

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

© 2015 СОКОЛЮК Г. О.

УДК 339.137.2:339.56(477)

Соколюк Г. О.

Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних процесів

У результаті дослідження було здійснено аргументацію потреби та визначено особливості умов виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки. Наведено оцінку України за міжнародними рейтингами, яка свідчить про низький рівень її конкурентоспроможності. Здійснено дослідження способів і форм виходу українських підприємств на зовнішні ринки. Проаналізовано структуру експорту в розрізі спрямування товарів і в динаміці останніх п'яти років. Узагальнено основні проблеми, які не дозволяють повною мірою реалізувати експортний потенціал України. Визначено вектори забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств при виході на зовнішні ринки в умовах євроінтеграції. Здійснено характеристику економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Аргументовано, що українським підприємствам важливо вчасно використати можливості, що забезпечує угода, для завоювання європейських ринків і відстоювання своїх позицій на національному. Перспективою подальших досліджень визначено дослідження можливостей реалізації інноваційно-активної моделі господарювання у машинобудуванні України.

Ключові слова: забезпечення конкурентоспроможності, євроінтеграція, зовнішній ринок, експорт, споживча цінність товару

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 20.

Соколюк Галина Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Хмельницький національний університет (вул. Інститутська, 11, Хмельницький, 29016, Україна)

Email: SokoliukG@ukr.net

УДК 339.137.2:339.56(477)

UDC 339.137.2:339.56(477)

Соколюк Г. А. Проблемы обеспечения конкурентоспособности украинских предприятий в контексте евроинтеграционных процессов

Sokoliuk G. O. Problems of Ensuring Competitiveness of Ukrainian Enterprises in the Context of European Integration Processes

В результате исследования была осуществлена аргументация потребности и определены особенности условий выхода отечественных предприятий на внешние рынки. Приведена оценка Украины по международным рейтингам, которая свидетельствует о низком уровне ее конкурентоспособности. Осуществлено исследование способов и форм выхода украинских предприятий на внешние рынки. Проанализирована структура экспорта в разрезе направления товаров и в динамике последних пяти лет. Обобщены основные проблемы, которые не позволяют в полной мере реализовать экспортный потенциал Украины. Определены векторы обеспечения конкурентоспособности украинских предприятий при выходе на внешние рынки в условиях евроинтеграции. Осуществлена характеристика экономической части Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС. Аргументировано, что украинским предприятиям важно вовремя использовать возможности, которые обеспечивает соглашение, для завоевания европейских рынков и отстаивания своих позиций на национальном. Перспективой дальнейших исследований определено исследование возможностей реализации инновационно-активной модели хозяйствования в машиностроении Украины.

Ключевые слова: обеспечение конкурентоспособности, евроинтеграция, внешний рынок, экспорт, потребительская ценность товара

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 20.

Соколюк Галина Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Хмельницкий национальный университет (ул. Институтская, 11, Хмельницкий, 29016, Украина)

Email: SokoliukG@ukr.net

As a result of the study the argumentation of the need for domestic enterprises' entering foreign markets has been provided and particularities of its conditions have been determined. The assessment of Ukraine on international ratings, which indicates a low level of its competitiveness, has been given. The investigation of ways and forms for Ukrainian enterprises' entering foreign markets has been performed. The structure of export in the context of goods trends and in dynamics of the past five years has been analyzed. The main issues, which do not allow to fully realize the export potential of Ukraine have been generalized. The vectors to ensure the competitiveness of Ukrainian enterprises at their entering foreign markets in the context of European integration have been determined. Characteristics of the economic part of the Association Agreement between Ukraine and the EU have been provided. It is argued that to conquer the European markets and defend their positions in the domestic ones it is important for Ukrainian enterprises to use the opportunity provided by the agreement timely. Prospects for further research are studying possibilities for implementation of an innovation-active model of management in the engineering industry.

Key words: ensuring competitiveness, European integration, international market, export, product utility

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 20.

Sokoliuk Galyna O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management, Khmelnytsky National University (vul. Instytutaska, 11, Khmelnytsky, 29016, Ukraine)

Email: SokoliukG@ukr.net

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 сталою 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.

