

УДК 339.9:629.33 *Здобувач В.О. Терлецька¹ – НУ "Львівська політехніка"*

ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Досліджено, охарактеризовано, проаналізовано та здійснено оцінювання факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) автомобілебудівної галузі України, виявлено їх особливості. У табличній формі представлено характеристику факторів зовнішнього середовища прямої та непрямой дії на автомобільну галузь України. Графічно зображено динаміку експорту автотранспорту України за 2003-2010 рр., а також відображено експорт та імпорт легкових автомобілів, автобусів та вантажних автомобілів за країнами за 2010 р., виявлено постачальників та основних конкурентів. Представлено в кількісному вимірі кон'юнктуру (реєстрацію та продаж автомобілів) на світових авторинках.

Ключові слова: оцінювання, аналізування, фактори впливу, автомобілебудівна галузь, ЗЕД.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції нашої країни у світовий економічний простір питання ЗЕД автомобілебудівної галузі України, як провідної, має особливу актуальність. Автомобільна промисловість – галузь транспортного машинобудування. Починаючи зі середини ХХ ст. автомобілебудування належить до провідних галузей промисловості зі щоразу зростаючим ступенем монополізації. У розвинених країнах ця галузь є стратегічною, оскільки забезпечує розвиток багатьох суміжних галузей економіки, сприяє освоєнню високих технологій тощо. Тому вивчення питань стосовно оцінювання факторів впливу на формування та розвиток цієї галузі стають актуальними. Сьогодні важливого значення набувають питання прискорення інтеграції українських ринків до основних міжнародних товарних ринків, що зумовлює необхідність з'ясування особливостей "поведінки" суб'єктів ринку і проведення комплексного аналізу вітчизняного ринку автомобілебудування, який багато в чому виявляється залежним від дії різного роду чинників, а саме ринкових факторів усередині й за межами України.

Аналіз досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні аспекти вивчення питань у галузі автомобілебудування відображено в дослідженнях зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів: О. Кузьміна, В. Немцова, Й. Завадського, А. Кредісова, М. Мартиненка, В. Сенченка, С. Панченка, В. Шинкаренка, І. Ансоффа, Дж. Гібсона, Р. Дафта, П. Друккера, М. Мескона, Е. Мулена, Р. Білоусова, О. Віханського, Д. Гаврилова, І. Герчикової, Б. Мельнера та ін. Однак, незважаючи на значну кількість наукових праць і досліджень у теорії і практиці розвитку автомобілебудування, є частина питань, які залишаються постійним об'єктом дискусій.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження, аналізування та оцінювання факторів впливу на розвиток ЗЕД з позиції системного підходу в галузі автомобілебудування України.

Викладення основного матеріалу. Одним із важливих елементів дослідження галузі автомобілебудування та розвитку його ЗЕД є аналіз факторів впливу на галузь.

За роки незалежності Україна істотно просунулась на шляху до інтеграції у світовий автомобільний ринок, на якому вона займала досить активну позицію, особливо в країнах СНД. Визначення перспектив розвитку автомобілебудівної галузі вітчизняного ринку потребує комплексного аналізування та оцінювання системи факторів, що впливають на цей суб'єкт господарювання, виявлення зв'язків між ними – з'ясування основних домінант аналізування, виявлення найістотніших факторів впливу. Характеристику та оцінювання факторів зовнішнього середовища прямої та непрямой дії на автомобільну галузь України представлено в табл. 1-4.

Табл. 1. Характеристика факторів зовнішнього середовища прямої дії на автомобільну галузь України

