Таблиця 3.13

Вихідні економічні дані для розрахунку інтенсивності експорту машинобудівної продукції України в країни світу
на основі гравітаційної моделі

Країна	Складові гравітаційної моделі											
	Експорт машинобудівної продукції українськими підприємствами до іноземної країни, млрд дол. США (дані на початок року)			Обсяг виробленої продукції машинобудування за роками, млрд дол.США (дані на початок року)			Кількість населення у країні, млн осіб	Відстань між Україною та іноземною країною, км	Індекс торговельної лібералізації за роками (дані на початок року)			Змінна, що відображає виявлені порівняльні переваги України
	2008	2009	2010	2008	2009	2010			2008	2009	2010	
<i>УКРАЇНА</i>	-	-	-	17,18	21,64	13,94	45,706	-	77.2	82.2	84.0	1
Азербайджан	0,2219793	0,362133	0,2585828	0,496	0,695	0,646	8,968	1609	77.6	78.4	78.4	1
Аргентина	0,0020597	0,0098935	0,0214501	52,49	65,7	62,3	40,134	12792	61.4	69.6	70.0	0
Білорусь	0,1692202	0,9550145	0,5587216	9,96	13,26	10,33	9,480	427	67.2	52.2	67.2	1
Болгарія	0,017054	0,2256853	0,1634909	3,95	4,99	4,71	7,569	1022	70.8	86.0	85.8	0
В'єтнам	0,0484017	0,0768126	0,0965185	6,3	9,97	10,26	87,211	7208	56.0	62.8	63.4	0
Вірменія	0,0064992	0,0439517	0,0436299	0,441	0,572	0,418	3,267	1584	85.6	85.0	86.4	1
Гонконг	0,0245857	0,0656671	0,1223865	6,21	6,45	6,3	7,065	7794	95.0	95.0	95.0	0
Грузія	0,1545429	0,2140581	0,1035666	0,063	0,079	0,066	4,385	1473	71.8	71.0	80.6	0
Данія	0,0427808	0,0637401	0,0342554	37,28	40,89	37,11	5,511	1334	86.6	86.0	85.8	0
Естонія	0,0724299	0,0771907	0,0555447	1,71	1,89	1,52	1,340	1057	86.6	86.0	85.8	0
Єгипет	0,0773331	0,0550206	0,0710092	18,59	23,22	26,87	76,704	2277	57.2	66.0	63.4	0
Ізраїль	0,0115486	0,0279091	0,027427	25,38	30,71	29,61	7,270	1295	85.2	86.6	86.0	0
Індія	0,2386421	0,2170081	0,2491858	165,6	180,9	185,2	1199,062	4568	51.2	51.0	51.0	0
Іран	0,1155726	0,2218027	0,3232687	25,73	29,99	29,74	74,100	2354	55.4	57.4	57.4	0
Італія	0,0440053	0,0528025	0,0424942	190,7	207,6	190,6	59,779	1672	81.6	81.0	80.8	0
Казахстан	0,8939334	1,1454702	0,8389049	2,6	3,37	2,73	15,568	3572	69.2	86.2	86.2	1
Киргизстан	0,0164379	0,0150969	0,0176857	0,076	0,102	0,091	5,370	3425	81.4	81.4	87.6	1
Китай	0,1683188	0,1405104	0,2973063	459,9	614,5	667,4	1334,740	6467	68.0	70.2	71.4	0
Корея	0,0270149	0,0280498	0,0243876	131,1	116,3	104,6	48,758	7315	69.2	66.4	70.2	0

Продовження таблиці 3.13

Країна	Складові гравітаційної моделі											
	Експорт машинобудівної продукції українськими підприємствами до іноземної країни, млрд дол. США (дані на початок року)			Обсяг виробленої продукції машинобудування за роками, млрд дол. США (дані на початок року)			Кількість населення у країні, млн осіб	Відстань між Україною та іноземною країною, км	Індекс торговельної лібералізації за роками (дані на початок року)			Змінна, що відображає виявлені порівняльні переваги України
	2008	2009	2010	2008	2009	2010			2008	2009	2010	
Латвія	0,1042194	0,1169255	0,1421695	2,01	2,72	2,09	2,261	831	86.6	86.0	85.8	0
Литва	0,1078558	0,1152359	0,0387778	5,86	7,07	5,58	3,335	581	86.6	86.0	85.8	0
Мексика	0,0070783	0,0089427	0,0319044	46,15	49,04	33,37	107,551	10825	77.6	79.0	80.2	0
Молдова	0,1600578	0,2028254	0,1126598	0,066	0,90	0,081	3,568	407	79.4	79.2	81.6	1
Нідерланди	0,1900299	0,1283836	0,1218686	96,6	108,7	98,9	16,481	1783	86.6	86.0	85.8	0
Німеччина	0,5827315	0,8127674	0,6937373	619,2	683,1	623,4	82,025	1207	86.6	86.0	85.8	0
Польща	0,2279183	0,4658298	0,3517672	29,75	36,98	30,11	38,111	690	86.6	86.0	85.8	0
Російська Федерація	8,0277911	11,9221826	5,6193591	77,64	99,6	73,74	141,391	754	62.6	44.2	60.8	1
Сполучене Королівство	0,0795647	0,0771028	0,0761789	182,1	174,4	141,9	61,798	2134	86.6	86.0	85.8	0
США	0,2898437	0,2790532	0,1157892	1126,1	1155,3	1140,4	307,374	7846	86.6	86.8	86.8	0
Таджикистан	0,0245932	0,0391730	0,0340474	0,077	0,107	0,104	6,497	3276	71.0	77.8	82.6	1
Туреччина	0,068461	0,0274281	0,0201467	22,72	25,56	21,53	70,538	1179	81.0	86.8	86.6	0
Туркменістан	0,0632233	0,1152602	0,1957126	0,389	0,430	0,454	5,353	2607	79.2	79.2	79.2	1
Угорщина	1,0586869	1,1314954	0,8044417	38,64	43,4	36,12	10,011	888	86.6	86.0	85.8	0
Узбекистан	0,2168739	0,3495535	0,2545165	0,825	1,058	1,214	27,911	3136	68.2	68.4	65.4	1
Франція	0,0635242	0,063522	0,0805372	168,8	186,29	173,8	62,599	2027	81.6	81.0	80.8	0
Чеська Республіка	0,090724	0,1208403	0,1127177	29,6	36,72	33,11	10,499	1141	86.6	86.0	85.8	0
Японія	0,0006121	0,0013077	0,0241326	569,1	732,9	760,2	127,559	8222	80.2	80.0	82.0	0

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків із використанням даних Державної служби статистики України, The Heritage Foundation, проекту ІНАПРО.СТРАНЫ, IMF (Directions of Trade Statistics, April 2010), із застосуванням програми «geod» (частини системи «PROJ» геологічного огляду США).

Результати регресії експорту машинобудівної продукції українських підприємств у країни світу

Змінні	$\ln E_{UAj}(MP)$
Місткість ринку	1,112079 (0,543671)
Кількість населення	-0,01367 (0,022669)
Відстань	-0,9895 (0,239805)
Індекс торговельної лібералізації	0,333749 (0,253698)
Фіктивна змінна	0,083485 (0,151857)
Константа	5,507872 (2,530457)
Коефіцієнт детермінованості R^2	0,4705
Стандартна похибка для оцінки експорту продукції машинобудування України	1,096391
F-статистика	5,509151
Ступінь свободи	31
Регресійна сума квадратів	33,11199
Остаточна сума квадратів	37,26424

Примітка: стандартні похибки подані в дужках

Джерело: розраховано автором

Як бачимо з табл. 3.14, тіснота зв'язку між змінними є достатньою і становить 0,4705.

Можна записати наступне рівняння гравітаційної моделі:

$$\ln E_{UAj}(MP) = 5,507872 + 1,112079(\ln MP_{UA} + \ln MP_j) - 0,01367 \ln POP_j - 0,9895 \ln D_{UAj} + 0,333749 Trade Freedom_j + 0,083485 Dumm_RCA_j \quad (3.9)$$

Згідно із результатами регресійного аналізу (3.9) можна зробити такі висновки:

1. Зростання місткості ринку приводить до зростання експорту української машинобудівної продукції. Відповідно до розрахунків зростання місткості ринку машинобудівної продукції на 10 % приведе до зростання експорту з України на 11,76 %.

2. Відстань між країнами приводить до зменшення обсягів українського експорту до країн світу.

3. Дивує те, що результати регресії свідчать про протилежний від очікуваного вплив змінної «кількість населення» на український експорт: чим більша кількість населення в іноземній країні (більш високий обсяг попиту), тим пасивніше українські підприємства здійснюють з нею торгівлю. Від'ємний знак «кількості населення» не повинен вводити в оману. Насправді географічний розподіл українського 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 показують очікуваний вплив індексу торговельної лібералізації. Чим більш ліберальною буде економіка іноземного контрагента, тим інтенсивніше відбуватиметься торгівля з українськими машинобудівними підприємствами. Відповідно до оцінок збільшення індексу торговельної лібералізації економіки іноземного контрагента на 1 пункт приводить до збільшення українського експорту продукції машинобудування на 39 %.

5. Фіктивна змінна, введена нами в рівняння даної гравітаційної моделі, також суттєво впливає на обсяги експорту продукції машинобудування українських підприємств. Результат свідчить, що наявність виявлених порівняльних переваг українських підприємств на іноземних ринках теоретично приводить до збільшення експорту в ці країни на 21,5% порівняно з країнами, де вітчизняна машинобудівна продукція не має виявлених порівняльних переваг.

Висновки до розділу 3

Ґрунтуючись на проведеному у третьому розділі дослідженні, ми дійшли таких висновків.

Для оцінки розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств в найближчій перспективі необхідно застосовувати короткостроковий прогноз вектор-структури їхнього експорту, який висвітлить інтенсивність та напрямок структурних змін порівняно з попередніми роками.

В основі підвищення результативності діяльності машинобудівних підприємств повинна бути стратегічна карта розвитку їх ЗЕД, яка має враховувати шість напрямків, що виявлені нами під час формування моделі оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства; повинна бути взаємозв'язана з організаційно-економічним механізмом державної підтримки українського експорту машинобудівної продукції. Це надасть можливість ухвалити низку урядових рішень щодо збільшення ефективності ЗЕД вітчизняних машинобудівних підприємств та забезпечення технічного рівня промисловості України, відповідного рівню сучасних розвинених країн Європи.

З метою підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств визначено основні пріоритети розвитку машинобудування, які повинні бути відображені в Державній програмі розвитку промисловості. Така Програма повинна включати можливість надання пільгових державних кредитів, державних гарантій за кредитами на модернізацію виробництва, державну підтримку лізингу, забезпечення антидемпінгового контролю за імпортною продукцією. На перший план повинні вийти пільгове фінансування та кредитування державою НДДКР, інвестиції в технічне переозброєння виробництв, стимулювання консорціумів із трансфером технологій, оптимізація оподаткування, стратегічний протекціонізм, який здатний забезпечити розвиток галузі.

Реалізація даної стратегії дозволить забезпечити умови для розвитку національного виробника, створити ефективне ринкове середовище для функціонування експортерів та високорозвинений ринок споживачів

експортованої продукції, що, у свою чергу, поліпшить збалансовані показники діяльності машинобудівного підприємства: виробничий процес, інвестиції, інновації, маркетинговий аспект, персонал та ризики.

Дисперсійний аналіз впливу індексу державного регулювання діяльності промислових підприємств на основні показники діяльності машинобудівних підприємств у 2008 – 2010 рр. дозволить розподілити досліджувані машинобудівні підприємства на групи за ступенем впливу індексу (високий, середній, низький).

Такий розподіл машинобудівних підприємств надасть можливість побудувати ефективний план дій даних підприємств на зовнішньому ринку залежно від їх належності до окремих груп та сформуванню ефективну стратегію росту на зовнішньому ринку, що буде сприяти поглибленню та розширенню зовнішньоекономічних зв'язків, поліпшенню координації зусиль, конкретизації позицій підприємства на зовнішньому ринку. Таке планування обумовлює питання визначення напрямків та цілей співробітництва на зовнішньому ринку, вибір партнера, узгодження номенклатури та обсягу взаємних коопераційних поставок.

Для визначення подальшого потенціалу торгівлі машинобудівних підприємств України на основних зовнішніх ринках необхідно використовувати гравітаційну модель, яка висвітлює взаємну торгівлю та різноманітні перешкоди в ній. У таку модель повинна бути додатково введена фіктивна змінна, що характеризується коефіцієнтом виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках. Застосування удосконаленої гравітаційної моделі дозволить оцінити місткість зовнішнього ринку, а також порівняти реальний та потенційний обсяги експорту вітчизняними підприємствами машинобудування залежно від гравітаційних факторів, закладених у модель.

Висновки і результати дисертаційного дослідження, наведені в розділі 3, опубліковані в наукових статтях автора [59; 60; 131; 132; 135; 136].

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукового завдання, що проявляється в удосконаленні формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства, у т. ч. в обґрунтуванні її основних компонентів та економічної природи ефективності. Результати виконаного дослідження дають підстави для висновків, які вирішують основні завдання дисертаційної роботи відповідно до поставленої мети, а саме:

1. Досліджено та узагальнено погляди вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розуміння поняття стратегії підприємства та принципів її формування, що дало змогу конкретизувати поняття та дослідити місце стратегії у сфері практичної діяльності підприємства. Стратегію підприємства визначено як комплекс рішень, який 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.

2. Визначено та деталізовано процес розроблення стратегії підприємства, який становить творчий процес, що містить постановку цілей діяльності підприємства, визначення її пріоритетних напрямків, оптимізацію структури формованих ресурсів та їх розподіл. Висвітлено логіко-структурну послідовність формування та реалізації стратегії економічного розвитку компанії, що дає змогу побудувати механізм зворотного зв'язку, коли залежно від результатів необхідно переглянути місію організації, стратегічні цілі та загальноекономічну стратегію в цілому.

3. Проведений аналіз матричних методів управління стратегією підприємства довів, що на українських підприємствах такі інструменти застосовуються як остаточні, а не як допоміжні засоби при складанні стратегічного плану. Необхідно розуміти, що прийняття оптимального

рішення потребує врахування багатьох факторів, які не можна повною мірою охопити матрицями. Матричне представлення бізнес-портфеля компанії дозволяє лише узагальнити результати стратегічного мислення. Недоліком матричних методів є те, що в жодній із цих моделей не приділяється уваги способам реалізації рекомендованих стратегій. Застосування матриць потребує суттєвих затрат часу і грошових коштів. Нарешті, головним мінусом цих методів є отримання інформації про сучасні умови діяльності підприємства, що мало ефективно в майбутньому плануванні.

4. У сучасних умовах зовнішньоекономічні зв'язки перетворилися у визначальний фактор, що визначає стан та перспективи української економіки. В цих умовах усе гостріше постає питання про вибір українськими підприємствами оптимальної стратегії економічного розвитку в довгостроковій перспективі, невід'ємною частиною якої повинна бути зовнішньоекономічна стратегія. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності передбачає обґрунтування довгострокових цілей фірми у спектрі її зовнішньоекономічних інтересів.

5. Встановлено та узагальнено основні компоненти зовнішньоекономічної стратегії підприємства, що дало змогу визначити їх основну з'єднувальну ланку – стратегію росту, яку можна представити залежновід 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 їх поетапне застосування. Підприємство-учасник ЗЕД на початковій стадії своєї діяльності на зовнішньому ринку насамперед повинно застосовувати стратегію інтенсифікації та раціоналізації бізнесу і лише потім поступово переходити до подальших можливих стратегічних планів. Оскільки повне використання можливостей компанії на традиційному, а потім на новому ринку дозволить підприємству з мінімальними витратами та ризиками спланувати свою зовнішньоекономічну діяльність.

