

УДК 330.117:658

DOI: <https://doi.org/10.46644/2708-1834/2019-01.5>

Коваленко О.В.

доктор економічних наук, професор,
*Інженерний інститут
Запорізького національного університету*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6802-7213>

Дробишева О.О.

кандидат економічних наук,
*Інженерний інститут
Запорізького національного університету*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3319-9338>

Касимов С.М.

магістрант,
*Інженерний інститут
Запорізького національного університету*

Kovalenko Olena, Drobysheva Olena, Kasymov Serhii
Engineering Institute of Zaporizhzhia National University

АНАЛІЗ РІВНЯ ТА ФАКТОРІВ АКТИВІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

ANALYSIS OF THE LEVEL AND FACTORS OF ACTIVATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

У статті здійснено аналіз рівня та факторів зовнішньоекономічної діяльності за 2013-2017 роки та обґрунтовано, що в умовах поглиблення євроінтеграційного процесу України, особливого значення набуває розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств, які залишаються експортно-орієнтованою галуззю економіки країни. Аналіз структури експорту українських товарів дає підстави стверджувати, що основна його частина припадає на продукти з низьким ступенем переробки, а отже – з низькою доданою вартістю, що свідчить про низький рівень конкурентоспроможності національної економіки, що свідчить про необхідність нарощувати експорт підприємствами машинобудування.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, євроінтеграційні процеси, машинобудівні підприємства, зовнішній ринок, експорт, методи, форми, ризики, аналіз, зовнішньоекономічна адаптація.

В статье осуществлен анализ уровня и факторов внешнеэкономической деятельности за 2013-2017 годы и обосновано, что в условиях усиления евроинтеграционного процесса в Украине, особенное значение приобретает развитие внешнеэкономической деятельности машиностроительных предприятий, которые остаются экспортно-ориентированной отраслью экономики страны. Анализ структуры экспорта украинских товаров дает основания утверждать, что основная его часть приходится на продукты с низким уровнем переработки, а следовательно – с низкой добавленной стоимостью, что свидетельствует о необходимости наращивать объемы экспорта предприятиям машиностроения.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность предприятия, евроинтеграционные процессы, машиностроительные предприятия, внешний рынок, экспорт, методы, риски, анализ, внешнеэкономическая адаптация.

Foreign economic adaptation of domestic enterprises to the conditions of European integration processes will allow to carry out modernization and technical re-equipment of production facilities,

attract foreign investments, improve innovation and quality of products, and improve the level of competitiveness in the European and world markets. This will create the preconditions for further equal participation of Ukraine in foreign economic relations with the EU member states. The main motives for enterprises entering the foreign market are: profit maximization; reducing costs by scaling up sales; the distribution of entrepreneurial risk between domestic and foreign markets; possibility of extension of product life cycle; enhancing the reputation of the company by acquiring international status; reducing dependence on the internal market. The Zaporizhzhia oblast is export oriented and provides foreign currency inflows to Ukraine. Export growth of 30% is a signal of recovery of economic activity of the enterprises of the region and positive market conditions in the markets of goods produced in the Zaporizhzhia oblast. At the same time, the prevailing growth rates of imports may indicate the intention of enterprises to expand production at the expense of imported resources. In 2017, the Zaporizhzhia oblast confirmed its status as a region that shapes Ukraine's export potential. The analysis of industrial production indices of the enterprises of the machine-building industry and the analysis of exports indicate that, despite the increase in the total production volumes of almost all commodity groups of machine-building products, the volume of exports has been steadily decreasing over the last two years. At the same time, there is an increase in imports over the last year, which indicates an increase in the import dependence of machine-building enterprises, which is also confirmed by the decrease in the level of coverage of exports by imports. It has been determined that the commodity structure of exports reduced volumes in almost all commodity groups except car wires. By commodity structure, imports also decreased in all product groups except nuclear reactors, boilers, machinery and electric machines. The EU countries dominated in geographical structure of exports and imports. Ukraine urgently needs to move to an innovative or breakthrough development scenario, in which innovation is recognized as a major driving force in the fight for markets, and the competitiveness of the economy is ensured by the ability of the vast majority of economic entities to create products with high consumer value. Under these conditions, it will meet the needs of consumers both domestically and internationally. Domestic companies need to pay due attention and build up intellectual capital, which would provide the necessary knowledge needed to create and market high-value consumer hardware, otherwise they will be forced to seek competitive advantage in low cost resources (and preferably labor), in a better case, will be doomed to the pursuit, remaining technologically backward. In the worst case, those enterprises that are not able to implement a competitive strategy that would provide them with stable competitive positions not only in the domestic but also in the markets of other countries will not be able to survive in a globalized economy.

Key words: foreign economic activity of enterprise, European integration processes, machine-building enterprises, foreign market, export, methods, forms, risks, analysis, foreign economic adaptation.

Вступ. В контексті поглиблення інтеграції України до європейського економічного простору особливого значення набуває збільшення обсягів зовнішньоторговельних операцій підприємств машинобудівної галузі, продукція яких є наукомісткою.