№ з/п	Фактори зовнішнього середовища прямої дії	Характеристика факторів	Оцінювання факторів
1	Споживачі	Споживачі – окремі громадяни, сім'ї, фірми, громадські організації та державні установи, які відчують різні потреби і мають певні потреби. 1. Індивідуальні споживачі, тобто такі, які купують автомобілі виключно для свого особистого користування. 2. Сім'ї або домогосподарства – основний тип споживача продуктів харчування та непродовольчих споживчих товарів, за винятком одягу й особистих речей. Рішення про купівлю автомобіля приймається або подружжям спільно, або головою сім'ї. 3. Ринок автомобілів для сімей відрізняється тим, що перевага надається машинам просторим, комфортним, зі збільшеним об'ємом багажника, економічним і недорогим в обслуговуванні.	Легкові автомобілі (2008 / 2010 рр.): Росія (97,66 % / 95,81 %), Польща (1,87 % – 2008 р.), Вірменія (0,33 % – 2008 р.), Азербайджан (2,51 % – 2010 р.), Сирія (0,71 % – 2010 р.). Автобуси (2008 / 2010 рр.): Росія (62,8 % / 84,43 %), Грузія (18 % / 6,75 %), Азербайджан (14,6 % / 0,38 %), Молдова (2,1 % / 0,56 %), Вірменія (1,1 % / 5,82 %), Казахстан (1,13 % – 2010 р.). Вантажні автомобілі (2008 / 2010 рр.): Росія (39 % / 48 %), Сирія (23,1 % – 2008 р.), Білорусь (5,9 % / 5,5 %) [1].
2	Постачальники	Постачальники або представники фірм приймають рішення про покупку товарів промислового призначення. Це зазвичай професіонали вузького профілю, які знають товар не гірше, а, можливо, навіть краще за самих виробників.	Бізнес торгівлі автозапчастинами в нашій країні представлений постачальниками, що є імпортерами та представництвами іноземних виробників автокомпонентів.
3	Конкуренти	Заохочують організацію постійно вдосконалювати свою виробничо-господарську діяльність з метою досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності.	Росія, Китай, Туреччина, Румунія, Узбекистан (сукупна частка на ринку 26,5 %). Росія активно збільшує присутність на ринку (частка в 2010-2011 рр. зросла від 11 % до 15 %) [2].
4	Державні органи влади	Уряд – найбільший споживач у країні. Особливість цього ринку полягає в тому, що чиновники витрачають не власні, а громадські кошти, і процедура ця формалізована і бюрократизована.	Державне стимулювання галузі – розроблена програма розвитку легкового автомобілебудування. Створення в Україні конкурентоспроможного легкового автомобілебудування [2].
5	Інфраструктура	Логістична система; автосалони; портали, сайти, що спеціалізуються на продажі автомобілів, віртуальні авто-ринки; фінансові та банківські організації; консалтингові групи тощо.	Зручна логістика – географічне розташування України в центрі Європи між двома емкими авторинками – Єврозоюзом та Росією.
6	Законодавчі акти	Регулюють діяльність автомобільної промисловості. Закони діють з метою ефективного використання виробничого, науково-технічного та експортного потенціалу вітчизняного автомобілебудування, сприяють створенню сприятливих умов для залучення інвестицій тощо.	Існуюче нормативно-правове середовище в Україні значно гірше, ніж у країнах із конкуруючими виробничими площадками (Росія, Китай, Туреччина, Узбекистан), що не дає жодних мотивацій для організації місцевого виробництва автомобілів.

¹ Наук. керівник: проф. Л.І. Чернобай, канд. екон. наук

7	Профспілки, партії та інші громадські організації	Професійну спілку працівників автомобільного та сільськогосподарського машинобудування України створено з метою здійснення представництва та захисту трудових і соціально-економічних прав та інтересів членів Профспілки.	Співпрацює з різними міжнародними організаціями, виробниками і постачальниками, зокрема з концерном ЛЕОНІ.
8	Система економічних відносин у державі	Формує умови, правила та принципи функціонування галузі. Сприяє ринковій траєкторії розвитку, стимулюванню економічної активності промислових підприємств тощо.	Оскільки галузь є пріоритетною, вона формує основні економічні показники діяльності, забезпечує важливі структурні зміни в економіці України (збільшення частки легкового автопрому в ВВП від 0,4 % у 2010 р. до 8,2 % у 2020 р.).
9	Організації-сусіди (галузі-сусіди)	Галузь є стратегічною, оскільки забезпечує розвиток багатьох суміжних галузей економіки. Одне робоче місце в автомобілебудуванні створює 7-8 робочих місць у таких галузях, як: металургійна, нафтопереробна, електротехнічна та інші.	Диверсифікація ризиків залежності національної економіки від кон'юнктури зовнішніх ринків на сталь та хімічну продукцію.
10	Посередники (автодилери)	Посередники здійснюють закупівлі не для споживання, а для подальшого перепродажу. Їх переважно цікавить не споживчі якості товару, а їхнімовні характеристики – попит, абсолютна ціна, рентабельність, швидкість обігу, транспортна упаковка, термін зберігання.	Частка ринку бренду "AIC" збільшилася від 5,2 % до 7,5 %. Дилерська мережа "Сітрон Україна" збільшила продажі авто на 20 %, порівняно з 2012 р. [3].