Особливості виходу компаній на зовнішній ринок у науковій літературі розглядаються в різних аспектах. Так, О. Канищенко [8], С. Тютюнникова, О. Кот, Р. Левін [17] розглядають маркетингове забезпечення як головне завдання при виході підприємств на зовнішні ринки. І. Каляжна та І. Гвоздецька [7] стверджують, що основою виходу на зовнішні ринки є конкурентоспроможний товар. А. Гайдук [4] та О. Ковтун [10] виділяють інноваційну складову конкурентоспроможності. С. Василюва [3], С. Плотніченко, І. Гаврилюк [12], В. Стадник [16] розглядають стратегію як головну можливість виходу підприємств на зовнішні ринки. Погоджуючись з викладеними вище підходами в цілому, доцільно зауважити, що лише їх поєднання надасть підприємству достатні для завоювання зовнішніх ринків конкурентні переваги.

Таким чином, 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. Хоча, наприклад, Н. Коваленко у своїй роботі [9] намагалась узагальнити існуючі рекомендації, проте поза її увагою залишились деякі чинники макроекономічного характеру, зокрема, вплив інтеграційних векторів держави.

Варто враховувати, що 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.

Метою статті є визначення основних проблем та можливостей забезпечення конкурентоспроможності

українських підприємств при виході на зовнішні ринки в умовах євроінтеграції.

Потреба виходу підприємств на зовнішні ринки може бути спричинена факторами виштовхування їх внутрішнім ринком та факторами втягування у світовий економічний простір [8, с. 56]. Фактори виштовхування обумовлюються неможливістю подальшої діяльності компанії на вітчизняному ринку через низькі ціни на продукцію, слідуванням за традиційними споживачами або ж обмеженнями з боку державної влади. Фактори втягування передбачають привабливість умов роботи на міжнародному ринку. Однак потрібно враховувати той факт, що при виході на зовнішні ринки діяльність підприємства не тільки ускладнюється під дією чинників нового середовища функціонування, які можуть бути загрозливими. За достатнього конкурентного потенціалу підприємства, наявності у нього необхідних ресурсів та здатності до швидкої адаптації можна цілком прогнозовано передбачити успішне входження підприємства на міжнародні ринки та утвердження на них.

Важливим аспектом того, як вітчизняні підприємства сприймаються іноземними контрагентами, є позиціонування України в міжнародних рейтингах. Так, за оцінкою всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum), індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index) України на початку 2015 року склав 4,15 [20], у результаті чого вона посіла 69 місце із 146 країн. За простотою ведення бізнесу (World Bank Doing Business) у 2015 році Україна посіла 93 місце з 186 [13]. У 2014 році за глобальним інноваційним індексом – 63 місце серед 143 країн, за індексом глобалізації – 44 з 206 та 155 серед 178 за індексом економічної свободи [19]. Така оцінка України за міжнародними рейтингами свідчить про низький рівень конкурентоспроможності нашої держави на світових ринках, що спричиняє певну недовіру до вітчизняних підприємств з боку іноземних контрагентів. У свою чергу, така недовіра ускладнює співпрацю вітчизняних підприємств з іноземними партнерами при їх виході на ринки відповідних країн.

Дослідження способів і форм входження на зовнішні ринки українських підприємств показало, що переважно вітчизняні підприємства використовують експортно-імпорتنі операції, міжнародні фінансові операції, товарообмінні (бартерні) операції, тобто ті операції, які не потребують значних інвестицій, тоді як експансія ринку України іноземними компаніями відбувається не лише за рахунок експорту готових товарів та послуг, але і за усіма можливими напрямками: це і створення спільних підприємств, і купівля вітчизняних підприємств іноземними резидентами, і відкриття фінансових установ, зокрема банків, і орендні операції, і організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів.