Зовнішньоекономічна адаптація вітчизняних підприємств до умов євроінтеграційних процесів дозволить здійснити модернізацію та технічне переоснащення виробничих потужностей, залучити іноземні інвестиції, підвищити інноваційність та якість продукції, покращити рівень конкурентоспроможності на європейському та світовому ринках. Це створить передумови для подальшої рівноправної участі України

у зовнішньоекономічних відносинах з країнами-членами ЄС.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів України, важливим є дотримання підприємствами принципів здійснення зовнішньоекономічної діяльності при виході на ринки країн-членів Європейського Союзу. Підприємства, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність повинні керуватись певними правилами, нормами, положеннями, які регулюють відносини між суб'єктами ЗЕД як на національному, так і на міжнародному рівнях. Теорія нормативних рішень припускає, що вибір форми виходу на міжнародний ринок повинен ґрунтуватися на

компромісах між ризиками та доходами. Передбачається, що підприємство обирає таку форму входу, яка б забезпечувала максимальну рентабельність інвестицій із врахуванням ризиків. Проте, на практиці часто вибір форми експансії може визначатися ще й кількістю наявних ресурсів і необхідністю контролю. Тому, обираючи спосіб проникнення на ринок, потрібно знайти компроміс між такими атрибутами: ризик, контроль, ресурси та прибутковість.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед зарубіжних вчених, які зробили значний внесок у дослідження проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків підприємств, слід виокремити таких як: Андерсен О., Баклі П., Вернон Р., Відершайм-Паул Ф., Хоканссон Г. та ін. Теоретико-методичні основи та практичні аспекти здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств висвітлені у наукових працях таких вітчизняних вчених: Багрової І.В., Дідківського М.І., Козака Ю.В., Макогона Ю.Г., Шкурупія О.В. та ін. Питання особливостей, проблем та переваг євроінтеграційних процесів між Україною та ЄС в аспекті адаптації суб'єктів господарської діяльності досліджували Войнаренко М.П., Гончар О.І., Жаліло Я.А., Кендюхов О.В., Кириченко, Чорна Л.О., Шнирков О.І. та ін.

Виклад основного матеріалу. Основними мотивами виходу підприємств на іноземний ринок є: максимізація прибутку; зниження витрат за рахунок збільшення масштабів від реалізації; розподіл підприємницького ризику між внутрішнім і зовнішнім ринками; можливість продовження життєвого циклу товару; підвищення репутації фірми, за рахунок набуття статусу міжнародної; зменшення залежності від внутрішнього ринку. Водночас існують і негативні моменти пов'язані з інтернаціоналізацією. По-перше, обсяг прибутку може виявитися не таким, як передбачалося, через нестабільність національної валюти країни-реципієнта, політичної і загальної економічної ситуації за кордоном. По-друге, проникнення та збереження позицій на обраному іноземному ринку вимагає значних витрат, які можуть не від-

повідати запланованим результатам і можливостям підприємства. По-третє, культурні відмінності, які існують між приймаючою країною і даною компанією, а особливо політичні ризики, закони тощо.

Вихід на ринок зарубіжних країн є складним і тривалим процесом. Він має певні особливості, а саме проходить такі етапи як: вивчення ринку, визначення ступеня його привабливості за допомогою ретельного аналізу та поверхневої оцінки; делегування більшості маркетингових функцій місцевому представнику-посереднику; організація власних потужностей на основі спільного або повного володіння через придбання місцевої компанії; забезпечення повноцінної реалізації стратегічних інтересів.

Крім того, слід прийняти до уваги масштаб інтеграції. Завоювання ринку у великому масштабі потребує значних ресурсів, але дозволяє швидко увійти та отримати переваги «першопроходця». В той час як, менший масштаб дає змогу поступово нарощувати свої сили, при цьому краще ознайомитись з ринком та потребами цільової аудиторії. Хоча маломасштабний вихід є менш ризикованим, разом з тим, компанія втрачає можливість отримання переваг підприємства-новатора [4, с. 102]. Слідом за вибором стратегічно важливих країн, часу та масштабу необхідно прийняти рішення про форму присутності на даних ринках. Можливо узагальнити існуючі форми, групуючи їх за трьома рівнями участі підприємств на зарубіжних ринках. На першому рівні розташовується експортна форма, яка включає прямий та непрямий експорт. Непрямий експорт має місце в тих випадках, якщо виробник продає свої товари через посередників. Одним із різновидів опосередкованого непрямого експорту є так званий «пігі бекінг» (piggybacking), тобто входження на іноземний ринок «на плечах» іншої компанії. Альтернативою непрямому експорту є прямий, який здійснюється підприємством через оптові іноземні компанії (дистриб'юторів), не задіюючи посередників. Перевагами експортної форми виходу на ринок є: несуттєві зміни у товарному

асортименті підприємства, його структури; мінімальні інвестиційні витрати та поточні грошові зобов'язання; незначний ризик при вході на ринок та легкість виходу [5, с. 134]. На другому рівні використовують контрактні форми, наприклад, франчайзинг та ліцензування, тобто компанія може дозволити іншому підприємству взяти під контроль такі функції як адміністрування, управління фінансами, виробництвом та маркетинг. Іншими словами, ліцензування являє собою домовленість, згідно якої іноземний партнер отримує право на процес виробництва або користування торговою маркою, патентом і другими нематеріальними активами в обмін на комісійні виплати або роялті (ліцензійні платежі) [6, с. 74]. А між тим, франчайзинг – це спосіб організації комерційної діяльності, відповідно до якого франчайзі домовляється з франчайзером про те, що він (або його компанія) буде вести бізнес, використовуючи ім'я франчайзера або його бренду, а також систему управління [7, с. 24]. Але багато економістів не визнають такі форми виходу, запевняючи, що, задля ефективного розвитку, компанії мають нарощувати знання всередині організації, не вдаючись до аутсорсингу. Третім рівнем проникнення на іноземний ринок є інвестування, який включає в себе такі форми як спільні підприємства, нові угруповання та повністю власні філіали. Спільні підприємства уособлюють в собі співпрацю двох компаній, які розділяють між собою ризики та доходи при виході на зовнішній ринок. Переваги цієї форми відображаються в економії витрат праці та транспортних витрат, самостійному визначенні довгострокових перспектив діяльності, кращому пристосуванню товарів до місцевих особливостей та можливості створення сприятливого іміджу на території країни-партнера. Таким чином, стратегія прямого інвестування полягає в тому, що в процесі ведення зовнішньої торгівлі, з часом підприємство засновує за кордоном власні виробничі філії для виготовлення товарів ЗЕД [8, с. 33].