Табл. 2. Аналіз факторів зовнішнього середовища прямої дії на автомобільну галузь України

№ з/п	Фактори зовнішнього середовища прямої дії	Аналіз факторів
-------	---	-----------------

Споживачі

Табл. 2.1. Динаміка експорту автотранспорту України за 2003-2010 рр., тис. од.

Роки	Експорт, тис. од.	Приріст
2003	3,7	
2004	8,6	+132 %
2005	13,7	+59 %
2006	42,9	+213 %
2007	74,2	+73 %
2008	77,4	+4 %
2009	20,1	-74 %
2010	35,8	+78 %

Рис. 2.1. Динаміка експорту автотранспорту України за 2003-2010 рр., тис. од.

Рис. 2.2. Експорт легкових автомобілів за країнами за 2010 р., %

Рис. 2.4. Експорт вантажних автомобілів за країнами за 2010 р., %

Рис. 2.3. Експорт автомобілів за країнами за 2010 р., %

Рис. 2.5. Постачальники легкових автомобілів за 2010 р., %

Рис. 2.6. Постачальники автобусів за 2010 р., %

Рис. 2.7. Постачальники вантажних автомобілів за 2010 р., %

3	Конкуренти	Україна тісно інтегрована у світовий ринок як легкових, так і вантажних автомобілів та автобусів, і сьогодні на вітчизняному ринку представлена продукція практично всіх провідних світових автовиробників. Лідерство утримує російський виробник "АвтоВАЗ", хоча його частка на ринку протягом 2004-2011 рр. знизилася майже вдвічі (відповідно від 29 % до 15 %). Частина іноземних виробників збільшила свою частку на українському ринку. Найбільш істотно – Hyundai (від 1 % у 2004 р. до 9 % у 2010 р.), Toyota (від 3 % до 6 %), Chery (від 0 % до 5 %), Renault (від 1 % до 5 %), Ford (від 1 % до 5 %), Mitsubishi (від 3 % до 5 %) та Skoda (від 3 % до 5 %) [4].
4	Державні органи влади	Розроблено Програму розвитку легкового автомобілебудування в Україні. Реалізація Програми дасть змогу створити в Україні конкурентоспроможне виробництво легкових автомобілів та забезпечить збільшення випуску автомобілів до 734,4 тис. шт., а також зростання надходжень до державного бюджету і в пенсійний фонд до 24,8 млрд грн у 2020 р.
5	Інфраструктура	Ненасичений та зростаючий внутрішній ринок збуту. Зручна логістика – географічне розташування України в центрі Європи між двома емкими авторинками – Єврозоюзом та Росією. Наявність підготовлених трудових ресурсів та нижча вартість робочої сили, порівняно з європейськими країнами та Росією.
6	Законодавчі акти	Існуюче нормативно-правове середовище в Україні значно гірше, ніж у країнах із конкуруючими виробничими площадками (Росія, Китай, Туреччина, Узбекистан), що не дає жодних мотивацій для організації місцевого виробництва автомобілів через високі податки та збори, а саме: ввізне мито на імпорт обладнання для автопрому – 3-5 % (в інших країнах – 0 %), ПДВ на імпорт обладнання для автопрому – 20 % (в інших країнах – 0 %), ввізне мито на нові автомобілі – 0-10 % (в інших країнах ~ 30 %) та податок на прибуток – 21 % (0 % на прибуток, що реінвестується в розвиток).
7	Профспілки, партії та інші громадські організації	Важливу роль, крім зазначених вище, відіграють лобісти автопрому. Саме вони були ініціаторами введення загороджувального мита та екологічного податку на утилізацію автомобілів та автобусів.
8	Система економічних відносин у державі	Для аналізу цього фактора варто представити динаміку виробництва автотранспорту (легкові автомобілі, вантажні автомобілі та автобуси) України за 2003-2010 рр. Графік виробництва автотранспорту України зображено на рис. 2.8. Динаміка виробництва автотранспорту України за 2003-2010 рр. відображено в табличній формі у табл. 2.2.

