

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті розглянуто основні напрямки формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Проаналізовано літературні джерела, в яких розглянуто питання стратегічного розвитку та планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Здійснено систематизацію факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств, які необхідно врахувати під час формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.*

*Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, стратегія розвитку, машинобудівні підприємства, формування стратегії, стратегічний розвиток.*

PILISHEK Y. O.  
Khmelnytsky National University**GENERATION OF STRATEGIC DEVELOPMENT TRENDS FOR FOREIGN  
ECONOMIC ACTIVITY OF THE MACHINE BUILDING ENTERPRISES**

*The article deals with the main trends of the generation of strategies for the development of foreign economic activity of the machine building enterprises in Ukraine. The analysis of the scientific sources that look into the issues of strategic development and planning of foreign economic development of the machine building enterprises has been carried out. The factors that affect the foreign economic development of the enterprise and which should be taken into consideration when generating the strategy of the development of the foreign economic development of the enterprise have been classified.*

*Keywords: foreign economic activity, development strategy, machine building enterprises, strategy generation, strategic development.*

**Актуальність теми дослідження.** Глобалізація світової економіки та вплив на неї фінансово-економічної кризи обумовлюють стратегічний розвиток зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Також в умовах сьогодення нового значення набувають процеси формування зовнішньоекономічної стратегії розвитку вітчизняних машинобудівних підприємств, що позначається на особливостях реалізації української продукції на зовнішніх ринках.

В сучасних ринкових 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 та збереження прибутковості. Тому українські виробники продукції машинобудування все активніше освоюють сучасні методи роботи в швидкоплинних умовах ринку.

У зв'язку з цим, особливої актуальності набувають розробки конструктивних пропозицій, врахування яких надасть змогу розв'язати існуючі проблеми та створити сприятливі умови для підвищення ефективності зовнішньоекономічної стратегії розвитку 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 стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, а також розроблення пропозицій щодо напрямів їх удосконалення.

**Ступінь наукової розробки теми.** Питання стратегічного розвитку підприємства знайшли своє відображення в працях зарубіжних представників: 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 напрацювання в дослідженні проблем формування зовнішньоекономічної 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. Дідківський, Г.М. Дроздова, О.А. Кириченко, А.І. Кредісов, Є.Г. Панченко, І.О. Піддубний, Т.М. Циганкова та ін.

**Мета і завдання дослідження.** Мета статті полягає в узагальненні й систематизації теоретико-методологічних засад та аспектів формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Завданнями дослідження є сукупність методологічних і методичних підходів та практичних прийомів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства.

**Результати дослідження.** На сучасному етапі все більша кількість вітчизняних машинобудівних підприємств розуміють необхідність перспективного управління діяльністю на основі наукової методології передбачення її перспектив та тенденцій розвитку. Ефективним інструментом перспективного управління діяльністю машинобудівного підприємства є формування стратегії розвитку ЗЕД.

У результаті аналізу наукових робіт [1; 4–6] здійснено ідентифікацію та систематизацію факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність, які необхідно врахувати при формуванні стратегії розвитку ЗЕД (рис. 1).