6. Запропоновано диференціацію розвитку ЗЕД підприємства залежно від стадій життєвого циклу запропонованого товару. Така детальна характеристика кожної фази життєвого циклу попиту на товар дозволяє виокремити основні стратегічні цілі підприємства на зовнішньому ринку залежно від стадій життєвого циклу попиту на товар, а також обрати стратегію розширення ділової активності підприємства на окремій стадії.

7. На основі проведеного в дисертаційній роботі аналізу запропоновано етапи формування зовнішньоекономічної стратегії 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 попиту на продукцію, яку пропонує компанія на зовнішньому ринку. Запропонована схема формування стратегії ЗЕД підприємства являє замкнену систему, функціонування якої пов'язане з дослідженням ефективності зовнішньоекономічної діяльності та досягненням гнучкості при виході на мінливі зовнішні ринки.

8. Виявлено, що ефективність реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства доцільно визначати виходячи з фактичної результативності окремої операції в ЗЕД підприємства. Результативність (ефективність) зовнішньоекономічної діяльності може бути досягнута лише при збереженні методології виходу на зовнішній ринок, яка враховує стадії інтернаціоналізації бізнесу підприємства. У цих умовах необхідна методика оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства з використанням інструмента, здатного одночасно вирахувати результативність реалізації стратегії залежно від значущості поставлених цілей, порівняти її з еталонним критерієм ефективності та рівнем економічного ризику і, нарешті, вибрати найбільш ефективну стратегію серед альтернативних варіантів.

9. З'ясовано, що для забезпечення всебічного моніторингу ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії можна використовувати концепцію збалансованих показників Р. Каплана і Д.

Нортон, яку в умовах нестабільності економічного росту 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.

10. Наведено перелік типових задач підприємства-учасника ЗЕД на окремій стадії інтернаціоналізації бізнесу, що, у свою чергу, істотно полегшить використання на практиці запропонованої моделі оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

11. Доведено, що вибір критерію ефективності ЗЕД залежить від особливостей ситуації на ринку, від цілей підприємства, від наявності інформації про внутрішнє та зовнішнє середовища. Тому виникає потреба в комплексній оцінці зовнішньоекономічної стратегії, що передбачає вибір оптимальної стратегії. У дисертації розглядається задача лінійного програмування, розв'язок якої симплексним методом дозволяє обрати підприємству оптимальну стратегію, яка забезпечить суб'єкту ЗЕД середній дохід, не менший ніж ціна стратегії, що пов'язана з виходом на зовнішній ринок, при будь-якій можливій ситуації на ринку в майбутньому.

12. Проведений аналіз зовнішньоекономічного сектору України дозволив виявити у його функціонуванні негативні тенденції із середини 2008 року, пов'язані з ефектом розгортання світової фінансової кризи. Зовнішньоторговельний оборот у 2009 рік зменшився майже у 2 рази порівняно з 2008 роком. Несприятливі тенденції, які спостерігаються в зовнішній торгівлі України в 2009 – 2010 роках, підтверджують необхідність та важливість активізації зовнішньоторговельної діяльності країни, насамперед за рахунок підвищення ефективності використання експортного потенціалу на рівні країни та на рівні підприємства.

13. Розрахунково доведено, що вітчизняні підприємства мають порівняльні переваги при експорті продовольчих товарів, напоїв та тютюну,

неїстівних сировинних матеріалів, напівфабрикатів, за винятком енергетичних матеріалів, товарів промислового виробництва на всіх основних ринках реалізації. Також вітчизняні підприємства мають порівняльні переваги при експорті хімічної продукції та споріднених товарів, машин і транспортного обладнання, різноманітних промислових товарів на ринок країн СНД. Із врахуванням специфічних переваг українських експортерів інноваційних вектор розвитку промислового виробництва в країні повинен базуватися на поступовому підвищенні частки високотехнологічних товарів в загальному обсязі світового експорту (яка збільшиться майже в три рази до 2050 року), істотному збільшенні питомої ваги машин та обладнання та продукції обробної промисловості.

14. Діагностика діяльності машинобудівних підприємств дозволила встановити погіршення загальної ситуації в їх діяльності. Випуск машин і транспортного обладнання характеризується найбільш високим рівнем ризику, який мав постійну тенденцію до зниження упродовж аналізованого періоду. Цей показник характеризує нестійке навколишнє середовище, загрозливий фінансовий стан компаній, високу ймовірність банкрутства. А при тому, що високотехнологічна продукція є значним резервом підвищення обсягів національного експорту і має тенденцію до істотного збільшення своєї частки в світовому експорті товарів, то для українських підприємств машинобудівної галузі є актуальним перегляд своєї стратегії розвитку та напрямків підвищення ефективності виробництва, визначення шляхів виходу на зовнішні ринки та розроблення механізму управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності.

15. Установлено, 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 % від загального обсягу торговельних операцій між країнами Співдружності).

16. Розрахунково доведено, що на ринку СНД українські експортери спеціалізуються на поставках машин та транспортних засобів. Найбільш інтегрованою є структура торгівлі при реалізації хімічної продукції та споріднених товарів, машин та транспортного обладнання до Білорусі та Росії. Результати показують, що найбільш містким в Росії є ринки машин, обладнання та транспортних засобів, а також сільськогосподарської продукції; для Білорусі – ринки мінеральних продуктів, а також машин, обладнання та транспортних засобів. Показовим є те, що ринок машинобудування, як в 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.

17. Обґрунтовано, що розвиток машинобудівного комплексу в сучасних умовах соціально-економічних трансформацій та значного впливу дестабілізуювальних чинників інноваційно-інвестиційного процесу реального сектору української економіки забезпечує рентабельність і конкурентноспроможність товарів та послуг, є основою науково-технічного прогресу народного господарства та необхідною передумовою формування експортного потенціалу країни, оскільки більше ніж 50 % продукції вітчизняного машинобудування спрямовується на зовнішні ринки.

18. Обґрунтовано, що істотним стримуювальним елементом розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств є недосконалість системи заходів державного стимулювання експорту. Проведений регресійний аналіз залежності темпів зміни обсягу вітчизняного експорту за напрямками економічної діяльності від основних складових рівня економічної свободи в країні довів, що найбільше впливали на збільшення обсягів українського експорту спричиняли упродовж останніх десяти років державні умови регулювання ЗЕД, які проявлялися через сприятливий клімат у підприємницькій діяльності, а також через рівень торговельної свободи. Негативно вплинули на збільшення обсягів продажу на зовнішніх ринках

державне регулювання фінансової, монетарної свободи та створення сприятливого інвестиційного клімату.

19. 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.

20. Обґрунтована послідовнологічна схема процесу планування стратегії та виходу підприємства на зовнішній ринок на основі індексу державного регулювання, який залежить від рівня економічного регулювання в промисловості. Висновки, отримані на базі розрахунку даного індексу, будуть характеризувати зміни у результатах розвитку державної підтримки діяльності промислових підприємств та впливати на подальше формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Таким чином, використання інтегрального показника рівня державного регулювання діяльності підприємств виводить оцінку ефективності реалізації виробничого потенціалу на якісно новий рівень, що, у свою чергу, сприяє вдосконаленню діяльності вітчизняного суб'єкта ЗЕД.

21. Запропоновано короткостроковий прогноз вектор-структури експорту української продукції машинобудування на період 2010 – 2011 рр. Динаміка експорту продукції машинобудівних підприємств України буде характеризуватися інтенсивними структурними змінами та істотною зміною напрямку структурних змін порівняно з попередніми роками. Проведений регресійний аналіз показав, що найбільший вплив на вектор-структуру експорту української продукції машинобудування чинили такі показники, як фінансовий результат, які отримали підприємства машинобудування в аналізованому періоді, а також кількість інноваційно-активних підприємств.

22. З урахуванням складеного прогнозу розвитку вектор-структури експорту продукції машинобудування на 2011 – 2013 рр. залежно від системи збалансованих показників та виявлення основних факторів, що впливають на ефективність експортної діяльності підприємств машинобудівної галузі України, в дисертації розроблено стратегічну карту розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств України з урахуванням шести напрямків, які ми виявили під час формування моделі оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства. На підставі цього пропонується низка урядових рішень щодо збільшення ефективності ЗЕД вітчизняних машинобудівних підприємств та забезпечення технічного рівня промисловості України, що відповідає рівню сучасних розвинених країн Європи.

23. За допомогою дисперсійного аналізу, проведеного в дисертаційній роботі 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 і виокремити основні напрями стратегії даних підприємств на зовнішньому ринку залежно від їх належності до окремих груп.

24. У дисертації розглядається завдання гравітаційного моделювання експорту вітчизняними машинобудівними підприємствами своєї продукції, що враховує коефіцієнт виявлених порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках. Практичне використання цієї моделі дає низку переваг при оцінці регресійних залежностей, оскільки враховуються можливості аналізу часових рядів й аналізу просторових спостережень, та дозволяє оцінити торговельний потенціал українських підприємств машинобудування при експорті своєї продукції.

ДОДАТКИ

Додаток А


**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

 вул. Кірова, 160, м. Суми, 40021, тел./факс (0542) 787-422, admin@sau.sumy.ua, код за ЄДРПОУ 04718013
№ 3763 від 15.09.12

на № _____ від _____

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

 Ректор університету
професор, д.с.г.н.,
академік НААН

В.І. Ладика



” 2012 р.

А К Т

 про впровадження результатів наукових досліджень
Заяц Оксани Юрївни
у навчальний процес Сумського національного аграрного університету

м. Суми

“03” вересня 2012 р.

Комісія у складі:

голови комісії – **проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи****Жмайлова В.М., к.е.н., доцента;**

членів комісії:

директора ННІ Економіки та менеджменту Строченко Н.І., к.е.н., доцента;**завідувача кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції Михайлової Л.І.,****д.е.н., проф.**

склала цей акт в тому, що результати наукових досліджень асистента кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету Заяц О.Ю., за темою: “Формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності”, викладені в опублікованих наукових працях, знайшли своє відображення навчальному процесі при вивченні дисциплін «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Міжнародний менеджмент» та «Основи зовнішньоекономічної діяльності» в Сумському національному аграрному університеті для студентів та магістрів спеціальностей «Менеджмент організацій», «Менеджмент ЗЕД».

Голова комісії

В.М. Жмайлов

Члени комісії

Н.І. Строченко

Л.І. Михайлова



ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
ТОВАРИСТВО
«СУМСЬКЕ
МАШИНОБУДІВНЕ
НАУКОВО-ВИРОБНИЧЕ
ОБ'ЄДНАННЯ
ІМ. М. В. ФРУНЗЕ»



ПІДПРИЄМСТВО

УКРАЇНА,
40004, м. Суми, вул. Горького, 58
Телетайп 174841 «Весна»
Телефакс (0542) 22-63-62
E-mail: smpo@frunze.com.ua

№ 4816-1189 від 18.05.12

ПУБЛИЧНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ
ОБЩЕСТВО
«СУМСКОЕ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЕ
НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
ОБЪЕДИНЕНИЕ
ИМ. М. В. ФРУНЗЕ»

УКРАИНА,
40004, г. Сумы, ул. Горького, 58
Телетайп 174841 «Весна»
Телефакс (0542) 22-63-62
E-mail: smpo@frunze.com.ua

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Заяц Оксани Юріївни на тему: «Формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності»

Ретельне вивчення дисертаційної роботи Заяц Оксани Юріївни виявило доцільне використання ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. Фрунзе» отриманих в дисертації наукових результатів, практичних рекомендацій, пропозицій і висновків. Зокрема, це стосується рекомендацій щодо розширення та поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків українських машинобудівних підприємств з іноземними контрагентами за рахунок застосування гравітаційної моделі, побудованої автором, що висвітлює взаємну торгівлю та різноманітні перешкоди в ній і дає можливість підприємству оцінити свій потенційний експорт в залежності від торгівельної лібералізації іноземної країни та виявлення порівняльних переваг вітчизняної продукції машинобудування на зовнішніх ринках.

Зазначені рекомендації були застосовані в практичній діяльності ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. Фрунзе» з метою оцінки торгівельного потенціалу підприємства при експорті своєї продукції на зовнішні ринки і пройшли апробацію.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду із захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

З повагою,
В.о. заступника директора з продажів



И.В. Чепурко



ТРОСТЯНЕЦЬКА РАЙОННА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

вул. Горького, 3, м. Тростянець, 42600, тел. (05458) 5-10-80, факс 5-14-90

E-mail: RDA_Tros@list.ru

14.03.2012 № 489/02-14 на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів наукового дослідження Заяц Оксани Юрївни

Наукові розробки Заяц О.Ю. на тему «Формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності» використовувались при підготовці програм реалізації державної політики в галузях соціально-економічного розвитку, зовнішньоекономічних відносин, промисловості та підприємництва Тростянецького району Сумської області.

Зокрема Тростянецькою районною державною адміністрацією взяті до уваги пропозиції автора щодо розробки стратегічної карти розвитку ЗЕД машинобудівних підприємств з врахуванням прогностичних змін вектор-структури їхнього експорту, а також, щодо формування плану дій експортерів машинобудівної продукції на основі індексу державного регулювання.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду із захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).



Голова Тростянецької
районної державної адміністрації

А.П. Шишканов

ВІДКРИТЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО “ТРОСТЯНЕЦЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД”

Україна, 42600, вул.Калініна 1, м.Тростянець, Сумської області
тел/факс (05458) 5-16-41, E-mail: vattmz 2005 @ yandex. ru

Р/р № 26005275710001
в Конотопське від ПАТ «Експрес-банк»
м. Тростянець, МФО 337212
Код 05486734

Р/р № 26002750962991
в Суми вул. Гагаріна, 11
Харківська обласна філія ПАТ «Укрсоцбанк»
МФО 351016 Код 05486734

26.01.2012 № 6

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи Заяц Оксани Юріївни на тему: «Формування зовнішньоекономічної стратегії машинобудівних підприємств в умовах нестабільності»

У ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод» було проведено ознайомлення з дисертаційною роботою Заяц Оксани Юріївни, зокрема, тих її питань, що стосуються методики оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Запропонована в дисертації методика, заснована на концепції збалансованих показників Р.Каплана й Д.Нортоні і в умовах нестабільності економічного росту доповнена елементами діагностики системи управління ризиками та системи управління інвестиційними капіталовкладеннями. Перевагою даної моделі є її універсальний характер, а також можливість пов'язати стратегічне, тактичне, оперативне управління інвестиційною діяльністю на зовнішньому ринку й об'єктивно оцінити ситуацію та вибрати найбільш ефективну стратегію активізації бізнесу підприємства.

Зазначена методика була застосована в практику роботи ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод» з метою оцінки досягнутих підприємством значень показників та їх порівняння з запланованим цільовим показником на кожній стадії інтернаціоналізації бізнесу, а також розробки необхідних оптимізаційних заходів за основними перспективними напрямками розвитку підприємства на зовнішньому ринку, і пройшла апробацію.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду із захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

В.о. голови правління



П.М. Мельник

Додаток Д

**Товарна структура експорту України за 2004 – 2009 рр.
(% до попереднього року)**

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	РІК					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	123,91	112,91	54,2	188,5	104,8	76,1
II. Продукти рослинного походження	150,0	149,29	115,1	88,5	323,0	90,3
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	97,73	107,59	165,4	176,9	113,3	92,3
IV. Готові харчові продукти	126,15	113,24	108,0	147,5	120,2	82,9
V. Мінеральні продукти	123,55	108,87	82,3	110,4	164,8	55,4
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	143,16	107,49	113,4	119,5	124,3	49,9
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	121,67	130,98	139,7	122,9	101,1	56,5
VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	114,87	101,88	145,6	128,6	91,1	49,5
IX. Деревина і вироби з деревини	129,00	103,38	113,0	137,2	96,8	83,6
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	123,64	115,67	131,2	128,8	113,9	92,3
XI. Текстиль та вироби з текстилю	115,32	103,56	100,2	108,2	99,4	72,4
XII. Взуття, головні убори, парасольки	132,76	88,45	120,9	114,1	119,9	81,1
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	121,46	77,85	116,9	140,4	126,8	62,7
XIV. Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	-	-	124,7	119,0	98,7	57,3
XV. Недорогоцінні метали та виробівних	150	107,66	117,2	126,5	132,8	46,4
XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	130,54	93,74	117,3	149,5	127,4	79,1
XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання	210,0	81,38	126,3	159,0	130,7	36,9
XVIII. Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	180,0	23,96	107,4	132,9	119,2	114,8
IXX. Різні товари і вироби	135,60	127,77	126,4	130,6	121,7	70,8
XX Вироби мистецтва	280,0	150,0	388,7	293,7	33,7	95,3

Джерело: Державна служба статистики України

Додаток Е

Динаміка експорту товарів до країн – основних торговельних партнерів України за 2004 – 2010 рр.