Табл. 2.2. Динаміка виробництва автотранспорту України за 2003-2010 рр., тис. од.

Роки	Виробництво автотранспорту, тис. од.	Приріст
2003	105,2	
2004	187,4	+78 %
2005	212,5	+13 %
2006	289,7	+36 %
2007	403,2	+39 %
2008	425,7	+6 %
2009	70,4	-84 %
2010	83,9	+19 %

Рис. 2.8. Динаміка виробництва автотранспорту України за 2003-2010 рр., тис. од.

9	Організацій-сусіди (галузі-сусіди)	<p>Для аналізу цього фактора доцільно представити частку легкового автомобілебудування в реалізації промислової продукції в Україні в 2011 р. (рис. 2.9).</p> <p>Рис. 2.9. Частка легкового автомобілебудування в реалізації промислової продукції в Україні в 2011 р.</p>
10	Посередники	<p>За інформацією AUTO-Consulting у 2013-2014 рр., незважаючи на спад продажів, багато операторів ринку не тільки не планують згорнути дилерську мережу, а навпаки – мають намір її розширювати, це зокрема бренд "AIC", що, незважаючи на падіння автомобільного ринку більш ніж на 7,4 % (реєстрації нових легкових автомобілів за 12 місяців 2013 р. скоротилися від 217 тис. до 201 тис.), AIC збільшила частку ринку і тепер вона становить понад 12 %. Компанією реалізовано майже 27 тис. автомобілів, що на 12 % більше від показників 2012 р. При цьому зростання показали всі бренди AIC.</p>

4	Соціально-культурне середовище	<p>На здійснення автопокупки значно впливають фактори культурного, соціального, особистого і психологічного порядку. Але їх обов'язково потрібно приймати в розрахунок. Соціально-професійний статус визначається родом діяльності, який позначається на житті людини, на її пріоритетах, а отже, і придбанні, зокрема у виборі автомобіля.</p>	<p>Наприклад підприємці – власники середніх і невеликих підприємств, річний дохід яких 80-320 тис. грн. Чисельність – 2 млн сімей (4 %). Є споживачами недорогих автомобілів щодо дорогого одягу, дорогих напоїв, платних медичних послуг.</p>
5	Особливості міжнародних економічних відносин	<p>Становлення і розвиток сучасних міжнародних економічних відносин зумовлені появою передумов як на національному, так і на міжнародному рівнях. До них відносять: підвищення рівня інтернаціоналізації розвитку виробничих сил окремої країни; зростання національного виробництва товарів, що перевищує внутрішні потреби тощо.</p>	<p>У ділових колах Україна однозначно сприймається як країна високого ступеня ризику стосовно налагодження економічної співпраці.</p>
6	Стан економіки	<p>Відставання сектору економіки, який виробляє товари, від сектору економіки, який їх споживає; надмірний контроль економіки з боку уряду, що має ефект придушення сектору, що виробляє товари; криміналізація стосунків між державними установами і бізнесом тощо.</p>	<p>За січень-серпень 2013 р. обсяги промислового виробництва знизилися на 5,2 %, порівняно з 2012 р. Характерні ознаки: спад виробництва, загальні неплатежі, зростання державного боргу тощо.</p>
7	Незадовільна макроекономічна ситуація в країні	<p>Значна заборгованість держави, окремих галузей і підприємств зарубіжним країнам; паливно-енергетична залежність від Росії.</p>	<p>Кредит і знижка на газ від Росії надають у розпорядження уряду величезну, як для України, суму, що становить близько 10 % річного ВВП.</p>
8	Політичні обставини	<p>Складна політична й соціально-психологічна ситуація в Україні. Важливий етап – підписання економічної частини асоціації з ЄС.</p>	<p>Як результат, буде введено захисне мито 10 %. Тобто через 10 років, коли мито має бути 0 %, цілком може так статися, що ринок захистять ставкою 10 %.</p>
9	Міжнародні події	<p>З початком світової фінансової кризи в 2008 р. світове автомобілебудування, за винятком китайського, опинилося серед найбільш депресивних галузей глобальної економіки.</p>	<p>Сумарний обсяг виробництва автомобілів у світі за 2009 р. становив 61,7 млн од. (- 12,8 % до 2008 р.). У 2010 р. світовий автопром почав виходити з рецесії і продаж зріс до 68,5-70 млн од. автомобілів проти 51,3 млн од. у 2009 р.</p>