В умовах поглиблення євроінтеграційного процесу України, особливого значення

набуває розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств. Машинобудування є експортно-орієнтованою галуззю, про що свідчать дані офіційної статистики. Так, у 2017 році частка експорту у загальному обсязі реалізованої продукції підприємствами машинобудування становила 47,4%, хоча даний показник у 2016 році становив 55,6%, а у 2015 році – 62%. Така тенденція частково є наслідком негативної динаміки індексів промислової продукції машинобудівних підприємств. У 2017 році спостерігалась більш позитивна тенденція до підвищення обсягів виробництва машин та устаткування, автотранспортних засобів. Проте, відбулось скорочення обсягів виробництва комп'ютерів, електронної, оптичної продукції та електричного устаткування. Для найбільш повної оцінки стану зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудування необхідно також проаналізувати динаміку, географічну та товарну структуру їх експортно-імпортних операцій протягом звітного періоду. Негативна динаміка експорту та імпорту продукції машинобудівними підприємствами України протягом останніх п'яти років була зумовлена як ускладненням економічної та політичної ситуації у країні в цілому, так і впливом факторів зовнішнього середовища на макроекономічному рівні, зокрема, зміною векторів зовнішньоекономічної політики держави. Низька конкурентоспроможність машинобудівної продукції українських підприємств на зовнішньому ринку вплинула також на те, що коефіцієнт покриття експортом імпорту протягом 2013–2015 рр. залишався на рівні 55–60%, при тому, що у 2014 році даний показник досягнув рівня 61,2% як наслідок зниження купівельної спроможності машинобудівних підприємств через різку девальвацію національної валюти. У 2017 році відбулось збільшення коефіцієнта до рівня 43,2%, що пов'язано із значним зменшенням обсягів імпорту машинобудівної продукції.

Однак, протягом 2013–2017 років, розвиток зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств досягнув і позитивних результатів. Зокрема,

підписання та ратифікація Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, а також введенню в дію з боку ЄС одностороннього режиму автономних торговельних преференцій для українських товарів сприяло зростанню частки експорту машинобудівної продукції до країн ЄС (від 19% у 2013 році до майже 45% у 2017 році). При цьому частка експорту машинобудівних підприємств до країн СНД у 2017 році становила менше 40% (у 2013 році даний показник складав 69%). У звітному періоді українські машинобудівні підприємства продемонстрували також готовність освоювати нові ринки. Частка країн Азії у географічній структурі експорту продукції машинобудування збільшилась у 2017 році порівняно з 2013 роком на 3%.

У 2013–2017 роках вітчизняні машинобудівні підприємства переважно експортували авіадвигуни, газотурбінні двигуни (імпортери РФ, Китай, Індія, Польща, Пакистан), насоси для рідин та газові насоси (імпортери РФ, Китай, Узбекистан, Литва, ОАЕ), підшипники (імпортери РФ, Німеччина), автомобільні дроти, кабелі (імпортери Німеч-

чина, Польща, Велика Британія, Чехія, Угорщина), радіоапаратуру та монітори (імпортери Угорщина, Естонія, Німеччина, США), трансформатори (імпортери РФ, Казахстан, Німеччина, Угорщина), вагони (імпортери РФ, Туркменістан). На рисунку 1 представлено, як змінилась товарна структура експорту продукції машинобудування у 2017 році порівняно з 2013 роком.

Так, у 2013 році найбільшу питому вагу у товарній структурі експортних операцій підприємств машинобудівної галузі становив експорт вагонів, тоді як у 2017 році, найбільше експортувались автомобільні дроти та кабелі. У цілому, протягом 2013–2017 років відбулось різке зменшення обсягів експорту майже усіх товарних груп машинобудівної продукції. Експорт двигунів у 2017 році порівняно з 2013 роком скоротився на 52,6%, насосів – на 44,6%, підшипників – на 30,2%, радіоапаратури та моніторів – на 75,3%, трансформаторів – на 83,9%, вагонів – на 96,9%. Однією з причин такої негативної тенденції є те, що для українських підприємств характерний продаж за кордон тієї машинобудівної продук-