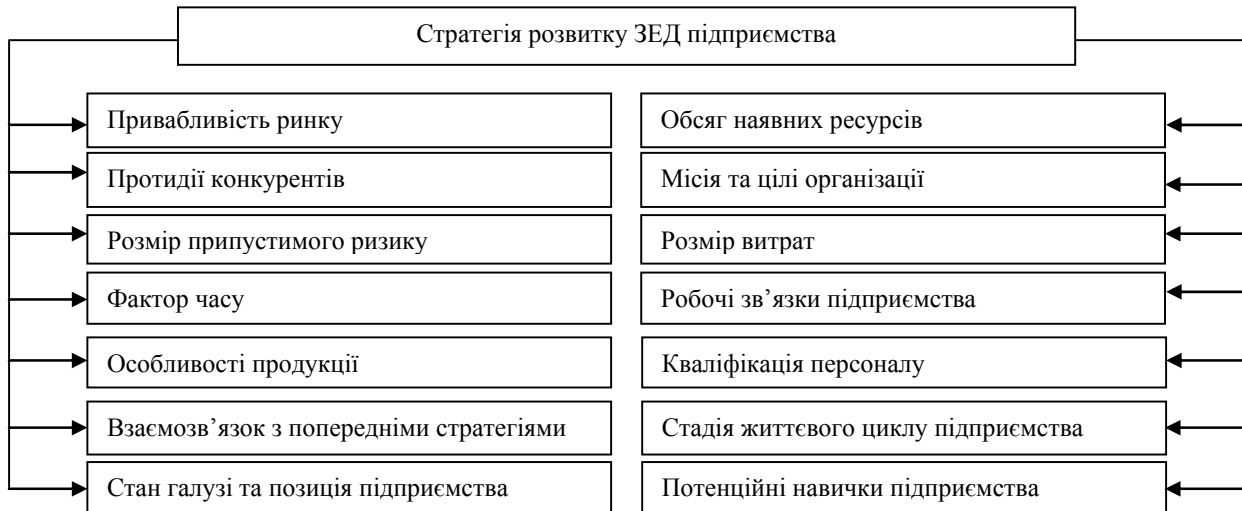


Рис. 1. Фактори впливу на формування стратегії розвитку ЗЕД (власна розробка автора)

Зрозуміло, що врахувати при формуванні стратегії розвитку ЗЕД підприємства однаковою мірою всі чинники зазначені на рисунку 1, неможливо, особливо у сучасних несприятливих для вітчизняних машинобудівних підприємств економічних умовах. Але, вважаємо, що несприятливі тенденції, що спостерігаються в зовнішній торгівлі України в 2014 та 2015 роках тільки 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 Херфіндала – Хіршмана [9] та шляхом дослідження динаміки кількості товарних позицій (згідно з УКТЗЕД), для яких вартість експорту перевищує 10 млн дол. США (табл. 1).

Таблиця 1

**Концентрація українського експорту 2009–2015 рр.\***

Показник	Роки						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Кількість товарних позицій, для яких вартість експорту перевищує 10 млн доларів США (згідно з УКТЗЕД)	68	69	69	71	72	71	72
Індекс Херфіндала-Хіршмана (сума квадратів часток усіх товарів, що експортуються)	0,131218	0,13831	0,134469	0,13436	0,13845	0,095077	0,10628

\* розраховано автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України

Як показано в табл. 1 та на рис. 2., концентрація українського експорту була досить стабільною впродовж досліджуваного періоду до 2014 року. В 2015 році індекс Херфіндала – Хіршмана істотно зменшився, що свідчить про зниження концентрації українського експорту та послаблення позицій вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку, у зв'язку із політичною та економічною нестабільністю в країні.

Динаміка показників концентрації на зовнішньому ринку (рис. 2) демонструє, що концентрація експорту в 2015 році різко скоротилася. Вважаємо, що це пояснюється тим, що політико-економічна криза

та спад виробництва останніми роками істотно вплинули на стан підприємств-експортерів, які на фоні світової кризи виявилися менш стійкими.



Рис. 2. Концентрація українського експорту 2009–2015 рр. (складено автором з використанням матеріалів Державної служби статистики України)

З урахуванням окреслених вище умов, 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 [3]. З урахуванням усіх цих змін структура світового експорту товарів зазнає кардинальних змін (табл. 2).

Таблиця 2

Структура світового експорту товарів у 2015–2050 рр. (%)\*

Показник	Рік				
	2015	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					
1) машини та обладнання	37	42	46	50	54
2) високотехнологічні товари	17	24	31	40	52

\* Джерело [3]

\*\*прогнозовані значення

Важливими напрямками адаптації вітчизняних підприємств до прогнозованих змін структури світового експорту є формування та регулювання стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Тому, враховуючи нестабільність світової економіки та важкий політико-економічний стан нашої країни, можемо запропонувати для машинобудівних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, стратегії розвитку за двома напрямками (концентрованого росту та диверсифікованого росту) залежно від двох можливих стратегічних альтернатив діяльності компанії на ринку машинобудування (рис. 3).