РІК	Показник	Місце країни за обсягом експорту									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2004	країна	Росія	Німеччина	Туреччина	Італія	США	Польща	Китай	Угорщина	Румунія	Молдова
	тис дол США	5888676,37	1891042,57	1869198,98	1620436,06	1506851,79	979908,47	831407,00	807632,12	731745,04	659772,35
	% заг. експ.	18,02	5,78	5,72	4,95	4,61	2,99	2,54	2,47	2,24	2,02
2005	країна	Росія	Туреччина	Італія	Німеччина	Польща	США	Білорусь	Єгипет	Індія	Китай
	тис дол США	7495821,72	2034974,78	1893850,20	1286236,92	1010916,16	956510,52	891988,74	802501,88	736941,33	711241,23
	% заг. експ.	21,86	5,93	5,52	3,75	2,94	2,78	2,60	2,34	2,14	2,07
2006	країна	Росія	Італія	Туреччина	Польща	Німеччина	Білорусь	США	Угорщина	Індія	Казахстан
	тис дол США	8650699,8	2503422,5	2390039,2	1344516,3	1283847,3	1222688,8	1201721,5	946132,0	850105,5	828008,6
	% заг. експ.	22,54	6,52	6,22	3,50	3,34	3,18	3,13	2,46	2,21	2,15
2007	країна	Росія	Туреччина	Італія	Німеччина	Польща	Білорусь	Казахстан	Угорщина	США	Молдова
	тис дол США	12668323,9	3650005,0	2675165,1	1644519,2	1636938,0	1561387,0	1433699,0	1235087,5	1058085,2	911306,1
	% заг. експ.	25,72	7,41	5,43	3,34	3,32	3,17	2,91	2,50	2,14	1,85
2008	країна	Росія	Туреччина	Італія	Польща	Білорусь	США	Німеччина	Казахстан	Єгипет	Угорщина
	тис дол США	15735571,9	4633291,4	2911728,8	2338303,0	2105576,7	1949129,5	1837105,4	1832582,7	1560027,4	1367110,1
	% заг. експ.	23,5	6,92	4,34	3,49	3,14	2,91	2,74	2,73	2,32	2,04
2009	країна	Росія	Туреччина	Китай	Казахстан	Білорусь	Німеччина	Італія	Польща	Індія	Єгипет
	тис дол США	8495072,3	2126526,4	1434404,7	1418429,7	1258938,2	1248125,7	1227560,5	1213109,5	1152457,0	1013336,4
	% заг. експ.	24,1	5,35	3,61	3,57	3,17	3,14	3,09	3,05	2,90	2,55
2010	країна	Росія	Туреччина	Італія	Білорусь	Польща	Німеччина	Індія	Єгипет	Китай	Казахстан
	тис дол США	13431881,0	3026668,7	2412347,5	1899198,1	1787225,2	1499472,9	1426117,0	1327993,7	1316550,1	1300504,9
	% заг. експ.	26,11656	5,884966	4,690498	3,692745	3,475028	2,915531	2,7729	2,582112	2,559861	2,528664

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів Державного комітету статистики України

Додаток Ж

**Індекс виявлених порівняльних переваг України для країн СНД,
Європи та Азії в період 2005-2010 рр.**

Рік	Індекс Баласса (виявлених порівняльних переваг) для відповідних країн $RCA = (X_{ij} / X_{nj}) / (X_{it} / X_{nt})$, де X – експорт; і – досліджувана країна; j – товар (або галузь промисловості); t – група товарів, n - група країн		
	Країни СНД	Країни Європи	Країни Азії
Продовольчі товари, напої та тютюн			
2005	3,878037	1,762117	3,014207
2006	4,291842	1,786631	3,107377
2007	3,616178	1,809326	3,283366
2008	5,090947	2,230561	4,086795
2009	4,97129	2,837482	5,074999
2010	5,124495	2,4261	4,661105
Неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за винятком енергетичних матеріалів			
2005	1,657564	3,618347	2,088331
2006	1,890129	3,478057	1,894381
2007	1,755922	3,38761	1,784871
2008	1,971446	3,231915	1,485519
2009	1,412449	2,691124	1,025365
2010	1,278669	2,121324	0,779668
Енергетичні матеріали, мастильні матеріали і таке інше			
2005	0,177515	1,479309	2,20884
2006	0,118055	0,930609	1,469037
2007	0,098878	0,852384	1,119384
2008	0,101753	0,820951	0,8569
2009	0,094079	0,871893	0,713876
2010	0,140465	1,178346	1,10362
Хімічна продукція та споріднені товари			
2005	1,8143	0,566114	1,072747
2006	1,957077	0,58224	1,090285
2007	1,702379	0,540518	0,989752
2008	1,481255	0,492231	0,941174
2009	1,31404	0,371035	0,696117
2010	1,385028	0,405808	0,783512
Товари промислового виробництва			
2005	2,27551	2,712249	3,742879
2006	2,341755	2,769202	3,769829
2007	2,241178	2,683947	3,637317
2008	2,741105	2,715296	3,747239
2009	22,59738	1,927023	2,757625
2010	19,62263	2,13416	3,46001

Продовження додатку Ж

Машини та транспортне обладнання			
2005	2,426932	0,34751	0,248227
2006	2,703202	0,374072	0,270724
2007	2,933818	0,457367	0,325364
2008	3,20076	0,443083	0,318596
2009	3,339083	0,494372	0,377203
2010	3,67746	0,508268	0,381105
Різноманітні промислові товари			
2005	2,546693	0,320592	0,458333
2006	2,618383	0,311334	0,469149
2007	0,150833	0,28613	0,462148
2008	0,150998	0,230546	0,381595
2009	0,246506	0,400929	0,742669
2010	0,329284	0,454116	1,033754
Товари, що не класифікуються у категорії			
2005	0,143263	0,30798	0,167113
2006	0,16533	0,35044	0,166163
2007	0,165155	0,218767	0,155032
2008	0,153969	0,182795	0,136415
2009	0,128982	0,18454	0,038164
2010	0,097894	0,184064	0,029013

Джерело: розраховано автором з використанням даних COMTRADE та Державної служби статистики України

Додаток И

Таблица И1


World sectoral ratings evolution


	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Nov. 2008	April 2009
Telecommunications (operators)		B-	B+	A	A	A	A	A	A
Agrifood	-	-	-	-	-	-	-	-	A-
Pharmaceuticals	A+	A+	A+	A	A	A-	A-	A-	A-
Chemicals	A-	A	A	B+	A-	A-	A-	A-↘	B+
Mass retail	A-	B+	A-	A-	A-	A-	A-	B+	B+
Paper	B+	B	A-	A-	A-↘	A-	A-	B+	B+↘
Steel	B	B	A	A	A	A	A	A-	B+
Electronic components	B-	B-	A+	A	A	A	A-	B+	B
Telecommunications (mobile and network equipment)	C+	B-	B+	A-	A-	B+	B+	B+↘	B
Computer industry	C-	C+	B-	B-	B	B-	B-	B-	B-
Mechanical engineering	B	B	A-	A-	A-	A-	A-	B+	B-
Building & Civil engineering	A	A	A	A	A-	B	B-	C+	C+
Air transport	C+	C+	B-	C-	C+	B-	B-	B-↘	C+
Clothing	C	C-	C	C-	C-	C	C	C	C↘
Textiles	C+	C+	C+	C	C	C+	C+	C+	C
Automobile	A-	B	B+	B↘	B-	B-	B-	C+	C-

Таблица И2

Regional sectoral ratings in April 2009

	World	North America	Japan	Western Europe	Emerging Europe	Emerging Asia	Latin America	Middle East & Northern Africa	CIS
	A	A-	A+	A	A	A	A	A+	A
	A	A-↘	A+↘	A	A	A	A	A+	A
Telecommunications (operators)	A	A-↘	A+↘	A	A	A	A	A+	A
Agrifood	A-	A	B	A↘		B			
Pharmaceuticals	A-	A-	B+	A-	B (dist)	A	A- (dist)	B (dist)	B (dist)
Chemicals	B+	B+	A-	B+	B	A-	B+	A	B
Mass retail	B+	B	A-	B+	B+	A-	A-	A	A
Paper	B+	B+	A-	B+	B	B	A-	A	B
Steel	B+↘	B+	A	B-	B+	A	A-		
Electronic components	B	B+	B+	B		B			
Telecommunications (mobile and network equipment)	B	B	B+	B		B+			
Computer industry	B-	B-	B-	B-	B+	B	B+	B	
Mechanical engineering	B-	B-	B	B-	B-	B+			
Building & Civil engineering	C+	C	B-	C+	B+	B+	B+	A-	B+
Air transport	C+	C↘	C	B-	B-	B↘	B-↘	B+↘	C+
Clothing	C↘	C-↘	C-↘	C↘	B↘	B+↘	C+↘	B	
Textiles	C	C-	B-	C-	B-	A-↘	B-↘	B	B↘
Automotive	C-	D	B+	C	B-	B	B-	B+	B-

 Downgraded sectors or sectors put under negative watch

 Sectors downgraded by two notches

Coface establishes Sector @ratings on ten levels ranging from A+ for the lowest risks to D for the highest according to the following definitions:

A+

A

A- The economic environment has been good in the sector and has had a positive influence on the company financial situation. Payment experience has been satisfactory. Default probability has been low on average.

B+

B

B- In an essentially favourable economic environment nonetheless not safe from short-term deterioration with negative repercussions on the company financial situation, payment behaviour is generally correct and default probability acceptable.

C+

C

C- In a very uncertain sectoral environment combined with a very vulnerable company financial situation, payment behaviour is relatively poor with default probability disquietingly high.

D In an unfavourable sectoral environment, a deteriorated company financial situation which is at the root of generally poor payment behaviour. Default probability is high.

Додаток К

**Розрахункові дані для визначення індексу компліментарності української торгівлі на зовнішньому ринку,
млн. дол. США**

	2005 рік			2006 рік			2007 рік			2008 рік			2009 рік			2010 рік		
	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД	Країни Азії	Країни Європи	Країни СНД
Загальний обсяг імпорту	619650	4172922	222401	691190	4793780	294410	789954	5606238	403928	884480	6300303	496705	608319	4794079	313406	753407	5442202	399490
Обсяг імпортованого товару в відповідні країни:																		
продовольчі товари, напої та тютюн	46886	295317	24334	47511	323790	28653	51036	386750	35842	59614	441008	45168	53041	399781	36220	60435	417634	44470
неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за виключенням енергетичних матеріалів	29624	133400	7219	37406	163765	8270	43219	196788	10946	48338	222003	14283	33355	150343	9483	50830	202804	12236
енергетичні матеріали, нафтопродукти та інші	154199	508093	20647	181791	615083	24415	234224	647607	30782	257309	871812	36828	101184	569124	31865	127994	702721	36359
хімічна продукція та споріднені товари	48051	523684	22602	51947	585540	29657	58058	691681	37912	65799	768850	46582	60110	655439	35196	74009	720677	44685
товари промислового виробництва	58963	594588	32737	68704	720355	42954	76883	868621	58317	85411	926646	69415	72306	758903	54720	83613	864578	70728
машини та транспортне обладнання	185320	1475546	77833	200296	1667389	106937	216962	1890147	153588	236957	2025809	187718	181562	1472384	96372	228508	1651341	111599
різноманітні промислові товари	84163	503586	29128	89746	556124	35936	93325	641708	52787	101581	705977	62671	87097	450950	47383	104744	550265	44470
товари, що не класифікуються за категорією	11206	114890	3990	13217	146102	17064	15263	261233	22138	18604	251233	29642	19664	337155	2167	23274	332182	19501

Продовження додатку К

Світовий експорт	2005 рік		2006 рік		2007 рік		2008 рік		2009 рік		2010 рік	
	10343807		11956641		13779051		15826004		12395701		15025812	
з нього:	Україна	Світ	Україна	Світ	Україна	Світ	Україна	Світ	Україна	Світ	Україна	Світ
продовольчі товари, напої та тютюн	4307,01	604674	4713,36	669822	6247,72	798032	10824,69	952036	9514	870836	9936	968395
неїстівні сировинні матеріали, напівфабрикати, за виключенням енергетичних матеріалів	3137,65	366058	3627,47	448342	4621,22	545589	5969,6	645523	2754,37	495232	3243,728	694124
енергетичні матеріали, мастильні матеріали і таке інше	3344,918	1435425	2553,533	1755854	2630,199	1965202	4109,234	2596532	2130,7825	1737616	4184,252	2226190
хімічна продукція та споріднені товари	2990,25	1089170	3387,26	1229511	4047,218	1444608	5045,334	1641772	2515,1517	1416270	3479,16	1658840
товари промислового виробництва	14047,25	1419665	16420,09	1681162	20787,3	1973579	27593,97	2164414	12816,7581	1834924	17332,5469	2138449
машини та транспортне обладнання	4639,61	3899373	5563,88	4463301	8483,55	5017364	10905,2	5452561	6889	4206351	9173,9	5136997
різноманітні промислові товари	1240,48	1176088	1300,99	1311731	1497,55	1491476	1617,5	1642930	1538,879	150286	2578,817	205386
товари, що не класифікуються у категорії	318,03	332215	400,52	391767	509,72	578281	586,52	674130	309,956	1684186	337,21	1997431

Джерело: складено автором з використанням даних COMTRADE.

Додаток Л

Розрахункові дані для визначення індексу внутрішньогалузевої торгівлі України з країнами СНД, початок 2010 р.