Табл. 3. Характеристика факторів зовнішнього середовища непрямої дії на автомобільну галузь України

№ з/п	Фактори зовнішнього середовища непрямої дії	Характеристика факторів	Оцінювання факторів
1	Кон'юнктура на світових автомобільних ринках	<p>Кон'юнктура авторинку – це економічна ситуація, що склалася на авторинку відносно попиту, пропозиції, рівня цін, товарних запасів, а також становище основних фірм конкурентів. У сучасних умовах господарювання особливого значення набувають угруповання об'єднань автовиробників. В Україні діє Асоціація автовиробників України "Укравтопром", заснована в 1998 р. Метою діяльності є координація господарської діяльності її учасників, без права втручання в їхню виробничу та комерційну діяльність, прийняття управлінських рішень [3].</p>	<p>Реєстрація та продаж нових автомобілів усіх типів усіх країн світу: 2005 р. – 65,957,595 од. 2006 р. – 68,374,448 од. 2007 р. – 71,563,264 од. 2008 р. – 68,297,366 од. 2009 р. – 65,594,533 од. 2010 р. – 74,894,082 од. 2011 р. – 78,090,955 од. 2012 р. – 82,166,701 од. 2013 р. – 85,393,803 од. [5].</p>
2	Науково-технічний прогрес	<p>Автомобілебудування – одна з найбільш динамічних галузей промисловості. Саме тут активно розробляються і впроваджуються інноваційні технології. Науково-технічний прогрес прискорює накопичення капіталу, що сприяє підвищенню попиту на способи виробництва, передусім на машини й устаткування.</p>	<p>У 2012 р. Intel заснувала фонд Intel Capital Connected Car Fund (\$100 млн), щоб прискорити перехід автомобільної галузі на рішення для простої інтеграції автомобілів з побутовою електронікою і створити нові технології, які будуть в основі автомобілів майбутнього.</p>
3	Рівень техніки і технології в галузі	<p>Зараз людство живе в так званому інформаційному суспільстві; мета інформаційних технологій полягає у прискоренні процесів оброблення інформації, а отже, у розробленні наднових машин, що мають максимальну швидкість і максимум зручностей, і автомобілебудування є тією галуззю, в якій використовуються тільки найновіші інформаційні технології. Враховуючи ще й те, що останнім часом гонка між світовими лідерами галузі перейшла на якісно новий рівень завдяки появі наднових технологій, автомобілебудування стає більш накопичувально-ресурсоемким [4].</p>	<p>ЗАТ "ЗАЗ" – єдине в Україні підприємство, що має повний цикл виробництва легкових автомобілів, який включає штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова і складання автомобіля. На підприємстві створено і постійно вдосконалюється якісно нове сучасне високотехнологічне виробництво. Підприємство виготовляє легкові та вантажні автомобілі й автобуси.</p>

Табл. 4. Аналіз факторів зовнішнього середовища непрямої дії на автомобільну галузь України