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.

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.

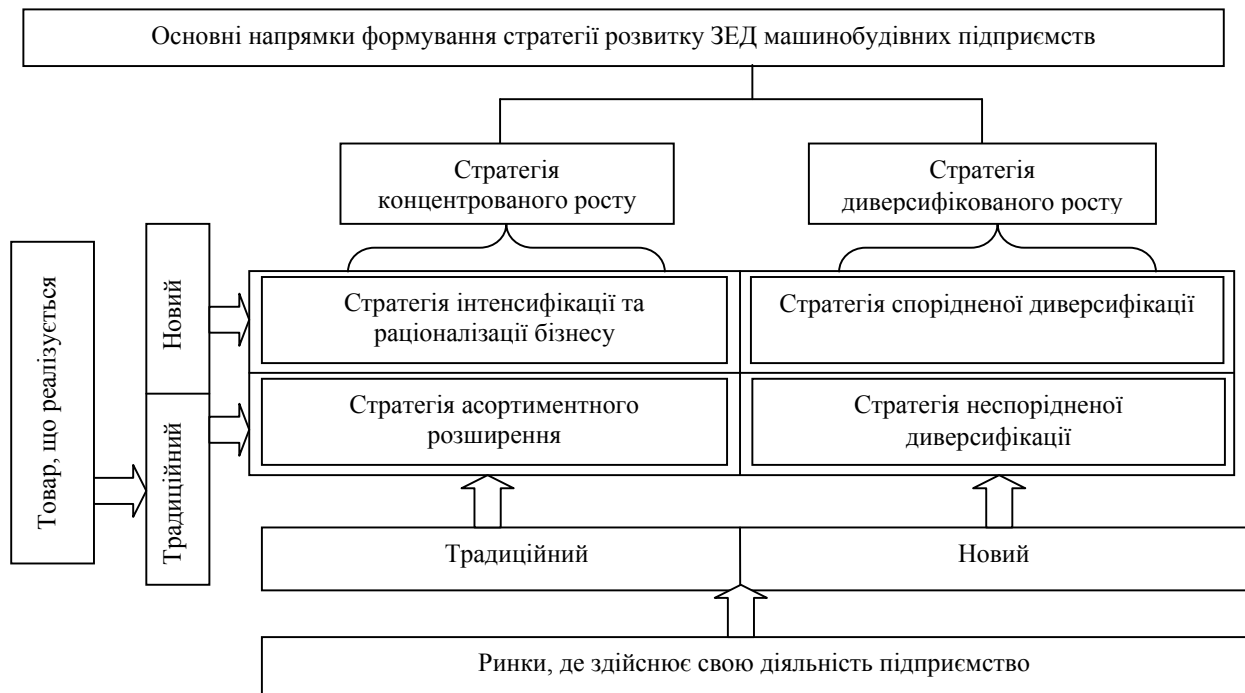


Рис. 3. Основні напрямки формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств (власна розробка автора)

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. 3).

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.

**Висновок.** Проведений аналіз сучасного стану концентрації українського експорту та можливостей щодо формування стратегій розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств дозволяє зробити висновок про необхідність їх поетапного застосування. На наш погляд, підприємство-учасник ЗЕД на початковій стадії своєї діяльності на зовнішньому ринку машинобудування, 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.

### Література

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; перевод с английского ; под редакцией С. Г. Божук. – 7-е изд. – СПб : Питер, 2007. – 496 с.
2. 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.
3. База даних українських експортерів [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України: державна підтримка українського експорту. – Режим доступу : <http://www.ukrexport.gov.ua>.
4. Ваджра А. Апокалипсис украинского машиностроения [Електронний ресурс] / А. Ваджра // Newsland : інформаційно-дискусійний портал. – Режим доступу : <http://www.newsland.ru>.
5. Заяц О. Ю. Передумови ефективного функціонування експорторієнтованих 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.

6. 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.

7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

Надійшла 10.11.2016; рецензент: д. е. н. Васильківський Д. М.