Товар	Країни СНД																			
	Азербайджан		Вірменія		Білорусь		Казахстан		Киргизстан		Молдова		Росія		Таджикистан		Туркменістан		Узбекистан	
	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США		
Живі тварини; продукти тваринного походження	5380,6	*	3115,1	659,1	2128,2	54024,8	73703	3159	2293,7	*	16468,3	146,4	327932,3	39979,4	496,6	3,6	5106,6	*	8225,9	525,4
Продукти рослинного походження	15959,9	7725	6038	754,2	46915,9	633,7	11266,6	1388,1	36,4	156,9	30875,8	2694,6	172163,3	74897	659,9	1242,4	2125,8	71,5	11484,7	5711,2
Жири та олії тваринного або рослинного походження	3977,7	*	12822,7	*	52702,2	149	16879	108,0	6945,5	14,9	7928,1	51,4	140297,4	21301,4	119,5	1278,9	2798,2	*	17915,8	*
Готові харчові продукти	93307,8	3441,9	40213,5	6373,3	161202,7	51872,6	135697,8	1134	40558,1	1354,5	168726,5	20351,2	772290,5	355161,8	13723,5	*	36835,7	*	2663,8	4605,3
Мінеральні продукти	12283,1	265894,3	2491,5	149,1	92839,8	1014057	23566,2	1902064	5002,7	34,5	119894,3	343,3	786275,7	8494611,5	3251,1	1,8	2151,9	716542,1	2107,2	1589511

Продовження додатку Л

Товар	Країни СНД																			
	Азербайджан		Вірменія		Білорусь		Казахстан		Киргизстан		Молдова		Росія		Таджикистан		Туркменістан		Узбекистан	
	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	29931,3	1734,7	7030,7	189,1	106911,8	68827,8	72379	13703,1	5455,4	8,5	44624,6	207,5	591363,4	943574,1	33885,7	*	5721,2	63,7	43938,9	2958,2
Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	8919,1	1716,6	4588,9	430,7	46139,1	125069,4	32152,5	18,3	2886,7	*	29589,4	3474,1	230945,3	449303	357,3	*	3658,2	117,1	10975,9	9381,2
Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	36	*	72,8	*	6277,6	541,8	66,2	19,1	0,4	255,1	4916,3	140,8	1440,6	3427,1	16,4	*	31,8	*	*	*
Деревина і вироби з деревини	5118,6	6,7	2125,5	*	17600,8	15480,3	9571,4	51,0	653,4	*	21520,8	7,3	33423,4	28532,1	216,3	*	1156	*	2228,9	*
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	12786	4,3	3712,8	*	53570,1	13288,4	44371,8	29,5	6321,7	*	19402,3	1139,3	525914,8	274563,5	3084,7	*	879,6	*	10912,3	122,5
Текстиль та вироби з текстилю	1344,4	96,5	291,4	*	14830,1	60773	6283,6	5441,7	378,9	1297,6	6518,3	3283,4	64165,8	59920,2	107,7	2220,8	2741,6	1235,5	3211,2	10867,3

Продовження додатку Л

Товар	Країни СНД																			
	Азербайджан		Вірменія		Білорусь		Казахстан		Киргизстан		Молдова		Росія		Таджикистан		Туркменістан		Узбекистан	
	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США		
Взуття, головні убори, парасольки	60,3	*	42	*	9091,9	298,2	3466,9	281,8	58,6	*	3036,7	185,9	21406,3	2419,1	813,9	*	263,3	5,4	39,2	*
Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	6379,7	1,0	1205,8	228,6	26454,6	24701	15327,7	199,8	256,3	*	29056,2	1862,9	134223,1	157339,4	2845,5	0,1	4944,4	*	3607,2	51,1
Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	*	*	0,5	5,9	1124,6	20,9	2511,3	6,9	*	*	1460,1	7,9	6021,6	5436,7	*	*	474,2	*	178,3	*
Недорогоцінні метали та вироби з них	205472,3	46,2	57638,9	17379,8	302984,3	61761,9	513579	97993,4	6955,8	297,6	117472,4	11289,2	1678808,7	850040,4	2083,7	440,5	150674,4	*	158421,5	7766
Механічне обладнання; електрообладнання; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	101409,4	476	19355,4	86,1	184407,9	112135,4	246131	1572,6	7907,4	314,4	48910,7	3171	2040582,8	1016014	12269,7	*	74364	199,7	115590,5	241,1
Транспортні засоби та шляхове обладнання	23504,3	484,3	1575,5	17,7	101788,5	73833,6	175759,4	263,4	451,5	222	3915,1	2987,9	726300,4	283002,1	4687,4	63,1	21971,7	*	9106,2	8822

Продовження додатку Л

Товар	Країни СНД																			
	Азербайджан		Вірменія		Білорусь		Казахстан		Киргизстан		Молдова		Росія		Таджикистан		Туркменістан		Узбекистан	
	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США
Прилади та апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	5221,4	64,7	967,2	82,2	7959,6	4241	4538,9	144,8	485,8	*	4080,2	116,6	91864,5	68284,6	66,7	*	1599,1	*	2559,7	0,8
Різні товари і вироби	2130,8	2,2	560,4	*	14711,9	7018,1	24878,9	4,4	912,9	53,4	14701,3	534	82423,9	18259,2	226,1	0,2	7304,2	*	688,9	17,1
Вироби мистецтва	*	*	*	*	1,2	*	*	*	*	*	7,6	*	63,2	28,6	*	*	*	*	*	2,3
Товари, придбані в портах	75,3	1591,9	715,2	473,6	18,8	640,3	*	1710,5	17,2	0,5	30,3	21,4	12586,7	21292,8	*	0,5	2,5	47,5	*	9,5
Різне	13339,2	*	555,1	1387,4	8941,6	121,4	6497,9	*	849,3	*	196,8	12,0	81735,2	23742,1	*	*	*	*	*	*
* - Торгівля відсутня																				

Джерело: розраховано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Додаток М

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі України з країнами СНД, %

Товар	Країни СНД									
	Азербайджан	Вірменія	Білорусь	Казахстан	Киргизстан	Молдова	Росія	Таджикистан	Туркменістан	Узбекистан
Живі тварини; продукти тваринного походження	0	34,9	7,58	8,21	0	1,76	21,7	1,43	0	12,0
Продукти рослинного походження	65,2	22,2	2,66	21,9	37,6	16,0	60,6	69,3	6,5	66,4
Жири та олії тваринного або рослинного походження	0	0	0,56	1,27	0,42	1,28	26,3	17,1	0	0
Готові харчові продукти	7,11	27,3	48,6	1,65	6,46	21,5	63,0	0	0	73,3
Мінеральні продукти	8,83	11,3	16,7	2,44	1,36	0,57	16,9	0,11	0,59	0,26
Продукція хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості	10,9	5,23	78,3	31,8	0,31	0,92	77,0	0	2,20	12,6
Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	32,2	17,1	53,8	0,11	0	21,0	67,9	0	6,20	92,1
Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	0	0	15,9	44,7	0,31	5,56	59,1	0	0	0
Деревина і вироби з деревини	0,26	0	93,6	1,06	0	0,06	92,1	0	0	0
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	0,06	0	39,7	0,13	0	11,1	68,6	0	0	2,22
Текстиль та вироби з текстилю	13,4	0	39,2	92,8	45,2	66,9	96,5	9,25	62,1	45,6
Взуття, головні убори, парасольки	0	0	6,35	15,03	0	11,5	20,3	0	4,02	0
Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	0,03	31,8	96,5	2,57	0	12,05	92,07	0,007	0	2,79
Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	0	15,6	3,64	0,54	0	1,07	94,8	0	0	0
Недорогоцінні метали та вироби з них	0,045	46,3	33,8	32,0	8,20	17,5	67,2	34,9	0	9,34
Механічне обладнання; електрообладнання; пристрої для записування або відтворення зображення із звуку	0,93	0,88	75,6	1,26	7,64	12,1	66,4	0	0,53	0,41
Транспортні засоби та шляхове обладнання	4,03	2,22	84,0	0,29	65,9	86,5	56,07	2,65	0	98,4
Прилади й апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	2,44	15,6	69,5	6,18	0	5,55	85,2	0	0	0,06
Різні товари і вироби	0,20	0	64,6	0,03	11,05	7,01	36,2	0,17	0	4,84
Вироби мистецтва	0	0	0	0	0	0	62,3	0	0	0
Товари, придбані в портах	9,03	79,6	5,70	0	5,64	82,7	74,3	0	10,0	0
Різне	0	57,1	2,67	0	0	11,5	45,01	0	0	0
ЗАГАЛЬНА ТОРГІВЛЯ	68,2	29,1	85,3	82,2	8,6	13,9	78,5	12,5	62,2	39,5

Джерело: розраховано автором із використанням матеріалів Державної служби статистики України.

Додаток Н

Основні українські експортери машинобудівної галузі *

Регіон України	Експортер	Експортована продукція	Основні ринки збуту
АР Крим	ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛІМА»	Електрозварювальне обладнання	Росія, Ліван, ОАЕ, Єгипет
Дніпропетровська обл.	ПАТ «Дніпроважмаш»	Вироби металеві з металів; печі та пальники пічні; вузли та деталі до транспортерів, елеваторів, устаткування підйомно-транспортного та іншого призначення; вагони вантажні несамохідні; вузли та деталі до локомотивів залізничних	Росія, Білорусь, Казахстан, Болгарія
Донецька обл.	ЗАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	Кріпильні засоби, машинні гвинтові вироби, ланцюги і пружини	Росія, Казахстан, Польща, Грузія
	ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	Машини та обладнання для добувної промисловості	Росія, Білорусь, Польща, Грузія, Казахстан
	ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	Машини для металургії	Франція, Німеччина, Японія, Італія, Іран, Китай, Туреччина, Росія, Болгарія, Польща
	ВАТ «Азовмаш»	Продукція вагонобудування	Росія, Німеччина, Туреччина, Білорусь, Казахстан
	ПАТ «Азовзагальмаш»	Нагрівальні котли	Росія, Казахстан, Білорусь, країни Прибалтики
Житомирська обл.	ВАТ «Вібросепаратор»	Сільськогосподарська техніка та обладнання для післязбиральної обробки, транспортування та зберігання зернових, олійних та бобових культур	Росія, Білорусь, Казахстан
	ВАТ фірма «Беверс»	Металорізальні верстати	Росія, Білорусь

Продовження додатку Н

Регіон України	Експортер	Експортована продукція	Основні ринки збуту
Запорізька обл.	ВАТ «Мотор Січ»	Авіаційні двигуни, промислові установки; різноманітні металеві вироби	Ринки СНД, Південно-Східної Азії, Близького Сходу, країн Африки, Латинської Америки
	ТОВ «Мелітопольпродмаш»	Комплекти лінії для розливу мінеральної води, молока, соків, слабоалкогольних напоїв, водки, коньяку та інших рідинних напоїв	Росія, Туркменістан, Узбекистан, Грузія, Естонія, Іран
	ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	Металеві конструкції	Росія, США, Іспанія
	ПАТ «Бердянські жниварки»	Насоси, компресори та гідравлічні системи	Росія, Казахстан, Литва
	ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	Запчастини та обладнання для автомобілів	Болгарія, Італія
	ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	Машина для прибирання врожаю	Росія, Казахстан, Литва
	Бердянський завод сільгосптехніки ДП	Навісне та причіпне обладнання для збору зернових, круп'яних та олійних культур до с/г техніки	Росія, Казахстан, Татарстан та Молдову
Агро майстер плюс ТОВ	Двигуни та силові установки; крани, клапани, вентилі та аналогічна арматура для трубопроводів, котлів, резервуарів, цистерн, баків	Росія, Казахстан, Польща	
Київська обл.	Київський авіаційний завод + ДП	Серійний випуск літаків	Росія, Китай, Індія, ОАЕ
	Корпорація «Укрінмаш»	Реалізація продукції підприємств машинобудування України, майна Міністерства оборони України, що відчужується в процесі конверсії та сприяння участі українських науково-дослідних організацій в міжнародній науково-технологічній співпраці	Росія, Китай, Казахстан, Туркменістан, Чехія,
	ПАТ «НОРД»	Холодильники та морозильники; кухонні плити; прасувальні машини; мікрохвильові пічі; пирососи; чайники; утюги	Росія, Польща, Німеччина, Угорщина, Франція, Словаччина

Продовження додатку Н

Регіон України	Експортер	Експортована продукція	Основні ринки збуту
Луганська обл.	ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	Металеві резервуари, цистерни і контейнери	Росія, Молдова, Естонія
	Луганський машинобудівний завод імені О.Я.Пархоменка	Машини і обладнання для добувної промисловості	Болгарія, Куба, В'єтнам, Туреччина, Алжир, Єгипет,
	ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	Залізничні і трамвайні локомотиви	Росія, Казахстан, Польща
Львівська обл.	Львівський автобусний завод + ТОВ	Автомобілі, призначені для перевезки 10 осіб або більше	Росія, Білорусь, Казахстан, Молдова, Сербія, Болгарія, Польща
	Компанія MIOS	Гнучий інструмент для листозгинальних пресів	Росія, Польща
	Дискавері - бурове обладнання	Повнокомплектні бурові установки та вузли до них	Великобританія
Одеська обл.	ЕНОГРУП	Комплексні лінії для переробки винограду та виробництва виноматеріалів	
Полтавська обл.	ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	Ремонт тепловозів; виготовлення та продаж запасних частин; ремонт дизелів; ремонт колісних пар	Росія, Польща, Монголія
	ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	Важкі вантажні автомобілі та автомобілі спеціального призначення.	Лівія
Сумська обл.	ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М.В.Фрунзе»	Комплекси з випуску обладнання для нафтової, газової та хімічної промисловості	Білорусь, Туркменістан, Іран
	ТОВ «Конотопський завод «Мотордеталь»	Запасні частини (гільзи циліндрів) до вантажних автомобілів, запасні частини (гільзи циліндрів) до тракторів.	Німеччина, Франція, Англія, США, Чехія, Росія, Польща.
	ПАТ «Нафтопромаш»	Нафтопромислове та бурове устаткування, лінійно-кабельні вироби для телефонного зв'язку, технологічне обладнання для переробки сільськогосподарської продукції.	Росія, Білорусь, Казахстан, Туркменістан, Німеччина, Прибалтика

Продовження додатку Н

Регіон України	Експортер	Експортована продукція	Основні ринки збуту
Харківська обл.	ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	Сільськогосподарські трактори різних модифікацій; запасні частини для тракторів виробництва ХТЗ; сталеві та чавунні відливки, гарячі штампування для інших підприємств, що постачаються по кооперації.	Росія, Казахстан
	Харківське державне авіаційне виробниче підприємство	Літаки	Єгипет, Лівія, Іран
	ВАТ «Турбоатом»	Парові турбіни для теплових, атомних електростанцій, газові турбіни, обладнання для гідроелектростанцій та інше енергетичне обладнання.	Росія, Казахстан, Афганістан, Азербайджан, Угорщина, Індія, Франція, Болгарія
	Електроважмаш, завод, ДП	Потужні турбо- та гідрогенератори, електрообладнання для тепловозів, крупних електричних машин	
Черкаська обл.	Мета, науково-виробнича фірма + ПП	Електрогенераторні установки	Лівія
Чернігівська обл.	ТОВ «ТАН»	Обладнання для переробки олії	Росія, Білорусь, Молдова, Узбекистан, Казахстан, Польща, Латвія, Німеччина

* База даних українських експортерів, www.ukrexport.gov.uaДжерело: Складено автором з використанням матеріалів www.ukrexport.gov.ua

Додаток П

Результати діяльності основних експортоорієнтованих машинобудівних підприємств України в 2008 – 2010 рр.