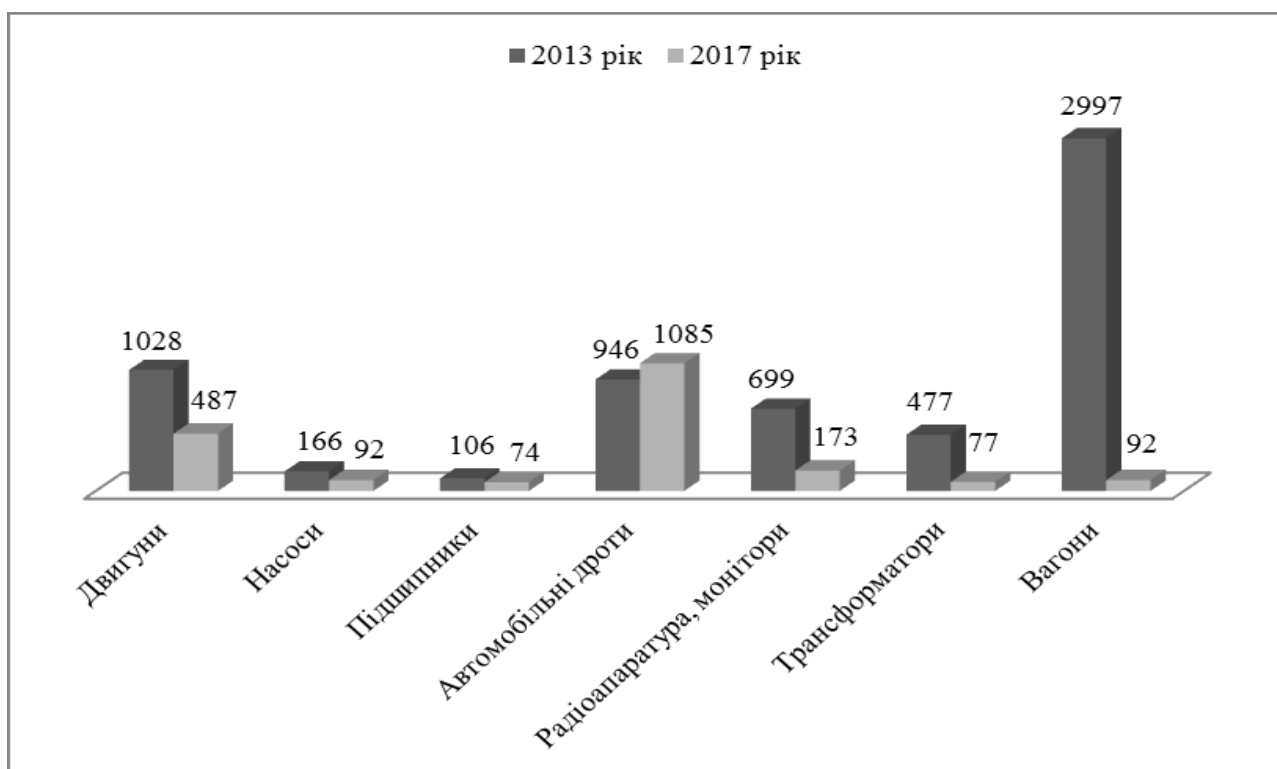


Рис. 1. Товарна структура експорту машинобудівних підприємств у 2013 та 2017 роках, тис. дол. США

ції, попит на яку на світовому ринку майже повністю задоволений, а отже, конкуренція є досить високою. Також несприятливим фактором є укладання машинобудівними підприємствами короткострокових контрактів щодо разових поставок з іноземними партнерами, особливо це стосується країн Азії. Тим не менш, протягом звітної періоду відбулось збільшення обсягів експорту автомобільних дротів та кабелів на 14,7% за рахунок збільшення виробництва комплектуючих для відомих автомобільних компаній та подальшим експортом їх до країн ЄС.

Товарна структура експортних операцій вітчизняних машинобудівних підприємств з партнерами із країн ЄС протягом 2013–2017 років представлена у таблиці 1 і свідчить про те, що основу експорту машинобудівної продукції до ЄС становлять електричні машини, обсяг експорту яких збільшився у 2017 році порівняно з 2013 роком на 20,9%. Протягом звітної періоду відбулось також збільшення експорту реакторів ядерних, котлів, машин на 17,1%, засобів наземного транспорту на 42,0%, а також літальних апаратів – на 175%.

Проведений аналіз загальних показників зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України дає змогу виявити основні тенденції її розвитку протягом останніх п'яти років, однак для більш детальної оцінки доцільно дослідити

зовнішньоекономічну діяльність окремих підприємств даної галузі.

За даними аналізу зовнішньої торгівлі підприємств Запорізької області у 2013–2017 роках встановлено, що у 2017р. експорт продукції становив 2980,9 млн. дол. США, імпорт – 1325,0 млн. дол. США. Порівняно із 2016р. експорт збільшився на 30,0% (на 688,1 млн. дол.), імпорт – на 32,7% (на 326,5 млн. дол.). Товарооборот склав 4305,9 млн. дол. США і перевищив показники 2016 і 2015 років (рисунок 2).

Запорізька область є експортоорієнтованою та забезпечує притоки іноземної валюти до України. Зростання експорту на 30% є сигналом відновлення економічної активності підприємств регіону та позитивної ринкової кон'юнктури на ринках товарів, які виробляються в Запорізькій області. Разом з цим, переважаючі темпи зростання імпорту можуть свідчити про наміри підприємств розширювати виробництво за рахунок імпортованих ресурсів. У 2017 році Запорізька область підтвердила свій статус регіону, який формує експортний потенціал України. Підприємства регіону забезпечили 6,89% експорту України (проти 6,3% у 2016 році) та 4,64% імпорту (проти 4,34% у 2016 році). Зміна розподілу експорту відбулась через зниження експортних поставок до РФ на 3,1% (у порівнянні з 2016 роком) та одночасне збільшення експорту до держав-членів ЄС на 26,7%. Необхідно також від-

Таблиця 1

Товарна структура експорту та імпорту машинобудівної продукції до країн ЄС у 2013–2017 рр.