№ з/п	Фактори зовнішнього середовища непрямої дії	Аналіз факторів
1	Кон'юнктура на світових автомобільних ринках	<p>Варто представити темпи росту ланцюгові Трл і побачити у скільки разів змінився поточний рівень показника, що аналізується, порівняно з рівнем попереднього у статті "Реєстрація та продаж нових автомобілів всіх типів всіх країн світу": Трл2006 = 1,037; Трл2007 = 1,047; Трл2008 = 0,954; Трл2009 = 0,960; Трл2010 = 1,142; Трл2011 = 1,043; Трл2012 = 1,052; Трл2013 = 1,039 [5].</p>
2	Науково-технічний прогрес	<p>Розвиток високотехнологічних досліджень в галузі автомобілебудування значною мірою забезпечує дослідження компанії Intel у сфері автомобілебудування, що спрямована на зміну традиційних уявлень про автомобілі. Машини майбутнього будуть знати переваги людей, зможуть адаптуватися під них і допомагати їм швидше і безпечніше добиратися до місця призначення (в рамках програми Personal Vehicle Experience Research Project).</p>
3	Рівень техніки і технології в галузі	<p>Високий рівень технічного забезпечення виробництва став основою для плідної співпраці ЗАТ "ЗАЗ" з лідерами світового автомобілебудування: Adam Opel, Daimler AG, GM DAT, VAZ, TATA, Chery, KIA. Виробництво орієнтоване переважно на споживачів автомобілів класу С (найбільш швидкозростаючого сегмента ринку).</p>

4	Соціально-культурне середовище	Варто класифікувати споживачів за основними соціально-культурними та демографічними характеристиками: стать, вік, дохід, освіта та соціально-професійний статус. На покупки значно впливають фактори культурного, соціального, особистого і психологічного порядку. Здебільшого це фактори, що не піддаються контролю з боку діячів ринку.
5	Особливості міжнародних економічних відносин	На сучасному етапі національна економіка переживає велику кризу. Виходом з такого тяжкого становища може бути тільки найшвидший перехід до ринкової економіки разом із розширенням міжнародних економічних відносин. Україні потрібно більше розвивати свої міжнародні економічні відносини, тобто інтегруватися у світову господарську систему.
6	Стан економіки	Основні причини обвалу ринку у 2014 р. – політична нестабільність та девальвація гривні. У березні продаж автомобілів в Україні знизився удвічі. За місяць національна валюта відносно долара подешевшала більш ніж на 35 %. Через падіння гривні збільшилися ціни на автомобілі. За підрахунками "Ніссан Мотор Україна", в березні автомобілі подорожчали на 15-30 %.
7	Незадовільна макроекономічна ситуація в країні	Наприкінці 2013 р. негативні тенденції на світових ринках металу та хімічної продукції призвели до помітного зниження показників промислового розвитку України, що негативно позначилося на її бюджеті. Також це є незадовільним і для внутрішнього ринку металу, оскільки нестача оборотних коштів стримує споживання металопродукції.
8	Політичні обставини	Ціна на автомобіль залежить від відпускної ціни заводу-виробника, акцизного збирання, мита, відрахування у пенсійний фонд, збирання під час першої реєстрації і ПДВ. Так-от, крім ввізного мита, жодна зі складових ціноутворення на авто згідно з угодою про асоціацію з ЄС (економічної частини) не змінюється. З митом теж не все просто. У перший рік мито взагалі залишається 10 %. Далі воно буде зменшуватися на 1 % щороку протягом 9 років. Тобто зараз воно становить 10 %, а наступного року буде теж 10 %, а тільки через рік – 9 %, і т.д. до 0 %.
9	Міжнародні події	За оцінкою Price water house Coopers на початку 2010-го внаслідок світової фінансової кризи у світовому автомобілебудуванні почалася впевнена зміна країн-лідерів, особливо відносно американського автопрому, що займав лідерство, представленого Великою трійкою. Причому на власному ринку Велика трійка вперше була витіснена ще на початку 1980-х японським автопромом, представленим компаніями Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi та ін., а наприкінці ХХ ст. на світовому ринку активно розгорнулися і європейськими автовиробниками, включаючи концерни Volkswagen Group, Daimler, BMW, Renault, PSA Peugeot Citroën, FIAT та ін.