Експортоорієнтовані машинобудівні підприємства України	Роки	Показники результатів діяльності підприємства						
		Прибуток (+) / збиток (-) на одного працівника, грн.	Прибуток (+) / збиток (-) від реалізації продукції на гривню зарплати	Фондо- озброєність, грн./1 працівника	Індекс обсягу продажів	Рентабельність продажу	Коефіцієнт фінансової залежності	Коефіцієнт фінансового ризик
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛМА»	2008	10599,7	0,91	53992,02	1,0004	0,16	1,09	0,07
	2009	382,6	0,27	96607,20	0,4	0,14	1,09	0,08
	2010	5960,92	0,12712	106834,5	1,813564	0,039578	1,069154	0,069154
ПАТ «Дніпроважмаш»	2008	4143,2	1,18	80476,9	1,33	0,26	2,23	1,23
	2009	5355,4	1,46	105447,05	0,58	0,26	1,81	0,81
	2010	3486,374	0,130055	112076,5	1,39184	0,032659	2,07554	1,075417
ЗАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	2008	38735,98	2,42	33358,24	1,29	0,27	6,69	5,10
	2009	*	*	*	*	*	*	*
	2010	*	*	*	*	*	*	*
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	2008	-2842,97	-2,35	108460,74	1,49	-0,21	1,69	0,69
	2009	*	*	*	*	*	*	*
	2010	*	*	*	*	*	*	*
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	2008	10013,5	0,98	79821,98	1,074	0,21	3,88	2,88
	2009	10306,3	1,51	138816,35	2,30	0,05	6,59	5,59
	2010	12863,3	0,703999	158953,6	1,018529	0,033618	2,788485	1,788485
ВАТ «Азовмаш»	2008	8213,9	1,13	9475,30	0,72	0,17	1,41	0,40
	2009	8443,7	1,18	10651,2	1,13	0,17	1,35	0,35
	2010	6549,065	0,197882	12602,8	5,885985	0,007694	1,560925	0,560925
ПАТ «Азовзагальмаш»	2008	-16340,77	-2,34	33560,6	1,43	-0,11	17,12	20,12
	2009	-5020,22	-1,23	41265,1	0,55	-0,06	7,96	10,96
	2010	-39585,8	-1,59669	41405,04	2,773145	-0,05362	68,52325	79,36653

Продовження додатку II

1	2	3	4	5	6	7	8	9
ВАТ «Вібросепаратор»	2008	1152,23	0,95	87155,2	1,95	0,23	1,70	0,69
	2009	-5322,95	-0,75	159610,9	0,80	-0,18	1,65	0,65
	2010	*	*	*	*	*	*	*
ВАТ фірма «Беверс»	2008	-711,29	-0,51	109987,4	1,06	-0,11	1,19	0,19
	2009	-14575,34	-0,23	353383,5	0,30	-0,07	1,06	0,06
	2010	-17210,5	-0,48041	424000	0,698013	-0,30666	1,062398	0,062398
ВАТ «Мотор Січ»	2008	12161,09	1,52	92199,9	1,17	0,35	1,96	0,95
	2009	53043,01	2,98	101704,1	1,81	42,8	1,65	0,65
	2010	57091,86	1,692436	115501,1	1,335352	0,468029	1,61951	0,617649
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	2008	-37391,72	-0,26	836719,74	1,88	-0,05	14,44	15,37
	2009	*	*	*	*	*	*	*
	2010	*	*	*	*	*	*	*
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	2008	6408,7	1,31	131524,4	1,33	0,25	1,44	0,43
	2009	60,72	3,34	206631,5	0,53	0,34	1,34	0,33
	2010	274,6114	0,032121	262730,6	0,8468	0,005102	1,291003	0,285762
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	2008	-1397,5	-0,36	*	0,48	-0,17	0,10	0,04
	2009	*	*	*	*	*	*	*
	2010	*	*	*	*	*	*	*
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	2008	4023,95	1,27	41161,67	1,32	0,22	2,73	1,73
	2009	3701,38	1,50	47687,50	0,56	0,29	2,36	1,36
	2010	-7139,34	-0,46954	57180,33	0,75193	-0,12977	2,858426	1,858426
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	2008	8217,27	1,058	55136,84	2,38	0,15	5,25	4,17
	2009	-8941,35	-0,36	64142,97	0,41	-0,07	29,59	30,06
	2010	-1253,07	-0,05573	80877	1,64173	-0,00998	3,576959	3,653169
ПАТ «НОРД»	2008	-4546,45	-0,95	100368,97	0,78	-0,11	2,19	1,19
	2009	3292,68	2,61	134159,89	0,78	0,18	2,08	1,08
	2010	-8334,28	-0,27475	149136,5	1,174887	-0,03905	2,024795	1,024795

Продовження додатку П

1	2	3	4	5	6	7	8	9
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	2008	23270,94	2,11	100900,84	1,48	0,16	3,90	2,90
	2009	7086,57	0,76	189632,76	0,25	0,08	3,43	2,43
	2010	59499,43	1,568318	144312,7	6,302714	0,103949	4,068893	3,064112
ВАТ «Тепловозоремонтний завод»	2008	8254,59	0,84	437012,46	1,017	0,16	1,86	0,86
	2009	-11683,76	-0,10	780696,58	0,25	-0,02	1,97	0,97
	2010	-69829	-3,51451	1450616	0,951372	-0,65292	1,818277	0,814086
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КраЗ»	2008	269037,73	14,06	45886,79	5,61	0,39	20,25	18,93
	2009	52937,50	19,83	54475,0	0,54	0,63	15,79	14,68
	2010	49214,29	1,113985	76678,57	0,309919	0,219182	18,24601	17,23174
ВАТ «Сумське МНВО ім. М.В.Фрунзе»	2008	7247,29	1,65	74532,65	1,50	0,40	4,44	3,43
	2009	56529,94	2,95	76493,52	1,34	0,45	3,38	2,38
	2010	6406,088	0,190888	79464,82	0,645606	0,739374	3,376288	2,368639
ПАТ «Нафтопромаш»	2008	-6252,11	-0,35	72980,93	1,58	-0,12	2,26	1,26
	2009	-4836,63	-0,24	82504,95	0,43	-0,12	3,35	2,35
	2010	-1163,4	-0,11259	103630,7	1,367332	-0,05306	4,526704	3,519032
ВАТ «Турбоатом»	2008	24881,31	1,01	165274,29	1,29	0,28	1,43	0,41
	2009	32779,15	1,57	173849,59	1,57	0,32	1,39	0,39
	2010	38230,05	1,227901	174849,3	1,378599	0,328002	1,406903	0,40533
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	2008	-3961,45	-0,43	135647,33	1,61	-0,06	7,42	8,39
	2009	-21827,21	-0,32	182003,93	0,23	-0,12	4,71	5,70
	2010	-20204,2	-0,84706	237556,8	2,087709	-0,19318	3,668446	5,407804
* - Інформація відсутня								

Джерело: розраховано автором з використанням даних www.smida.gov.ua.

Продовження додатку Р2

$y_{ij} - \bar{y}$	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
2008	-4,26133	-2,9213332	-0,9613332	-3,4413332	0,1486668	-2,8413332	27,248667	-3,0513332	-3,7613332	-4,0113332	30,4086668
2009	-4,25133	-2,5613332	-0,1213332	-3,1013332	-1,3913332	-3,4313332	14,638667	-0,8613332	-3,0313332	-3,8813332	4,0986668
2010		-2,9313332	25,7686668	-3,2113332	-1,8613332	-3,3213332	10,388667	-1,9113332	-1,9413332	-3,9013332	1,4086668
Сумма	-8,51267	-8,4139996	24,6860004	-9,7539996	-3,1039996	-9,5939996	52,276	-5,8239996	-8,7339996	-11,794	35,9160004
$(y_{ij} - \bar{y})^2$	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
2008	18,15896	8,5341877	0,92416152	11,842774	0,0221018	8,0731744	742,48984	9,3106343	14,147627	16,090794	924,687017
2009	18,07383	6,5604278	0,01472175	9,6182676	1,9358081	11,774048	214,29057	0,7418949	9,188981	15,064747	16,7990695
2010		8,5927143	664,024189	10,312661	3,4645613	11,031254	107,9244	3,6531946	3,7687746	15,220401	1,98434215
Сумма	36,23279	23,68733	664,963072	31,773703	5,4224712	30,878476	1064,7048	13,705724	27,105383	46,375942	943,470428
	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
$(\bar{y}_j - \bar{y})^2$	18,11637	7,8669883	67,6903543	10,571844	1,0712089	10,227902	303,56657	3,7696871	8,4766645	15,455664	143,289849
$\bar{y}_j - \bar{y}$	-4,25633	-2,8048152	8,2274148	-3,2514372	-1,0349922	-3,1981092	17,423162	-1,9415682	-2,9114712	-3,9313692	11,9703738
S_A^2	36,23274	23,600965	203,071063	31,715532	3,2136266	30,683707	910,6997	11,309061	25,429994	46,366991	429,869547

Джерело: розраховано автором

Продовження додатку Р1

$y_{ij} - \bar{y}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2008	-4,1933332	-3,5213332	-1,88133	-3,89133	-1,7213332	-3,9913332	4,7986668	3,831333	-4,0813332	-3,6713332	5,068667	3,9913332
2009	-4,2213332	-3,0613332	0,808667	-3,60133	-1,4113332	-3,8913332	15,828667	3,601333	-4,1013332	-3,3413332	11,07867	3,8613332
2010	-4,2113332	-3,4813332			1,2986668	-3,9413332	6,6686668	3,641333	-4,2313332	-3,6413332		3,9613332
Сумма	-12,6259996	-10,064	-1,07267	-7,49267	-1,8339996	-11,824	27,296	-11,074	-12,414	-10,654	16,14733	-11,814
$(y_{ij} - \bar{y})^2$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2008	17,58404333	12,399788	3,539415	15,14247	2,962988	15,930741	23,027203	14,67911	16,657281	13,478687	25,69138	15,930741
2009	17,81965399	9,371761	0,653942	12,9696	1,9918614	15,142474	250,54669	12,9696	16,820934	11,164508	122,7369	14,909894
2010	17,73532732	12,119681			1,6865355	15,534107	44,471117	13,25931	17,904181	13,259307		15,692161
Сумма	53,13902463	33,891229	4,193357	28,11207	6,6413848	46,607322	318,04501	40,90802	51,382395	37,902502	148,4282	46,532796
	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
$(\bar{y}_j - \bar{y})^2$	17,71294357	11,254416	0,287653	14,03501	0,3741784	15,534383	82,761373	13,62638	17,12317	12,612493	65,1841	15,508121
$\frac{(\bar{y}_j - \bar{y})^2}{y_j - \bar{y}}$	-4,2086748	-3,3547602	-0,53633	-3,74633	-0,6117012	-3,9413682	9,0973278	3,691393	-4,1380152	-3,5514072	8,073667	3,9380352
S_A^2	53,13883072	33,763248	0,575307	28,07002	1,1225351	46,60315	248,28412	40,87915	51,369509	37,837479	130,3682	46,524364

Додаток С

Таблиця розрахунку узагальнюючих структурних змін експорту продукції машинобудування для України за 2002 – 2010 роки

Роки	Показник	d_0	d_1	$ d_1 - d_0 $	$\left(\frac{d_1 - d_0}{d_0}\right)^2$	$\left(\frac{d_1 + d_0}{2}\right)^2$	$\sum d_1^2 + \sum d_0^2$	$\left(\frac{d_1 - d_0}{d_1 + d_0}\right)^2$
2002	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	70,26	66,00	4,26	18,14	18566,78	9292,468	0,00097
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	22,04	26,94	4,9	24,01	2399,04	1211,525	0,010
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	7,70	7,06	0,64	0,4096	217,85	109,1336	0,00188
	Всього	100	100	9,8	42,5596	21183,67	10613,13	0,01285
2003	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	66,00	60,78	5,22	27,2484	16073,16	8050,208	0,00169
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	26,94	32,75	5,81	33,7561	3562,89	1798,326	0,00947
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	7,06	6,47	0,59	0,3481	183,0609	91,7045	0,0019
	Всього	100	100	11,62	61,3526	19819,11	9940,239	0,01306
2004	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	60,78	60,82	0,04	0,0016	14786,56	7393,281	0,0000001
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	32,75	31,99	0,76	0,5776	4191,26	2095,923	0,0001378
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	6,47	7,19	0,72	0,5184	186,5956	93,557	0,0027782
	Всього	100	100	1,52	1,0976	19164,42	9582,761	0,002916
2005	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	60,82	62,98	2,16	4,6656	15326,44	7665,553	0,000304
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	31,99	31,97	0,02	0,0004	4090,881	2045,441	0,00000009
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	7,19	5,05	2,14	4,5796	149,8176	77,1986	0,03056783
	Всього	100	100	4,32	9,2456	19567,14	9788,193	0,030872

Продовження додатку С

Роки	Показник	d_0	d_1	$ d_1 - d_0 $	$\left(\frac{d_1 - d_0}{d_0}\right)^2$	$\left(\frac{d_1 + d_0}{d_0}\right)^2$	$\sum d_1^2 + \sum d_0^2$	$\left(\frac{d_1 - d_0}{d_1 + d_0}\right)^2$
2006	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	62,98	57,40	5,58	31,1364	14491,34	7261,24	0,002148621
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	31,97	37,52	5,55	30,8025	4828,86	2429,831	0,006378834
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	5,05	5,08	0,03	0,0009	102,6169	51,3089	0,00000877
	Всього	100	100	11,16	61,9398	19422,82	9742,38	0,008536
2007	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	57,40	53,40	4,0	16,0	12276,64	6146,32	0,001303288
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	37,52	41,50	3,98	15,8404	6244,1604	3130,0	0,002536834
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	5,08	5,10	0,02	0,0004	103,6324	51,8164	0,000003859
	Всього	100	100	19,16	93,7806	38047,25	19070,52	0,01238
2008	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	53,40	50,12	3,28	10,7584	10716,39	5363,574	0,00100392
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	41,50	45,29	3,79	14,3641	7532,504	3773,434	0,001906948
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	5,10	4,59	0,51	0,2601	93,8961	47,0781	0,002770083
	Всього	100	100	7,58	25,3826	18342,79	9184,086	0,005681
2009	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	50,12	68,82	18,7	349,69	14146,72	7248,207	0,024718804
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	45,29	23,80	21,49	461,8201	4773,4281	2617,624	0,0967481
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	4,59	7,38	2,79	7,7841	143,2809	75,5325	0,054327548
	Всього	100	100	42,98	819,2942	19063,43	9941,364	0,175794
2010	Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	68,82	61,81	7,01	49,1401	17064,2	8556,669	0,00288
	Транспортні засоби та шляхове обладнання	23,80	35,43	11,63	135,2569	3508,193	1821,725	0,038555
	Прилади і апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, медичні та хірургічні; годинники, музичні інструменти	7,38	2,75	4,63	21,4369	102,6169	62,0269	0,208902
	Всього	100	100	23,27	541,4929	20675,01	10440,42	0,026191

Джерело: розраховано автором

Додаток Т

**Фінансові результати діяльності машинобудівних підприємств України
в 2002 – 2010 рр., тис грн.**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ВАТ «Електромашинобудівний завод «Фірма СЕЛІМА»	371,7	1879	1568,5	966,2	2723,7	7725,4	6986	398	2593
ПАТ «Дніпроважмаш»	-8441	1185	12265	10132	-251	2725	8198	3605	9211
ПАТ «Артемівський машинобудівний завод «Вістек»	-1462,1	5243,5	3912,1	14927,1	8248,8	5122,3	1309	*	*
ВАТ «Ясинуватський машинобудівний завод»	4249,7	120	17175,5	23143,4	14726,9	252,2	-66356	*	*
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	86	2	-1871	7189	12017	10157,8	-12625	2654	15526
ВАТ «Азовмаш»	136	250	349	2061	2153	2257	2412	2613	2803
ПАТ «Азовзагальмаш»	14903	44821	317	5884	963	1033	-265661	-204306	-260554
ВАТ «Вібропаратор»	-1763,6	-1924,1	-424,2	1036,6	-1670,8	-3371,5	-168	-1851	*
ВАТ фірма «Беверс»	-726	-1363,6	-929	-2336,9	-552,5	-1308,2	-447	-1162	-981
ВАТ «Мотор Січ»	*	*	49384	49384	39113	207126	2554	741229	1248028
ЗАТ «Запорізький завод важкого кранобудування»	*	*	-9241,3	-1822,4	-4993,7	-24685	-85039	*	*
ВАТ «Тростянецький машинобудівний завод»	-4327,7	-4286,2	-952,7	-4053	-17814,8	-1197	837	-737	53
ЗАТ «Івеко - Мотор Січ»	2162,2	1443,3	-748,4	-2641,3	-818,8	-1747	-1613	*	*
ПАТ «Конструкторське бюро «Бердянськсільмаш»	85,4	251,6	25,6	106,6	159,9	170,4	138	84	-871
ПАТ «Холдингова компанія «Луганськтепловоз»	-11253	-8565	207	-478	-15771	-14754	1081	-157381	-7457
ПАТ «НОРД»	18705,6	29911,1	24207,2	5441,8	-4568,9	13416,1	-42987	180	-32362
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»	8518,2	-14316,5	-13043,4	2608,4	11161,8	49776,2	95162	-56304	260667
ВАТ «Тепловозремонтний завод»	1990,6	8785,7	5785,4	10426,4	6117	-7771,3	4803	-19909	-35124
ВАТ «Зовнішньоторговельна фірма «КрАЗ»	*	-2955,7	-5030,7	-5040,8	3	19383,3	15446	6900	1378
ВАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім.М.В.Фрунзе»	-5342	-91397	58517	13865	70547	102449	-162342	403254	92600
ПАТ «Нафтопромаш»	936,5	3,1	9	1011,1	-1460,6	-698,9	-3148	-2436	-356
ВАТ «Турбоатом»	62267	23589	24012	20001	22206	34872,4	145383	125740	188780
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»	-53945	-71173	-51683,5	-22620,8	-31229,3	-89872,6	-154971	-104049	-60451
* Дані відсутні									