Назва/товарна група	Обсяг експорту, млн євро					Темп приросту (2017/2013), %
	2013	2014	2015	2016	2017	
Реактори ядерні, котли, машини	270,4	299,9	313,6	302,7	316,7	17,1
Електричні машини	986,8	907,0	1008,5	1029,7	1192,7	20,9
Залізничні локомотиви	241,4	117,7	59,1	46,2	33,9	–85,9
Засоби наземного транспорту, крім залізничного	16,9	17,5	18,4	21,3	24,0	42,0
Літальні апарати	4,0	5,7	15,9	16,3	11,0	175
Судна	28,1	33,8	6,9	8,3	10,7	–61,9
Прилади та апарати оптичні, фотографічні	22,2	23,4	29,6	28,1	21,4	–3,6

Товарооборот

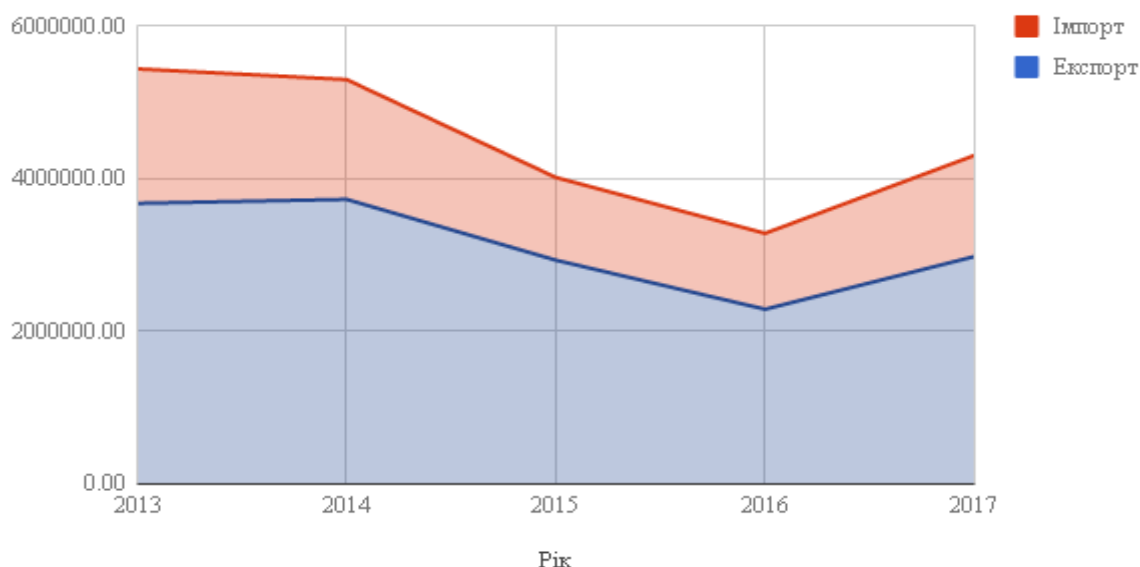


Рис. 2. Товарооборот зовнішньої торгівлі товарами Запорізької області у 2013-2017 рр. [20]

значити факт нарощування підприємствами регіону присутності на нових ринках через зниження можливостей реалізації товарів у РФ. Структуру експорту за країнами зображено на рисунку 3.

Основу експорту складає торгівля недорогоцінними металами (переважно продукцією чорної металургії), яка займає майже 57%. Це свідчить про відносно низький

рівень доданої вартості у експорті регіону. Водночас, 18,6% експорту становить продукція категорії машини, обладнання та механізми. Зростання експорту цієї категорії за рік склало майже 42%, що свідчить про поступовий перехід до експорту високотехнологічної продукції.

Аналіз зовнішньої торгівлі товарами Запорізької області у 2017 році свідчить

Структура експорту за країнами

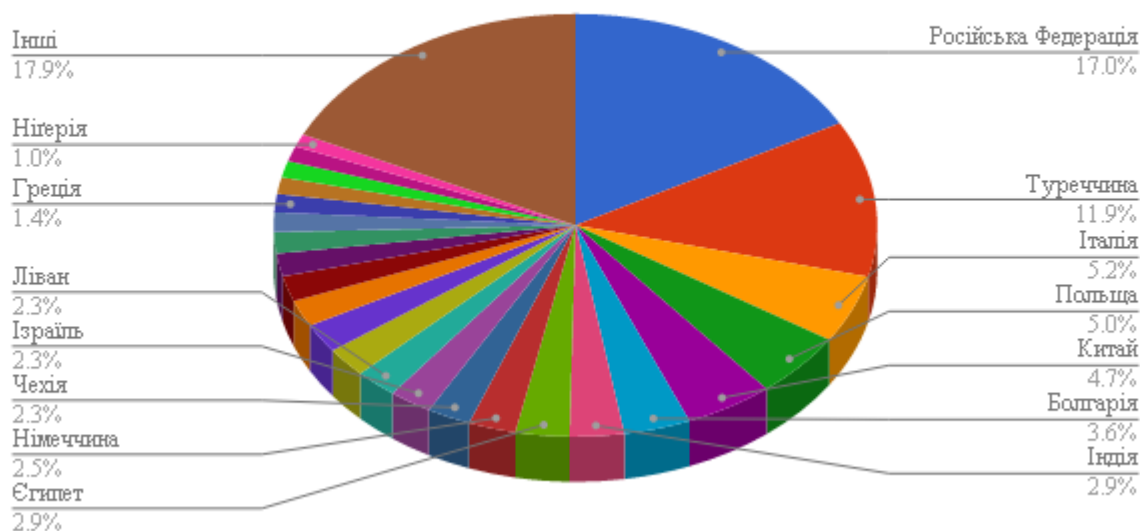


Рис. 3. Структура експорту за країнами у 2017 р. [20]