Разом з тим, як вірно зазначає Т. Алексеєва, в умовах зміни інтеграційних процесів суб'єктам господарювання необхідно не лише шукати нові способи виходу на зовнішні ринки, використовуючи визначені законом можливості здійснення зовнішніх операцій, але і нові підходи до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств, орієнтованих на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, реалізацію довгострокових стратегій розвитку

з метою отримання переваг у конкурентній боротьбі [1]. Не підлягає сумніву, що усебічне і ґрунтовне дослідження напрямку і сили впливу факторів зовнішнього середовища (мікро- і макrorівня) на зовнішньоекономічну діяльність підприємств сприятиме їх кращій адаптації до нових умов. Очевидно й те, що відмінність у структурі й рівнях мінливості зовнішнього середовища на ринках інших країн потребує і розробки відповідної стратегії. Водночас, розробка та реалізація стратегії входження вітчизняних підприємств

на ринки європейських країн забезпечить їх перехід на новий рівень розвитку, який визначить структурні зрушення в усіх сферах діяльності, поліпшить здатність гнучко реагувати на потреби ринку.

Оскільки основним результатом виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки є експорт їх продукції і послуг, проаналізуємо його структуру в розрізі ринків спрямування та товарів і в динаміці останніх п'яти років (табл. 1, 2).

Таблиця 1

Географічна структура експорту українських товарів та послуг*

	2010		2011		2012		2013		2014**	
	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%
Усього	63190	100,0	82186	100,0	82338	100,0	78148	100,0	65423	100,0
у т. ч. країни ЄС	16350	25,9	22074	26,9	21060	25,6	21733	27,8	20994	32,1
у т. ч. країни СНД	24354	38,5	32420	39,4	31314	38,0	28115	36,0	18916	28,9
Товари	51431	81,4	68394	83,2	68810	83,6	63312	81,0	53902	82,4
у т. ч. країни ЄС	13052	20,7	17970	21,9	17081	20,7	16759	21,4	17003	26,0
у т. ч. країни СНД	18744	29,7	26177	31,9	25303	30,7	22064	28,2	14882	22,7
Послуги	11759	18,6	13792	16,8	13528	16,4	14836	19,0	11521	17,6
у т. ч. країни ЄС	3298	5,2	4104	5,0	3979	4,8	4974	6,4	3991	6,1
у т. ч. країни СНД	5610	8,9	6243	7,6	6011	7,3	6051	7,7	4034	6,2

**Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя

* Розраховано автором на основі офіційних даних Державної служби статистики України [6]

З табл. 1 видно, що під впливом євроінтеграційних процесів відбувається зміна географічної структури українського експорту. Так, до 2013 року частка експорту до країн СНД була більшою, ніж до країн ЄС, а у 2014 році – навпаки. Зміна векторів експортних операцій найбільш чітко проявилася у 2013 році, коли частка експорту вітчизняних підприємств до країн СНД почала скорочуватися, в той час як частка експорту до країн ЄС – зростати. При цьому суттєво зменшились і обсяги експорту, які у 2012 році склали 82338 млн дол. США, а вже у 2014 лише 65423 млн дол. США. Переважно це відбувається за рахунок скорочення експорту до країн СНД: у 2014 році порівняно із 2012 обсяги загального експорту з України скоротились на 16915 млн дол. США, при цьому експорт до країн СНД скоротився на 12398 млн дол. США.

Зменшення обсягів експорту відбувається під впливом складної політичної та економічної ситуації в Україні, а також проведенням бойових дій на сході країни та окупацією частини територій Російською Федерацією. Так, дані Державної служби статистики України за 2014 рік наводяться без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя. Проте в цілому це має незначний вплив на зменшення обсягів експорту, оскільки за офіційними даними Державної служби статистики України частка експорту Автономної Республіки Крим та м. Севастополя у 2011 році складала 1,2 %, у 2013 – 1,6 % [6].

Аналіз структури експорту українських товарів показав, що найбільша частка припадає на: недорогоцінні метали та вироби з них (28,3 % у 2014 році), продукти рослинного походження (16,2 % у 2014 році), мінеральні продукти (11,3 % у 2014 році), машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (10,5 % у 2014 році), жири та олії тваринного або рослинного походження (7,1 % у 2014 році), готові харчові продукти (5,7 % у 2014 році), продукцію хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (5,7 % у 2014 році), засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби (2,7 % у 2014 році), частка кожної із окремих груп інших товарів становить менше 2 % (табл. 2).

Отже, у структурі експорту підприємств України основним продуктом є недорогоцінні метали та вироби з них. Частка та обсяги експорту даних товарів протягом 2011 – 2014 років скорочуються; така ситуація склалась у зв'язку із проблемами підприємств чорної металургії, адже зменшився видобуток і транспортування вугілля (що спричинено захопленням сепаратистами українських територій), окрім того, до початку воєнних дій на сході основним споживачем продукції металургії була Російська Федерація.