Джерело: складено автором з використанням даних www.smida.gov.ua

Додаток У

Таблиця У1

Перелік розслідувань, які проводяться щодо української продукції

№ п/п	Назва товару	Рік порушення розслідування	Орієнтована дата завершення розслідування
АНТИДЕМПІНГОВІ РОЗСЛІДУВАННЯ			
Російська Федерація			
1.	Стальні ковані прокатні валки	07.2009	07.2010
Канада			
2.	Прокат із вуглецевої сталі та прокат із високоміцної низьколегованої сталі	07.2009	07.2010
Ісламська Республіка Пакистан			
3	Гарячекатаний прокат в рулонах	09.2009	09.2010
СПЕЦІАЛЬНІ РОЗСЛІДУВАННЯ			
Російська Федерація			
1.	Машинобудівне кріплення	05.2009	02.2010
Республіка Казахстан			
2.	Кондитерські вироби	12.2008	11.2009
3.	Консервні банки для консервування та пляшки	06.2009	03.2010
Республіка Індія			
4.	Гарячекатані рулони/листи/штрипс	04.2009	01.2010
Країни Перської затоки			
5.	Металопродукція	11.2009	08.2010
Киргизька Республіка			
6.	Цукор білий	02.2009	11.2009
7.	Мука пшенична	04.2009	01.2010

Джерело: www.ukrexport.gov.ua

Продовження додатку У

Таблиця У2

Чинні антидемпінгові, антисубсидійні та спеціальні заходи щодо української продукції

№	Назва товару	Діючі заходи	Рік порушення розслідування	Дата застосування остаточних заходів (набрання чинності)	Дата подовження дії заходів	Термін до якого діють заходи	Примітки до заходів
1	2	3	4	5	6	7	8
АНТИДЕМПІНГОВІ ЗАХОДИ							
Сполучені Штати Америки							
1.	Прокат вуглецевий гарячекатаний плоский не в рулонах	МК "Азовсталь" - 81,43%; МК ім. Ілліча – 155%; інші - 237,91%.	1996	10.1997	10.2009	10.2014	
2.	Карбамід сухий	68,26%	1986	07.1987	01.2006	01.2011	
3.	Феросилікомарганець	163%	1993	09.2001	09.2006	09.2011	
4.	Нітрат амонію	156%	2000	09.2001	07.2007	07.2012	
5.	Арматура	41,69%	2000	09.2001	08.2007	08.2012	
6.	Прокат гарячекатаний плоский в рулонах	90,33%	2000	11.2001	12.2007	12.2012	
7.	Катанка - прутки та дроти з вуглецевої та деяких сортів легованої сталі	116,37%	2001	10.2002	07.2008	07.2013	
Європейський Союз							
8.	Нітрат амонію та складні азотні добрива з вмістом калію та фосфору	29,26-33,25 євро за тону	1999	01.2001	04.2007	04.2009	Триває перегляд, дія заходів продовжена на час перегляду до 07.2010.

Продовження додатку У
Продовження таблиці У2

1	2	3	4	5	6	7	8
9.	Джгути, канати, троси з чорних металів	51,8%	1998	08.1999	11.2005	11.2010	
10.	Труби безшовні	ВАТ „Дніпропетровський трубний завод” - 12,3%, ВАТ „Нікопольський завод безшовних труб”, ВАТ „Нижньодніпровський трубопрокатний завод”- 25,1%, ЗАТ „Нікопольський завод сталевих труб ЮТіСТ”, усі інші компанії - 25,7%.	2005	06.2006		06.2011	
11.	Суміш нітрату амонію та карбаміду	27,17 євро за тонну.	1999	09.2000	12.2006	12.2011	
12.	Прасувальні дошки	9,9%	2006	04.2007		04.2012	Триває проміжний перегляд.
13.	Трубна продукція (зварні труби)	“Нижньодніпровський трубний завод” та ВАТ “Інтерпайп Новомосковський трубний завод” – 10,7%, інші – 44,1%.	2001	09.2002	12.2008	12.2013	
Сполучені Штати Мексики							
14.	Феросилікомарганець	51,28%	2002	09.2003		09.2008	Триває перегляд, дія заходів продовжена на час перегляду до 11.2009.
15.	Арматура	30,5%	1999	09.2000	09.2005	09.2010	
16.	Гарячекатаний прокат (обрізний)	60,1%	2003	09.2005		09.2010	
17.	Прокат гарячекатаний плоский в рулонах	46,66%	1999	03.2000	03.2006	03.2011	

Продовження додатку У
Продовження таблиці У2

1	2	3	4	5	6	7	8
Російська Федерація							
18.	Трубна продукція (труби малого та середнього діаметру)	- на обсадні труби - 11,4%, - на підшипникові труби - 55,3%; - на насосно-компресорні труби - 18,1%; - на нафтогазові і гарячедеформовані труби загального призначення діаметром до 820 мм - 8,9% (для усіх підприємств крім ВАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча» - 0%); - на котельні труби - 11,3%.	2004	01.2006		01.2011	
19.	Машинобудівне кріплення	ВАТ «Дружківський завод металевих виробів» прийняв цінові зобов'язання; інші – антидемпінгове мито 21,8%	2005	05.2007		05.2012	
20.	Поліамідна технічна нитка	11,6%	2007	09.2009		09.2013	
Аргентинська Республіка							
21.	Прокат холоднокатаний плоский	71,22%	2001	01.2003		07.2011	
22.	Прокат гарячекатаний плоский не в рулонах	Заходи в розмірі 360 дол. США за тонну на умовах ФОБ	1998	12.1999	06.2006	06.2011	
Венесуела							
23.	Прокат гарячекатаний плоский не в рулонах	62,92%	1998	05.1999	11.2005	11.2010	
24.	Прокат холоднокатаний плоский	55,01%	1998	08.1999	11.2005	11.2010	
Королівство Таїланд							
25.	Прокат гарячекатаний в рулонах та не в рулонах	ММК ім. Ілліча – 32,17%, інші – 71,52%.	2002	05.2003	05.2009	05.2014	07.2009 порушено проміжний перегляд заходів з метою перерахунку розміру демпінгової маржі.

Продовження додатку У
Продовження таблиці У2

1	2	3	4	5	6	7	8
Республіка Туреччина							
26.	Мідний дріт	6,9%	2005	06.2006		06.2011	
Перу							
27.	Прокат гарячекатаний та холоднокатаний плоский в рулонах та не в рулонах	7208: 24,1% - 31,49%, 7209.27 - 59,45% (7209 запроваджено за результатами перегляду)	1999	07.2001	07.2006	Не визначено дату оскільки на дату застосування заходів Україна не являлась членом СОТ	З об'єкту заходів виключено коди ТНЗЕД 7208.25.10; 7208.25.20; 7208.26.00; 7208.27.00; 7208.36.00; 7208.90.00; 7209.18.20; 7209.90.00.
Республіка Білорусь							
28.	Карамель	1704907100, 1704907500 (карамель без какао) – 11,76%.	2006	08.2008		08.2011	ДП Кондитерська корпорація "Рошен"; ЗАТ "Житомирські ласощі"; "Харківська бісквітна фабрика".

Продовження додатку У
Продовження таблиці У2

1	2	3	4	5	6	7	8
Канада							
29.	Прокат гарячекатаний плоский в рулонах	63%	2001	08.2001	08.2006	08.2011	
СПЕЦІАЛЬНІ ЗАХОДИ							
Російська Федерація							
30.	Скловітка	Спеціальне мито – 14,2% для товарів цільового призначення; 33,4% для інших склосіток	2006	12.2007		12.2010	
31.	Труби нержавіючі	Спеціальне захисне мито – 28,1% від митної вартості	2007	10.2009		10.2012	
32.	Трубна продукція (великого діаметру)	Спеціальне мито – 8% вводиться з грудня 2006 р.	2005	12.2006		12.2009	Триває перегляд

Джерело: www.ukrexport.gov.ua

Продовження додатку У

Таблиця У3

Інформація про перегляди антидемпінгових, антисубсидійних та спеціальних заходів щодо української продукції, які тривають

№	Вид перегляду	Назва товару	Рік поруш. розсл.	Дата застосування остаточних заходів	Дата повторного застосування заходів (набрання чинності)	Рік порушення перегляду	Орієнтов. дата заверш. перегляду	Розмір мита
АНТИДЕМПІНГОВІ ЗАХОДИ								
Європейський Союз								
1.	У зв'язку із закінченням строку дії антидемпінгових заходів	Нітрат амонію та складні азотні добрива з вмістом калію та фосфору	1999	01.2001	04.2007	04.2009	07.2010	29,26-33,25 євро за тону
2.	Проміжний перегляд антидемпінгових заходів	Прасувальні дошки	2006	04.2007		04.2009	04.2010	9,9%
Королівство Таїланд								
3.	Проміжний перегляд антидемпінгових заходів	Прокат гарячекатаний в рулонах та не в рулонах	2002	05.2003	05.2009	07.2009	07.2010	ММК "Ілліча" - 32,17%; інші - 71,52%
Сполучені Штати Мексики								
4.	У зв'язку із закінченням строку дії антидемпінгових заходів	Феросилікомарганець	2002	09.2003		09.2008	11.2009	51,28%
СПЕЦІАЛЬНІ ЗАХОДИ								
Російська Федерація								
1.	Проміжний перегляд спеціальних заходів	Трубна продукція (великого діаметру)	2005	12.2006		09.2009	06.2010	Спеціальне мито – 8% вводиться з грудня 2006 р.

Джерело: www.ukrexport.gov.ua

Додаток Ф

Панельні дані для побудови гравітаційної моделі

Країна	$E_{UAj}(MP)$	MP_{UA}	MP_j	POP_j	D_{UAj}	TF	D_R
Азербайджан	0,842695	52,76	1,837	8,968	1609	78,12552	1
Аргентина	0,033403	52,76	180,49	40,134	12792	66,9933	0
Білорусь	1,682956	52,76	33,55	9,48	427	62,19378	1
Болгарія	0,40623	52,76	13,65	7,569	1022	80,85858	0
В'єтнам	0,221733	52,76	26,53	87,211	7208	60,72726	0
Вірменія	0,094081	52,76	1,431	3,267	1584	85,6581	1
Гонконг	0,212639	52,76	18,96	7,065	7794	94,9905	0
Грузія	0,472168	52,76	0,208	4,385	1473	74,45922	0
Данія	0,140776	52,76	115,28	5,511	1334	86,12472	0
Естонія	0,205165	52,76	5,12	1,34	1057	86,12472	0
Єгипет	0,203363	52,76	68,68	76,704	2277	62,19378	0
Ізраїль	0,066885	52,76	85,7	7,27	1295	85,92474	0
Індія	0,704836	52,76	531,7	1199,062	4568	51,06156	0
Іран	0,660644	52,76	85,46	74,1	2354	56,72766	0
Італія	0,139302	52,76	588,9	59,779	1672	81,12522	0
Казахстан	2,878309	52,76	8,7	15,568	3572	80,52528	1
Киргизстан	0,049221	52,76	0,269	5,37	3425	83,45832	1
Китай	0,606136	52,76	1741,8	1334,74	6467	69,85968	0
Корея	0,079452	52,76	352	48,758	7315	68,59314	0
Латвія	0,363314	52,76	6,82	2,261	831	86,12472	0
Литва	0,26187	52,76	18,51	3,335	581	86,12472	0
Мексика	0,047925	52,76	128,56	107,551	10825	78,92544	0
Молдова	0,475543	52,76	1,047	3,568	407	80,05866	1
Нідерланди	0,440282	52,76	304,2	16,481	1783	86,12472	0
Німеччина	2,089236	52,76	1925,7	82,025	1207	86,12472	0
Польща	1,045515	52,76	96,84	38,111	690	86,12472	0
Російська Федерація	25,56933	52,76	250,98	141,391	754	55,86108	1
Сполучене Королівство	0,232846	52,76	498,4	61,798	2134	86,12472	0
США	0,684686	52,76	3421,8	307,374	7846	86,72466	0
Таджикистан	0,097814	52,76	0,288	6,497	3276	77,12562	1
Туреччина	0,116036	52,76	69,81	70,538	1179	84,79152	0
Туркменістан	0,374196	52,76	1,273	5,353	2607	79,19208	1
Угорщина	2,994624	52,76	118,16	10,011	888	86,12472	0
Узбекистан	0,820944	52,76	3,097	27,911	3136	67,3266	1
Франція	0,207583	52,76	528,89	62,599	2027	81,12522	0
Чеська Республіка	0,324282	52,76	99,43	10,499	1141	86,12472	0
Японія	0,026052	52,76	2062,2	127,559	8222	80,72526	0

Джерело: розраховано автором.