про відновлення зовнішньоекономічної діяльності підприємств регіону. Показники товарообороту після пандії у 2014-2016 роках продемонстрували тенденції до зростання та мають перспективи відновитись до докризового рівня вже у 2018 році. Наочною є зміна географії зовнішньої торгівлі та переорієнтація підприємств області з традиційних зв'язків з Російською Федерацією до торгівлі з Європейським Союзом, Азією та Близьким Сходом. Товарна структура свідчить про промислове спрямування експорту та наявність потенціалу до нарощування продажів машин та обладнання.

Посилення євроінтеграційних процесів, активним учасником яких є Україна, має значний вплив на усі сфери суспільного життя. Ці процеси позначаються на діяльності національних підприємств, особливо тих, які мають зовнішні зв'язки. Вихід на зовнішні ринки дає їм не лише доступ до нових джерел ресурсів та технологій, а й можливість розширення своєї діяльності, що є передумовою їх сталого економічного розвитку. Зміна інтеграційних векторів держави зумовлює потребу підприємств обирати нові напрями, форми і види зовнішньої діяльності, потребу пошуку нових ринків і споживачів; при цьому важливо, щоб їх продукція користувалась попитом. Тому при виході на зовнішні ринки для вітчизняних підприємств важливим є забезпечення таких переваг, які б гарантували можливість їх закріплення та розвитку в міжнародному конкурентному середовищі. За значного рівня глобалізації економічних процесів саме конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку забезпечує передумови для його подальшого функціонування.

Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств при їх виході на зовнішні ринки в науковій літературі розглядаються переважно у розрізі видів їх діяльності або за допомогою виділення різних складових, що формують таку конкурентоспроможність, однак комплексного підходу до вирішення цього питання

в контексті інтеграційних векторів держави дотепер не запропоновано.

Ряд проблем, пов'язаних із особливостями виходу українських підприємств на зовнішні ринки, зумовлений потребою їх адаптації до мінливості не лише міжнародного бізнес-середовища, а й до зміни національних інтеграційних процесів, які обумовлені імплементацією угоди з Європейським Союзом. Саме динаміка зовнішнього середовища та поширення глобалізаційних процесів у сучасному світі спричиняє потребу детального вивчення питань, пов'язаних із особливостями виходу українських підприємств на зовнішні ринки, активізації їх зовнішньої діяльності, забезпечення ефективності функціонування та міжнародної конкурентоспроможності. Підприємство, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність повинно керуватись національними та міжнародними принципами ЗЕД. В рамках експорту до країн ЄС, підприємство має дотримуватись вимог, технічних регламентів та стандартів, визначених у тому числі Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Висновки. Здійснений аналіз індексів промислової продукції підприємств машинобудівної галузі та аналіз експорту вказують на те, що попри збільшення загальних обсягів виробництва майже усіх товарних груп машинобудівної продукції протягом останніх двох років, обсяг експорту постійно зменшується. При цьому, спостерігається зростання імпорту протягом останнього року, що свідчить про збільшення імпортозалежності машинобудівних підприємств, підтвердженням чого є також зниження рівня коефіцієнта покриття експортом імпорту. Визначено, що за товарною структурою експорту відбулось скорочення обсягів майже за всіма товарними групами, крім автомобільних дорізів. За товарною структурою імпорту також відбулось зменшення обсягів за всіма товарними групами, крім реакторів ядерних, котлів, машин та електричних машин. За географічною структурою експорту та імпорту переважали країни ЄС.

У цілому, аналіз структури експорту українських товарів дає підстави стверджувати, що основна його частина припадає на продукти з низьким ступенем переробки, а отже – з низькою доданою вартістю. І це свідчить про низький рівень конкурентоспроможності національної економіки, що зумовлено рядом проблем – як макро-, так і мікроекономічного характеру.

Проблеми мають комплексний характер та взаємопов'язані, окремі підприємства не можуть самостійно вплинути на їх вирішення, окрім того динамізм зовнішнього середовища не дозволяє їм розробити дієві механізми захисту від можливих ризиків. Тому необхідним є втручання з боку держави – через розробку національної експортної політики, яка б забезпечила структурні зміни і сприяла виробництву товарів з високою споживчою цінністю.