Висновки. Дослідження, аналізування та оцінювання факторів впливу на розвиток ЗЕД автомобілебудівної галузі України та виявлення їх особливостей свідчать про значну взаємодію факторів. Кожен із факторів є надзвичайно важливим. У різні періоди та часи нашої історії одні фактори змінюються на інші, набуваючи вагомості. Сьогодні важливою віхою в автомобілебудуванні України є вплив фактора політичні обставини. З одного боку, це підписання економічної частини асоціації з ЄС, а з іншого – це політичні події в Україні. У процесі аналізування та оцінювання першої частини, представлено складові формування відпускної ціни і, як наслідок, в найближчі 10 років ціни на автомобілі не знизяться. Хоча, фактично, тепер можна говорити, що перед Україною відкрито один із найбільших світових ринків, а Україна відкрита для європейських товарів. Щодо політичної та економічної нестабільності, то всередині 2014 р. в компаніях зафіксовано зниження, часткове та повне припинення автопродажу. Тому на поточний момент внесок вітчизняного автомобілебудування в національну економіку є незначним.

Література

1. УкрАвтопром / Ассоциация автопроизводителей Украины. [Електронний ресурс]. – Доступний с <http://ukrautoprom.com.ua/uk>.
2. Програма розвитку легкового автомобілебудування України на період до 2020 року. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://investukraine.com/wp-content/uploads/2012/06/Over-vi>

ew-of-the-State-program-for-development-of-automotive-industry-in-Ukraine-till-2020-Volodymyr-Vlasyuk-UPE.pdf

3. У 2014 році ринок легкових автомобілів "просяде". [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2014/02/01/317687>.

4. Кривоконь О.Г. Сучасний стан та характеристика автомобілебудування як галузі промислового виробництва країни / О.Г. Кривоконь // Вісник НТУ "ХП". – Сер.: Автомобіле- та тракторобудування. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/Транспортное_машиностроение/2012/19/04_Kriv.pdf.

5. Всесвітня асоціація автовиробників ОІСА. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.oica.net/category/production-statistics/>

Терлецкая В.А. Оценка и анализ факторов влияния на развитие внешнеэкономической деятельности автомобилестроительной отрасли Украины

Исследована, охарактеризована, проанализирована и осуществлена оценка факторов влияния на развитие внешнеэкономической деятельности (ВЭД) автомобилестроительной отрасли Украины, выявлены их особенности. В табличной форме представлена характеристика факторов внешней среды прямого и косвенного воздействия на автомобильную отрасль Украины. Графически представлена динамика экспорта автотранспорта Украины за 2003-2010 гг., а также отображен экспорт и импорт легковых автомобилей, автобусов и грузовых автомобилей по странам за 2010 г., обнаружены поставщики и основные конкуренты. Представлена в количественном измерении конъюнктура (регистрация и продажа автомобилей) на мировых авторынках.

Ключевые слова: оценка, анализ, факторы влияния, автомобилестроительная отрасль, ВЭД.

Terletska V.A. Evaluation and Analysis of Factors Influencing the Development of Foreign Activities of Automobile Industry of Ukraine

The factors influencing the development of foreign economic activity (FEA) of Ukraine automotive industry are studied, described and analysed by evaluating, their features are discovered. The characteristic of the environmental factors of direct and indirect effects on the automotive industry in Ukraine is provided in the form of a table. The dynamics of vehicles exports of Ukraine for the period of 2003-2010 is graphically depicted, and also the export and import of cars, buses and trucks according to countries in 2010 are described, major providers and competitors are revealed as well.

Key words: assessment, analysis, factors of influence, the automobile industry, foreign economic activity.

УДК 330.341.1

Здобувач С.С. Тригоб'юк¹ – НУ "Львівська політехніка"

ОЦІНЮВАННЯ МАКРОСЕРЕДОВИЩА МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПРИБАДОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виділено етапи розвитку національної економіки України в контексті розвитку стратегічного планування діяльності підприємств. Проведено характеристику факторів макросередовища на кожному з етапів розвитку України, яка показує трансформацію суспільства і формування передумов для зміни структури національної економіки та розвитку малого і середнього бізнесу. Наведено тенденції розвитку національної економіки з проєктуванням на можливість ідентифікувати переломні моменти. Запропоновано інтегрувати оцінювання макросередовища в систему стратегічного планування підприємств.

Постановка проблеми. Ускладнення військово-політичного становища України, кризові явища в національній економіці змушують відслідковувати стратегічні орієнтири подальшого розвитку галузей, секторів на рівні держави в

¹ Наук. керівник: проф. Ж.В. Поплавська, д-р екон. наук