Додаток X
Дані для регресійного аналізу при побудові гравітаційної моделі

Країна	Логарифм натуральний					TF	D_R
	$E_{UA_i}(MP)$	MP_{UA}	MP_j	POP_j	D_{UA_i}		
Азербайджан	-0,17115	3,965753	0,608134	2,193662686	7,383368	77,6	1
Аргентина	-3,39911	3,965753	5,195675	3,692223855	9,456575	61,4	0
Білорусь	0,520552	3,965753	3,513037	2,249184316	6,056784	67,2	1
Болгарія	-0,90084	3,965753	2,61374	2,024060958	6,929517	70,8	0
В'єтнам	-1,50628	3,965753	3,278276	4,46833047	8,882947	56	0
Вірменія	-2,3636	3,965753	0,358374	1,183872133	7,367709	85,6	1
Гонконг	-1,54816	3,965753	2,942331	1,955153016	8,961109	95	0
Грузія	-0,75042	3,965753	-1,570217	1,478189626	7,295056	71,8	0
Данія	-1,96059	3,965753	4,747364	1,706746095	7,195937	86,6	0
Естонія	-1,58394	3,965753	1,633154	0,292669614	6,96319	86,6	0
Єгипет	-1,59276	3,965753	4,229458	4,339953858	7,730614	57,2	0
Ізраїль	-2,70478	3,965753	4,450853	1,983756292	7,166266	85,2	0
Індія	-0,34979	3,965753	6,276079	7,089294863	8,426831	51,2	0
Іран	-0,41454	3,965753	4,448048	4,305415532	7,763871	55,4	0
Італія	-1,97111	3,965753	6,378256	4,090654429	7,421776	81,6	0
Казахстан	1,057203	3,965753	2,163323	2,745217525	8,180881	69,2	1
Киргизстан	-3,01143	3,965753	-1,313044	1,680827909	8,138857	81,4	1
Китай	-0,50065	3,965753	7,462674	7,196491795	8,774468	68	0
Корея	-2,5326	3,965753	5,863631	3,886869287	8,897682	69,2	0
Латвія	-1,01249	3,965753	1,919859	0,815807193	6,72263	86,6	0
Литва	-1,33991	3,965753	2,918311	1,204472679	6,364751	86,6	0
Мексика	-3,03812	3,965753	4,856396	4,677965154	9,289614	77,6	0
Молдова	-0,7433	3,965753	0,045929	1,272005215	6,008813	79,4	1
Нідерланди	-0,82034	3,965753	5,717685	2,802208202	7,486053	86,6	0
Німеччина	0,736798	3,965753	7,563045	4,407024079	7,095893	86,6	0
Польща	0,04451	3,965753	4,57306	3,640502954	6,536692	86,6	0
Російська Федерація	3,241394	3,965753	5,525373	4,951529102	6,625392	62,6	1
Сполучене Королівство	-1,45738	3,965753	6,211403	4,123871001	7,665753	86,6	0
США	-0,37879	3,965753	8,137922	5,728065247	8,967759	86,6	0
Таджикистан	-2,32469	3,965753	-1,244795	1,871340532	8,094378	71	1
Туреччина	-2,15385	3,965753	4,245777	4,256151572	7,072422	81	0
Туркменістан	-0,98298	3,965753	0,241376	1,677657151	7,865955	79,2	1
Угорщина	1,096819	3,965753	4,77204	2,303684488	6,788972	86,6	0
Узбекистан	-0,1973	3,965753	1,130434	3,329020876	8,050703	68,2	1
Франція	-1,57222	3,965753	6,27078	4,136749304	7,614312	81,6	0
Чеська Республіка	-1,12614	3,965753	4,599454	2,351280015	7,03966	86,6	0
Японія	-3,64766	3,965753	7,631529	4,848579003	9,014569	80,2	0

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; пер. с англ. ; под ред. С. Г. Божук. – 7-е изд.– СПб. : Питер, 2007. – 496 с.
2. Авдашева С. Б. Конкуренция и антимонопольное регулирование : Учебное пособие для вузов / С. Б. Авдашева, В. А. Аронин, И. К. Ахполов и др.; под ред. А. Г. Цыганова. – М. : Логос, 1999. – 368 с.
3. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М. : Прогресс, 1985. – 328 с.
4. Анализ сильных и слабых сторон компании / П. Дженстер, Д. Хасси, Д. Хасс, Пер Дженстер, Дж. Дженстер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
5. Анісімова О. М. Адаптація економічного механізму функціонування промислових підприємств з урахуванням кон'юнктури міжнародного бізнесу : монографія / О. М. Анісімова. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – 280 с.
6. Анісімова О. М. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності високотехнологічного підприємства: монографія / О. М. Анісімова, Н. Є. Вітка. – Донецьк : Вид-во «Ноулідж (донецьке відділення)», 2011. – 175 с.
7. Анісімова О. М. SWOT-аналіз підприємства як метод забезпечення розроблення ефективної стратегії управління / О. М. Анісімова, Л.В. Шикова // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : зб. наук. пр. Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – Харків : ХНАДУ, 2011. - № 1 (1). - С. 24-30.
8. Анісімова О. М. Використання стратегічного управління підприємств у сфері міжнародного бізнесу // Университетская наука - 2012 : Международная научно-техническая конференция, г. Мариуполь, 24-27 апреля 2012 г. : сб. тезисов докладов : в 3-х т. – Мариуполь : ГВУЗ «ПГТУ», 2012. – Т. III. – С. 53-54.

9. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 358 с.
10. Афанасьев М. В. Стратегія підприємства: навчально-методичний посібник / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с.
11. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник для вузів / І. В. Багрова. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 580с.
12. База даних українських експортерів [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України: державна підтримка українського експорту. – Режим доступу до матер. : <http://www.ukrexport.gov.ua>.
13. Барковский А. Н. Внешнеэкономическая стратегия России: сценарии до 2030 года (доклад на ученом совете Института экономики РАН) / А. Н. Барковский. – Институт экономики РАН, 2008. – 61 с.
14. Барковский А. Н. Экономические стратегии стран СНГ: поляризация интересов / А. Н. Барковский. // Пробл. прогнозирования. – 2003. – № 3. – С. 131-142.
15. Беларусь и Россия. 2011: ст.сб. / Росстат, Белстат, Постоянный комитет союзного государства. – М : Росстат, 2011. – 179 с.
16. Белінська Я. В. Державна підтримка експорту: зарубіжний досвід та уроки для України / Я. В. Белінська // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 3 (8). – С. 120-131.
17. Болотов С. П. Разработка стратегии предприятия : учебное пособие / С. П. Болотов. – Сыктывкар : Изд-во СГУ, 1994. С. 151 – 160.
18. Боумен К. Стратегия на практике : [пер. с англ.] / К. Боумен. – СПб. : Питер, 2003. – 250 с.
19. Буренина Г. А. Основы стратегической деятельности промышленного предприятия / Г.А. Буренина. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 1996.
20. Бюлетень «Основні торговельно-економічні події» (за країнами перебування торговельно-економічних місій у складі закордонних дипломатичних установ України) [Електронний ресурс] / Міністерство

економіки України, Держзовнішінформ. – Режим доступу до матер.: <http://www.ukrdzi.com>.

21. Бюлетень Національного банку України [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу до матер.: <http://www.bank.gov.ua>.
22. Ваджра А. Апокалипсис украинского машиностроения [Електронний ресурс] / А. Ваджра // Newsland : інформаційно-дискусійний портал. – Режим доступу до матер. : <http://www.newsland.ru>.
23. Вертакова Ю. В. Прогнозирование и индикативное планирование в регионе / Ю. В. Вертакова, Э. Н. Кузьбожев, Е. В. Самофалова; под ред. Э. Н. Кузьбожева. – Курск : Изд-во Курск ГТУ, 2001. – 124 с.
24. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания : пер. с англ. / Х. Виссема. – М. : Финпресс, 2000. – 65 с.
25. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О.С. Виханский – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарика, 1998. – 296 с.
26. Воронина Э. М. Менеджмент предприятия и организации: учебно-практическое пособие / Э. М. Воронина. – М. : МЭСИ, 2004. – 256 с.
27. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу до матер. : www.ukrstat.gov.ua.
28. Герасимчук В. Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 267 с.
29. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання: навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.
30. Горемыкин В. А. Экономическая стратегия предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.А. Горемыкин, О.А. Богомолов. – М. : Филинь: Рилант, 2001. – 506 с.

31. Гравитационная модель [Электронный ресурс] / Материал из Википедии – свободной энциклопедии. – Режим доступа до матер. : <http://ru.wikipedia.org>.
32. Градов А. П. Стратегия экономического управления предприятием : учеб. пос. / А. П. Градов. – СПб. : СПбГТУ, 1993. – 324 с.
33. Гребенікова О. В. Дискримінанта модель діагностики неплатоспроможності українських підприємств машинобудівної галузі / О. В. Гребенікова, К. О. Соломонова-Кирильчук // Фінанси України. – 2007. – № 12. – С. 137 – 229.
34. Гринкевич С. С. Підходи до визначення сутності економічної категорії "ефективність зовнішньоекономічної діяльності" підприємств / С. С. Гринкевич, О. Ю. Сало // Науковий вісник НЛТУ України : Збірник науково-технічних праць. – Львів : НЛТУ України, 2008. – Вип. 18.2. – С. 170 – 175
35. Гуков Я. Проблеми вітчизняного сільгоспмашинобудування та шляхи їх вирішення – думка науковця / Я. Гуков // Техніка АПК. – 2006. – № 5. – С. 12.
36. Гурков И. Б. Стратегический менеджмент организации: учебное пособие / И. Б. Гурков. – М. : ЗАО " Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2001. – 208 с.
37. Гутник В. Модели социально-экономического развития стран Западной Европы / В. Гутник // Общество и экономика. – 2000. – № 2. – С. 92 – 98.
38. Данилишин Б. Машинобудування відновлює свої позиції / Б. Данилишин // Урядовий кур'єр. – 2009. – 21 жовтня. – С. 4.
39. Декрет Кабінету Міністрів України «Про Єдиний митний тариф України» від 11 січня 1993 року № 4 – 93 // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 12.
40. Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19 лютого 1993 року № 15 – 93 // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 17.
41. Демьяненко А. Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия /

- А. Г. Демьяненко // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2. – С. 22 – 28.
42. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / М. І. Дідківський. – К. : Знання, 2006. – 462 с.
43. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 1999. – 560 с.
44. ДПАУ дає прогноз заборгованості з відшкодування ПДВ [Електронний ресурс] / Інформаційне агентство УНІАН. – Режим доступу до матер. : www.unian.net.
45. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник / Г. М. Дроздова. – К. : ЦУЛ, 2002. – 172с.
46. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П. Друкер. – М. : Прогресс, 1992. – 364 с.
47. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. Весь П. Друкер в одной книге: лучшие работы за 60 лет / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2006. – 432 с.
48. Економіка підприємства : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів 1–4-го рівнів акредитації / І. М. Бойчик, П. С. Харів, М.І. Хопчан, Ю. В. Піча. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: «Каравела»; Львів: «Новий світ – 2000», 2001. – 298 с.
49. Ефремов В. С. Стратегическое планирование в бизнес-системах / В. С. Ефремов. – М. : Изд-во «Финпресс», 2001. – 420 с.
50. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: учеб. пос. / В. С. Ефремов. – М. : Финпресс, 1998. – 192 с.
51. Єлісеєва О. К. Діагностика та прогнозування фінансового стану машинобудівного підприємства / О. К. Єлісеєва, Т. В. Каплун // Економічний вісник Національного гірничого ун-ту. – 2004. – № 4. – С.46 – 51.
52. Забелин П. В. Основы стратегического управления : учебное пособие / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева – М. : ИВЦ «Маркетинг», 1997. – 195 с.
53. Загальнодержавна цільова програма розвитку промисловості України на період до 2017 року [Електронний ресурс] / Міністерство промисловості України. – Режим доступу до матер. : <http://industry.kmu.gov.ua>.

54. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 5 лютого 1992 року № 2097-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 19.
55. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 6 квітня 1991 року № 959-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29.
56. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 1 червня 2000 року № 1775-III // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 36.
57. Закон України «Про Митний тариф України» від 5 квітня 2001 року № 2371-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 24.
58. Закон України «Про податок на додану вартість» від 3 квітня 1997 року № 168/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 21.
59. 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.
60. Заяц О. Ю. Передумови ефективного функціонування експорто-орієнтованих машинобудівних підприємств України / О. К. Малютін, О. Ю. Заяц // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – Суми, 2012. – Випуск 3 (51). – с. 99 – 103.
61. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу до матер. : <http://www.ukrstat.gov.ua>
62. Зовнішня торгівля України товарами за 2010 рік. Експрес-випуск від 15.02.2011 [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу до матер. : <http://www.ukrstat.gov.ua>
63. Зовнішня торгівля України товарами та послугами в 2010 році [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України: державна підтримка українського експорту. – Режим доступу до матер. : www.ukrexport.gov.ua.

64. Иванюк И. А. Международный маркетинг : монография / И. А. Иванюк. – Волгоград : Изд-во ВолгГТУ «Политехник», 2008. – 96 с.
65. Изард У. Методы регионального анализа. Введение в науку о регионах / У. Изард. – М. : Прогресс, 1966. – 659 с.
66. Илышев А. Япония: административная реформа и государственный аппарат / А. Илышев // Проблемы теории и практики управления. – 1996. – № 5. – С. 70 – 75.
67. Инапро. Страны мира [Электронный ресурс] // Редакция проекту ИНАПРО. – Режим доступа до матер. : <http://countries.inapro.ru>.
68. Інформаційний бюлетень Міжнародного центру перспективних досліджень № 1 (435) від 12.01.2009 р. [Електронний ресурс] / Міжнародний центр перспективних досліджень. – Режим доступу до матер. : <http://icps.com.ua/publications/nl.html>.
69. Інформація щодо зобов'язань України, взятих у процесі вступу до СОТ [Електронний ресурс] // Міністерство економіки України: державна підтримка українського експорту. – Режим доступу до матер. : www.ukrexport.gov.ua
70. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортона. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 512 с.
71. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
72. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О. Кириченко, І. Кавас, А. Ятченко. – К. : Фінансист, 2005. – 634 с.
73. Кім В. В. Деякі аспекти проблем тракторо- та сільгоспмашинобудування України / В. В. Кім // Пропозиція. – 2004. – № 8, 9. – С. 92–94.
74. Кіндрацька Г. І. Основи стратегічного менеджменту: навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. - Л. : Кінапрі ЛТД, 2000. – 317 с.
75. Корчагин Ю. А. Инвестиционная стратегия / Ю. А. Корчагин. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 316 с.

76. Кох Р. Стратегия / Р. Кох; пер. с англ. – М. : Эксмо, 2007. – 224 с.
77. Кузьмін О. Є. Соціально-економічна діагностика діяльності підприємства в умовах глобалізації: сутність, види, принципи здійснення / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, Н. Я. Петришин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2010. – № 690. – С. 623 – 628.
78. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 323 с.
79. Лановик Б. Д. Економічна історія України і світу : підруч. / Б. Д. Лановик, З. М. Матисякевич, Р. М. Матейко; за ред. Б. Д. Лановика. – 4-те вид., випр. і доп. – К. : Вікар, 2001. – 477 с.
80. Любанова Т. П. Стратегическое планирование на предприятии: учеб. пос. / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. – М. : «Издательство ПРИОР», 2001. – 272 с.
81. Макконнелл К. Р. Экономикс. Принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 972 с.
82. Макогон Ю. В. Стратегии повышения конкурентоспособности машиностроительной продукции: международный аспект / Ю. В. Макогон, Т. С. Медведкин // Економіка пром-сті. – 2005. – № 5. – С. 40 – 55.
83. Малый и средний бизнес в Беларуси. Квартальное обозрение №1 (15) 1 кв. 2009 г. [Електронний ресурс] / Исследовательский центр ИПМ. – Режим доступа до матер. : <http://research.by/>.
84. Машинобудування [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу до матер. : <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
85. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / за заг. ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. – 308 с.
86. Мельник О. Г. Діагностика діяльності машинобудівного підприємства на засадах системи економічних індикаторів : [монографія] / О. Г. Мельник. – Львів : Видавництво ДП «Видавничий дім «Укрпол», 2009. – 188 с.

87. Мельник О. Г. Індикатори оцінювання ефективності експортної діяльності машинобудівних підприємств / О. Г. Мельник, Ю. Л. Логвиненко // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць. – 2008. – Вип. 16. – С. 176 – 185.
88. Методология исследования операций в системах маркетинга / под общ. ред. Г. Л. Багиева. – СПб. : Изд-во СПб ГУЭФ, 2005. – 354 с.
89. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, Гошал; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб : Питер, 2001. – 688 с.
90. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Д. Лэмпел. – СПб : Издательство «Питер», 2000. – 336 с.
91. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность : учеб. пос. для вузов / М. В. Елова, Е. К. Муравьева, С. М. Панферова и др.; под ред. А. К. Шуркалина, Н. С. Цыпиной. – М. : Логос, 2000. – 248с.
92. Миролубова Т.В. Совершенствование внешнеэкономической деятельности предприятий в условиях рыночной экономики : автореф. дис. канд. экон. наук / Т.В. Миролубова. – Екатеринбург, 1992. – 20 с.
93. Митний кодекс України від 11.07.02 № 92 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 38 – 39.
94. Михайлова Л. І. Управління персоналом : навчальний посібник / Л. І. Михайлова. – Суми : ВАТ „СОД”, видавництво „Козацький вал”, 2003. – 252 с
95. Міжнародний менеджмент: навчальний посібник / за редакцією проф. І. О. Піддубного. – 2-ге видання, стереотип. – Х. : ВД «ІНЖЕК», – 2006. – 252 с.
96. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Положення про порядок видачі разових (індивідуальних) ліцензій» від 17.04.2000, № 47 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу до матер. : <http://zakon.rada.gov.ua>.
97. Наказ Міністерства економіки України «Про порядок реєстрації та обліку зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» від 29.06.2000, № 136

- [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу до матер. : <http://zakon.rada.gov.ua>.
98. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК «Екс об», 2001. – 560 с.
99. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.
100. Озеров Г. М. Стратегия организации: от корпоративных намерений к плану действий / Г. М. Озеров // Управление персоналом. – 2002. – № 4. – С. 48.
101. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 1999. – 1056 с.
102. Оуэн А. Как осуществлять стратегию. Хрестоматия «Управление изменением» / А. Оуэн. – М. : МЦДО «ЛИНК», 1996.
103. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.belstat.gov.by.
104. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.gks.ru.
105. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.ukrstat.gov.ua.
106. Офіційний сайт Державної податкової адміністрації України [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.sta.gov.ua.
107. Офіційний сайт Міждержавного статистичного комітету СНД [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.cisstat.org.
108. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс] – Режим доступу до матер. : www.bank.gov.ua.
109. Оцінка економічного стану України (грудень 2010 року) [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу до матер. : <http://www.bank.gov.ua>
110. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент : навч.-метод. посіб. для самоств. вивч. дисц. / Є. Г. Панченко. – К. : КНЕУ, 2004. – 468 с.