Україні конче необхідно перейти до інноваційно-проривного або випереджального сценарію розвитку, за якого головною рушійною силою у боротьбі за ринки збуту визнаються інновації, а конкурентоспроможність економіки забезпечується здатністю основної маси суб'єктів господарювання створювати продукти із високою споживчою цінністю. За цих умов вона буде задовольняти потреби споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Вітчизняним підприємствам необхідно приділяти належну увагу і нарощуванню інтелектуального капіталу, який забезпечив би потрібні знання, необхідні для створення і виведення на

ринок технічних засобів з високою споживчою цінністю, інакше вони будуть вимушені шукати конкурентні переваги у дешевизні ресурсів (і переважно трудових), у кращому випадку будуть приречені на розвиток навздогін, залишаючись технологічно відсталими. У гіршому ж випадку ті підприємства, що не здатні реалізувати конкурентну стратегію, яка б забезпечувала їм стійкі конкурентні позиції не тільки на внутрішньому, а й на ринках інших країн, у глобалізованій економіці не зможуть вижити.

Питання забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств при їх виході на зовнішні ринки актуалізується під впливом євроінтеграційних процесів, які передбачають відкриття ринків та збільшення товарообігу між Україною та ЄС. Дослідження позиціонування України у світових рейтингах, форм виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки, географічної та товарної структури експорту показало, що українські товаровиробники не готові конкурувати з європейськими – ні на ринку ЄС, ні на власному. Це ускладнюється рядом проблем, що впливають на реалізацію експортного потенціалу України. Українським підприємствам, які бажають втримати існуючі позиції та сподіваються на ефективний розвиток, необхідно перейти до інноваційно-активної моделі господарювання, яка забезпечить нарощування їх інтелектуального капіталу і, як результат, випуск продуктів із високою споживчою цінністю, що і є основою конкурентоспроможності.

Список літератури:

1. Алексеева Т. І. Організаційно-економічний механізм забезпечення ЗЕД підприємства / Т. І. Алексеева // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 7(981). – С. 3–9.
2. Арапова О. Державне стимулювання експорту українських підприємств / О. Арапова, В. Песчанська, А. Смородінова // Науковий вісник ОНЕУ. – 2014. – № 9. – С. 4–13.
3. Дикань О. В. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах євроінтеграції / О. В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – Вип. 47. – С. 77–82.
4. Ковбатюк М. В. Вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на процес функціонування та адаптації підприємств / М. В. Ковбатюк, Н. Г. Бенік // Водний транспорт. – 2016. – Вип. 2. – С. 101–108.
5. Зосимова Ж. С. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Ж. С. Зосимова, Т. В. Шталь // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18. – Вип. 1(1). – С. 134–136.
6. Васильєва С. І. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки / С. І. Васильєва, І. С. Кочевих // Молодий вчений. – 2014. – № 5(1). – С. 73–75.
7. Гайдук Л. А. Інновації як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств України / Л. А. Гайдук // Наукові праці НДФІ. – 2014. – Вип. 1. – С. 22–28.

8. Дмитренко Л. О. Посилення конкурентних позицій українських підприємств на світовому ринку машинобудування / Л. О. Дмитренко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 3. – С. 31–36.
9. Калюжна І. Ю. Конкурентоспроможний товар – основа успішного виходу на зовнішній ринок / І. Ю. Калюжна, І. В. Гвоздецька // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3(2). – С. 146–149.
10. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації : навчальний посібник / О. Л. Каніщенко. – 2-ге вид., перероб. – К. : Вид-во «Політехніка», 2013. – 152 с.
11. Коваленко О. В. Шляхи підвищення прибутковості машинобудівних підприємств / О. В. Коваленко, М. В. Ставновський // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії : науковий журнал. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2017. – № 5(11). – Ч. 2. – С. 41–45.
12. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації : монографія / О. І. Ковтун; Укооп-спілка, Львів. комерц. акад. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2013. – 351 с.
13. Мних О. Б. Пошук нових векторів розвитку бізнесу для українських машинобудівних підприємств в умовах кризи / О. Б. Мних // Управління розвитком. – 2015. – № 2. – С. 54–60.
14. Плотніченко С. Р. Роль стратегічного планування при виході аграрних підприємств на зовнішній ринок / С. Р. Плотніченко, І. І. Гаврилук // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4. – С. 148–150.
15. Савченко В. Ф. Конкурентоспроможність українських підприємств на міжнародних ринках / В. Ф. Савченко, С. В. Редька // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1: Економіка. – 2016. – Вип. 3. – С. 70–77.
16. Стадник В. В. Стратегія диверсифікації в управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : монографія / В. В. Стадник, М. А. Йохна, Г. О. Соколюк. – Хмельницький : ПП Гонта А. С., 2013. – 200 с.
17. Стадник В. Стратегія прямого інвестування як основа виходу на зовнішні ринки машинобудівних підприємств / В. Стадник, Г. Мала // 36. праць міжнар. наук.-практ. конференції «Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки України і її регіонів». Ч. 2. – Ужгородський УНУ, 2015. – С. 83–86.
18. Тютюнникова С. В. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії вітчизняних підприємств у разі виходу на зовнішній ринок / С. В. Тютюнникова, О. В. Кот, Р. В. Левін // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2015. – Вип. 2. – С. 393–399.
19. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011
20. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
21. Інвестиційний портал Запорізької області [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://investment.zoda.gov.ua/uk>
22. Ukraine – Global Competitiveness Index.
23. Рейтинги України // 20 хвилин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.20khvylyn.com/life/spravki/help_15544.html
24. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність // Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

References:

1. Aleksieieva T. I. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia ZED pidpriemstva / T. I. Aleksieieva // Visnyk NTU «KhPI». – 2013. – № 7(981). – С. 3–9.
2. Arapova O. Derzhavne stymuliuvannia eksportu ukrainskykh pidpriemstv / O. Arapova, V. Peschanska, A. Smorodinova // Naukovyi visnyk ONEU. – 2014. – № 9. – С. 4–13.
3. Dykan O. V. Zabezpechennia konkurentospromozhnosti promyslovykh pryemstv v umovakh yevrointehratsii / O. V. Dykan // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2014. – Vyp. 47. – С. 77–82.
4. Kovbatiuk M. V. Vplyv faktoriv zovnishnoho i vnutrishnoho seredovyshcha na protses funktsionuvannia ta adaptatsii pidpriemstv / M. V. Kovbatiuk, N. H. Benyk // Vodnyi transport. – 2016. – Vyp. 2. – С. 101–108.
5. Zosymova Zh. S. Naukovi pidkhody do vyznachennia poniattia zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva / Zh. S. Zosymova, T. V. Shtal // Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomika. – 2013. – T. 18. – Vyp. 1(1). – С. 134–136.
6. Vasylieva S. I. Stratehiia vykhodu pidpriemstva na zovnishni rynky / S. I. Vasylieva, I. S. Kochevykh // Molodyi vchenyi. – 2014. – № 5(1). – С. 73–75.
7. Haiduk L. A. Innovatsii yak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv Ukrainy / L. A. Haiduk // Naukovi pratsi NDFI. – 2014. – Vyp. 1. – С. 22–28.
8. Dmytrenko L. O. Posylennia konkurentnykh pozytsii ukrainskykh pidpriemstv na svitovomu rynku mashynobuduvannia / L. O. Dmytrenko // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2015. – № 3. – С. 31–36.
9. Kaliuzhna I. Yu. Konkurentospromozhnyi tovar – osnova uspishnoho vykhodu na zovnishnii rynek / I. Yu. Kaliuzhna, I. V. Hvozdetzka // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2014. – № 3(2). – С. 146–149.

10. Kanishchenko O. L. Mizhnarodnyi marketynh: Teoriia i hospodarski sytuatsii : navchalnyi posibnyk / O. L. Kanishchenko. – 2-he vyd., pererob. – K. : Vyd-vo «Politekhnik», 2013. – 152 s.
11. Kovalenko O. V. Shliakhy pidvyshchennia prybutkovosti mashynobudivnykh pidpriemstv / O. V. Kovalenko, M. V. Stavnovskyi // Ekonomichni visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii : naukovyi zhurnal : Zaporizhzhia: Vydavnychiy dim «Helvetyka», 2017. – № 5(11). – Ch. 2. – S. 41–45.
12. Kovtun O. I. Innovatsiini stratehii v systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti dlia vitchyznianskykh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannia ta realizatsii : monohrafiia / O. I. Kovtun; Ukoop-spilka, Lviv. komerts. akad. – Lviv: Vyd-vo Lvivskoi komertsiiinoi akademii, 2013. – 351 s.
13. Mnykh O. B. Poshuk novykh vektoriv rozvytku biznesu dlia ukrainskykh mashynobudivnykh pidpriemstv v umovakh kryzy / O. B. Mnykh // Upravlinnia rozvytkom. – 2015. – № 2. – S. 54–60.
14. Plotnichenko S. R. Rol stratehichnoho planuvannia pry vykhodi ahrarnykh pidpriemstv na zovnishnii rynok / S. R. Plotnichenko, I. I. Havryliuk // Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). – 2014. – № 4. – S. 148–150.
15. Savchenko V. F. Konkurentospromozhnist ukrainskykh pidpriemstv na mizhnarodnykh rynkakh / V. F. Savchenko, Ye. V. Redka // Naukovyi visnyk Chernihivskoho derzhavnoho instytutu ekonomiky i upravlinnia. Serii 1: Ekonomika. – 2016. – Vyp. 3. – S. 70–77.
16. Stadnyk V. V. Stratehiia dyversyfikatsii v upravlinni mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva : monohrafiia / V. V. Stadnyk, M. A. Yokhna, H. O. Sokoliuk. – Khmelnytskyi: PP Honta A. S., 2013. – 200 s.
17. Stadnyk V. Stratehiia priamoho investuvannia yak osnova vykhodu na zovnishni rynky mashynobudivnykh pidpriemstv / V. Stadnyk, H. Mala // Zb. prats mizhnar. nauk.-prakt. konferentsii «Perspektyvy stabilnoho ekonomichnoho rozvytku ta ekonomichnoi bezpeky Ukrainy i yii rehioniv». Ch. 2. – Uzhhorodskiy UNU, 2015. – S. 83–86.
18. Tiutiunnykova S. V. Teoretychni osnovy formuvannia marketynhovoii stratehii vitchyznianskykh pidpriemstv u razi vykhodu na zovnishnii rynok / S. V. Tiutiunnykova, O. V. Kot, R. V. Levin // Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh. – 2015. – Vyp. 2. – S. 393–399.
19. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnyimi derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011
20. Zakon Ukrainy «Pro zovnishnoekonomichnu diialnist» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
21. Investytsiinyi portal Zaporizkoi oblasti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://investment.zoda.gov.ua/uk>
22. Ukraine – Global Competitiveness Index.
23. Reitynhy Ukrainy // 20 khvylyn [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.20khvylyn.com/life/spravki/help_15544.html
24. Ekonomichna statystyka. Zovnishnoekonomichna diialnist // Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>