111. Петров А. И. Методология выработки стратегии развития предприятия / А. И. Петров. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та экономики и финансов, 1992. – 127 с.
112. Платіжний баланс і зовнішній борг України, 2010 [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу до матер. : <http://www.bank.gov.ua>.
113. Попов С. А. Стратегический менеджмент / С. А. Попов. – М. : Дело, 2003. – 352 с.
114. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
115. Постанова Кабінету Міністрів України «Про схвалення основних прогнозних макропоказників економічного і соціального розвитку України на 2009 рік» від 10.09.2008 № 799 [Електронний ресурс] // Правова бібліотека України. – Режим доступу до матер. : <http://www.uapravo.net>.
116. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2010 рік» від 23 грудня 2009 р. № 1406 [Електронний ресурс] / Офіційний вісник України. – Режим доступу до матер. : <http://ovu.com.ua>.
117. Проект Закону «Про Державну програму розвитку експортного потенціалу України» від 22.09.1999 №4066 (не набрав чинності) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу до матер. : <http://zakon.rada.gov.ua>
118. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
119. Ратникова Т. А. Введение в эконометрический анализ панельных данных. Лекционные и методические материалы / Т. А. Ратникова // Экономический журнал ВШЭ. – 2006. – № 2. – С. 267 – 315.
120. Региональная статистика : учебник / под ред. В. М. Рябцева, Г. И. Чудилина. – М., 2001. – 380 с.

121. Річна регулярна інформація [Електронний ресурс] / Система розкриття інформації на фондовому ринку України. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua/>.
122. Розпорядження Президента України «Про проект «Україна – 2010» від 26 лютого 1998 року № 43/98-рп [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу до матер. : <http://zakon.rada.gov.ua>.
123. Романко О. П. Чинники формування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства / О. П. Романко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С.113 – 125.
124. Румянцев А. П. Міжнародна економіка: підручник / А. П. Румянцев, Г. Н. Климко, В. В. Рокоча – К. : Знання-Прес, 2003. – 447 с.
125. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.
126. Слабоспицька О. Ю. Особливості розроблення стратегії росту підприємствами-учасниками ЗЕД / О. Ю. Слабоспицька // Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектора : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 8 – 9 жовтня 2009 року. – Харків, 2009. – С. 306 – 307.
127. 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.
128. 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.
129. Слабоспицька О. Ю. Модель комплексної оцінки ефективності реалізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства / О. Ю. Слабоспицька //

Вісник ХНАУ. Серія: АПК і природокористування. – Харків, 2009. – № 11. – С. 186 – 192.

130. 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.
131. 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.
132. 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.
133. 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. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2009. – Вип. 2 (76). – С. 20 – 28.
134. 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.
135. 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. – Хмельницький, 2011. – № 2. – Т. 2 (174) – С. 237 – 241.
136. 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.
137. Слабоспицька О. Ю. Формування зовнішньоекономічної стратегії вітчизняними підприємствами в умовах економічної нестабільності росту / О. Ю. Слабоспицька // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2010. – Т. 3 (150), № 2. – С. 27 – 31.
138. 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 та кредит. – Суми, 2010. – № 1 (28). - С. 269 – 273.
139. Соловійова О. А. Перспективи розвитку страхування у сфері зовнішньоекономічної діяльності / О. А. Соловійова // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 122 – 129.
140. Социально-экономическое положение стран Содружества Независимых Государств в 2010 году [Электронный ресурс] / Межгосударственный статистический комитет СНГ. – Режим доступа до матер.: <http://www.cisstat.org>.
141. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
142. Стеченко Д. М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : підручник / Д. М. Стеченко. – К. : Вікар, 2006. – 396 с.
143. Стратегическое планирование / под ред. Э. А. Уткина. – М. : «Тандем», 1998. – 229 с.

144. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник для вузов / Л. Е. Стровский, С. К. Казанцев, Е. А. Паршина и др.; под ред. проф. Л. Е. Стровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 823 с.
145. Тарасова Н. В. Проблеми розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування / Н. В. Тарасова, В. М. Довбня // Обладнання та техніка для села: ринок, пропозиція, практика використання. – 2007. – № 6. – С. 21 – 28.
146. Тимошенко О. П. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : уч. пос. / О. П. Тимошенко. – Новосибирск : НГАСУ, 2002. – 84 с.
147. Товарный монитор Украина, июнь 2009. Торговый баланс [Электронный ресурс] / ДІАЦ «Держзовнішінформ». – Режим доступа до матер. : <http://www.ukrdzi.com>.
148. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон , А. Дж. Стрикленд. – М : Вильямс, 2007. – 928 с.
149. Тренінгові програми для підготовки державних службовців України з питань європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Загальний словник-довідник термінів. – Режим доступа до матер. : www.euroint.in.ua.
150. Угода про субсидії і компенсаційні заходи [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступа до матер. : <http://zakon.rada.gov.ua>.
151. Указ Президента України «Про утворення Державного експортно-імпортного банку України» від 03.01.1992 № 29 [Електронний ресурс] / Інформаційно-правовий портал «Законы Украины». – Режим доступа до матер. : <http://uazakon.com>.
152. Україна у цифрах 2010 : статистичний збірник / за ред. О. Г. Осауленка. – Державний комітет статистики України, 2011. – 252 с.
153. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібник / за заг. ред. А. І. Кредісова. – К., 1997. – 448 с.

154. Фатхудинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхудинов – 7-е изд., испр. и доп. – М. : Дело, 2005. – 448 с.
155. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг : навч. пос. / Т. М. Циганкова. – К. : КНЕУ, 1998. – 120 с.
156. Шандра В. М. Стратегічні напрями розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу / В. М. Шандра // Техніка АПК. – 2006. – № 5. – С. 6 – 7.
157. Шандрова Н. В. Розроблення механізму управління стійким розвитком підприємств машинобудування / Н. В. Шандрова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2 (68). – С. 101 – 105.
158. Шапуров О. О. Стан і тенденції розвитку машинобудування / О. О. Шапуров // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 57 – 63.
159. Шепотыло А. Структура импортных тарифов в России: 2001 – 2005 гг. [Электронный ресурс] / А. Шепотыло, Д. Тарр // Світовий банк. – Режим доступа до матер. : <http://www.worldbank.org>.
160. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
161. Шишков Ю. В. Интернационализация производства – новый этап развития мировой экономики / Ю. В. Шишков. – М. : ИМЭМО РАН, 2009. – 92 с.
162. Штерн К. Стратегии, которые работают. Подход VCG / К. Штерн, Дж.Сток-мл. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 496 с.
163. Экономическая стратегия фирмы / под ред. А. П. Градова. – 2-е изд. – СПб. : Специальная литература, 2003. – 488 с.
164. Экономический рост и нестабильность [Электронный ресурс] / Новосибирский государственный университет. – Режим доступа до матер. : www.nsu.ru/education/genecon/work/less/XX/XX.pdf
165. Яковлев А. И. Усовершенствование методов определения эффективности внешнеэкономической деятельности / А. И. Яковлев // Финансы Украины. – 1998. – № 9. – С. 28 – 34.

166. Янковский Н. А. Повышение эффективности внешнеэкономической деятельности крупного производственного комплекса: монография / Н. А. Янковский. – Д. : АО “Издательство “Донеччина”, 2000. – 152 с.
167. Ястремская Е. Н. Мониторинг результатов финансово-экономической деятельности машиностроительных предприятий Харьковского региона / Е. Н. Ястремская, Д. А. Репка // Бизнес – Информ. – 2008. – № 5. – С. 69 – 72.
168. Anderson C. R. Stage of the product life cycle, business strategy, and business performance / C. R. Anderson, C. P. Zeithaml // Academy of Management Journal. – March 1984. – Vol. 27. – P.5 – 24.
169. Anderson J. E. Gravity with gravitas; A solution to the border puzzle / J. E. Anderson , E. van Wincoop // American economic review. – 2003. – Vol. 93. № 1. – P. 170 – 192.
170. Anderson J. E. Theoretical foundation for the gravity equation / J. E. Anderson // American economic review. – 1979. – Vol. 69, № 1. – P. 106 – 116.
171. Ansoff H. I. Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion / H. I. Ansoff . – N. Y., 1965. – 241 p.
172. Balassa B. Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage / Bela Balassa // The Manchester School of Economic and Social Studies – 1965. – № 33. – P. 99 – 123
173. Balogun J. Exploring Strategic Change / J. Balogun, V. Hope Hailey. – PRENTICEHALL, 1999.
174. Barney J. B. Gaining and Sustaining Competitive Advantage / J. B. Barney – New York : Addison-Wesley Publishing Company, 1996.
175. Bergstrand J. H. The generalized gravity equation, monopolistic competition, and the factorproportions theory in international trade / J. H. Bergstrand // The review of economics and statistics. – 1989. – Vol. 71, № 1. – P. 143 – 153.
176. Bergstrand J. H. The gravity equation in international trade: some microeconomic foundations and empirical evidence / J. H. Bergstrand // The review of economics and statistics. – 1985. – Vol. 67, № 3. – P. 474 – 481.

177. Cassels E. Book 1. Introduction, B820 Strategy / E. Cassels. – The Open University, Walton Hall, Milton Keynes. – 2000. – 16 p.
178. Chandler Jr. A. D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise / A. D. Chandler Jr. – Cambridge, MA : MIT Press, 1962. – 297 p.
179. Country Risk and Economic Research [Электронный ресурс] / COFACE – Режим доступа до матер. : www.trading-safely.com.
180. Deardoff A. V. Determinants of bilateral trade: does gravity work in a neoclassical world / A. V. Deardoff . – The regionalization of world economy, Ed. by Frankel Jeffrey. Chicago (IL) : Chicago University press, 1998.
181. Directions of Trade Statistics, April 2010 [Электронный ресурс] / International Monetary Fund. – Режим доступа до матер. : <http://www.imf.org>.
182. Eaton J. Technology, geography, and trade / J. Eaton, S. Kortum // *Econometrica*. – 2002. – Vol. 70, № 2. – P. 1741 – 1779.
183. Ebert C. Global Software Engineering IEEE ReadyNote / C. Ebert. – Los Alamitos, USA, 2006.
184. Evenett S. J. On theories explaining the success of the gravity equation / S. J. Evenett, W. Keller. – Working Paper, 6529. Cambridge (M.A.) : National Bureau of Economic Research, 1998.
185. Fox Dr. Using the product life cycle concept to formulate actionable purchasing strategies [Электронный ресурс] / Dr. Fox, Harold W. // Режим доступа до матер. : <http://www.allbusiness.com/public-administration/national-security-international/577670-1.html>.
186. Glueck W. F. Business Policy and Strategic Management / W. F. Glueck – New York, McGraw-Hill, 1980.
187. Grant R. M. Contemporary Strategy Analysis / R. M. Grant. – Cambridge, MA: Basil Blackwell, 1991.
188. Grubel H. G. Intra-industry trade : the theory and measurement of international trade in differentiated products / Herbert G. Grubel and P. J. Lloyd. – London : Macmillan, 1975. – 205 p.

189. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Boston : Harvard Business School Press, 1994. – 458 p.
190. Hatten K. J. Effective Strategic Management / K. J. Hatten, M. L Hatten. – Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1988.
191. Helpman E. Trade Policy and Market Structure / E. Helpman and P. R. Krugman. – Cambridge : MIT Press, 1985.
192. Hill C. Strategic management an integrated approach / C. Hill, W. Jones, R. Gareth. – Boston: New York: Houghton Mifflin Company, 1998.
193. Hodgetts R. International Management / R. Hodgetts, F. Luthans. – N.-Y., Mc Graw-Hill, Inc., 1991. – 93 p.
194. Index of Economic Freedom World Rankings [Электронный ресурс] / Heritage Foundation. – Режим доступа до матер. : <http://www.heritage.org>.
195. Learned E. P. Business Policy: Text and Cases / E. P. Learned, C. R. Christensen, K. R. Andrews, W. D. Guth. – Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1965.
196. Levitt Th. Exploit the Product Life Cycle / Th. Levitt // Harvard Business Review. – 1 November 1965.
197. Mintzberg H. Strategy formulation in adhocracy / H. Mintzberg, A. McHugh. – Administrative Science Quarterly. – № 30. – 1985.
198. Nations in Transit [Электронный ресурс] / Freedom House. – Режим доступа до матер. : <http://www.freedomhouse.org>
199. O’Driscoll Jr. Explaining the Factors of the Index of Economic Freedom. / O’Driscoll Jr., P. Gerald, E. J. Feulner and M. A. O’Grady. – Heritage Foundation, 2002.
200. Poiyhonen P. A. tentative model for the volume of trade between countries / P. Poiyhonen // Weltwirtschaftliches Archiv. – 1963. – Vol. 90, № 1. – P. 93 – 99.
201. Porter M. Competitive Strategy / M. Porter. – New-York, Free Press, 1980.
202. Ranking the Countries [Электронный ресурс] / Heritage Foundation. – Режим доступа до матер. : <http://www.heritage.org>.

203. Redding S. Economic geography and international inequality / S. Redding, A. J. Venables. – Discussion Paper 2568. L.: Center for Economic Policy Research, 2000.
204. Rumelt R. P. Strategy, Structure, and Economic Performance / R. P. Rumelt. – Cambridge, MA : HarvardUniversity, 1974.
205. Schendel D. E. Business Policy or Strategic Management: a view for emerging discipline / D. E. Schendel, K. J. Hatten. – Academy of Management Proceedings, 1972.
206. Smith G. D. Business Strategy and Policy / G. D. Smith, D. R. Arnold, B. G. Bizzel. – Boston, houghton Mifflin, 1988.
207. Steiner G. A. Management Policy and Strategy: Text, Readings and Cases / G. A. Steiner, J. B. Miner. – New York, McMillan, 1977.
208. The 2002 Index of Economic Freedom / O’Driscoll Jr., P. Gerald, E. J. Feulner, M. A. O’Grady. – Heritage Foundation, 2002.
209. The World Factbook [Электронный ресурс] / The Central Intelligence Agency. – Режим доступа до матер. : www.cia.gov.
210. Tinbergen J. Shaping the world economy / J. Tinbergen. – N.Y. : XXth Century fund, 1962.
211. Transition report [Электронный ресурс] / European Bank for Reconstruction and Development. – Режим доступа до матер. : www.ebrd.com.
212. Von Neumann J. The Theory of Games and Economic Behavior / J. Von Neumann, O. Morgenstern. – New York, Willy, 1944.
213. Wasson Chester R. Reviews of Dynamic competitive strategy & product life cycles / Chester R. Wasson. – Hardcover, Challenge Books, 1974. – 311 p.
214. World exports by provenance and destination [Электронный ресурс] / United Nations Commodity Trade Statistics Database. – Режим доступа до матер. : <http://comtrade.un.org/>.