Значна частка експорту сільськогосподарської продукції свідчить про те, що вона також користується попитом на зовнішніх ринках і є достатньо конкурентоспроможною. Вирощування продуктів рослинництва – найбільш прибуткова сфера АПК України, яка користується

Товарна структура експорту України*

	2010		2011		2012		2013		2014	
	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%	млн дол. США	%
Усього	51431	100	68394	100	68810	100	63312	100	53902	100
Продукти рослинного походження	3976	7,7	5532	8,1	9214	13,4	8876	14,0	8736	16,2
Жири та олії тваринного або рослинного походження	2617	5,1	3396	5,0	4211	6,1	3507	5,5	3822	7,1
Готові харчові продукти	2571	5,0	2939	4,3	3494	5,1	3557	5,6	3096	5,7
Мінеральні продукти	6731	13,1	10260	15,0	7650	11,1	7495	11,8	6104	11,3
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	3479	6,8	5390	7,9	5059	7,4	4327	6,8	3054	5,7
Недорогоцінні метали та вироби з них	17333	33,7	22101	32,3	18890	27,5	17571	27,8	15229	28,3
Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	5670	11,0	6759	9,9	7027	10,2	6975	11,0	5657	10,5
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	3262	6,3	4855	7,1	5963	8,7	3344	5,3	1472	2,7
Інше	5790	11,3	7162	10,5	7301	10,6	7660	12,1	6731	12,5

* Розраховано автором на основі офіційних даних Державної служби статистики України [6]

значним попитом у інвесторів, адже (у зв'язку із значним рівнем ризиків ведення бізнесу в Україні) їх цікавлять саме такі види діяльності, де віддача від вкладеного капіталу є досить швидкою. Значний експортний потенціал сільськогосподарської продукції в Україні значною мірою сформувався за рахунок роботи агропромислових холдингів, які володіють значними ресурсами для обробітки землі і, як правило, займаються також переробкою продуктів рослинного походження. Проте їх діяльність має і певні негативні наслідки, адже в результаті порушення сівозміни, використання гібридного насіння та ядохімікатів відбувається виснаження земельних ресурсів, окрім того, вони витісняють дрібні фермерські господарства, при цьому абсолютно не цікавляться розбудовою інфраструктури села. Ці проблеми можуть поглибитися, якщо мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення, який діє в Україні до 1 січня 2016 року, не продовжать.

Протягом 2011 – 2014 років відбувається скорочення експорту мінеральних продуктів та продуктів хімічної промисловості. Це пояснюється зміною кон'юнктури світового ринку та зменшення поставок до Російської Федерації, яка до 2015 року була основним споживачем даних товарів.

Значною є частка експорту машинобудування, хоча через недостатню конкурентоспроможність та невідповідність розвитку світовим тенденціям дана продукція не дуже затребувана у країнах Європейського Союзу. Це пояснюється низьким інноваційним та ресурсним потенціалом машинобудування, що потребує значних вкладень для його підвищення. Як стверджує В. Стадник, ці проблеми можна було б вирішити за рахунок використання стратегії прямого інвестування, проте іноземні інвестори неохоче вкладають кошти у вітчизняне машинобудування, оскільки

це сфера діяльності із найбільшим інвестиційним ризиком через свою високу фондомісткість [16].

В цілому ж, 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.

На рис. 1 узагальнено основні проблеми, які не дають змоги повною мірою реалізувати експортний потенціал України. Виділені 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. В. Ф. Савченко, Є. В. Редька підкреслюють, що для ефективного включення у світовий економічний простір українським підприємствам необхідна підтримка держави, відображена у структурі макроекономічної політики [14]. Однак загроза частих змін урядових рішень змушує підприємства обирати власні напрями розвитку, опираючись лише на наявні ресурси і не враховувати національні потреби.

Важливим є і той факт, що однією з особливостей євроінтеграційних процесів є посилення конкуренції, тому за умов відкриття вітчизняних ринків для європейських компаній актуалізується проблема конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і на внутрішніх ринках. Саме нарощування стійких міжнародних конкурентних переваг

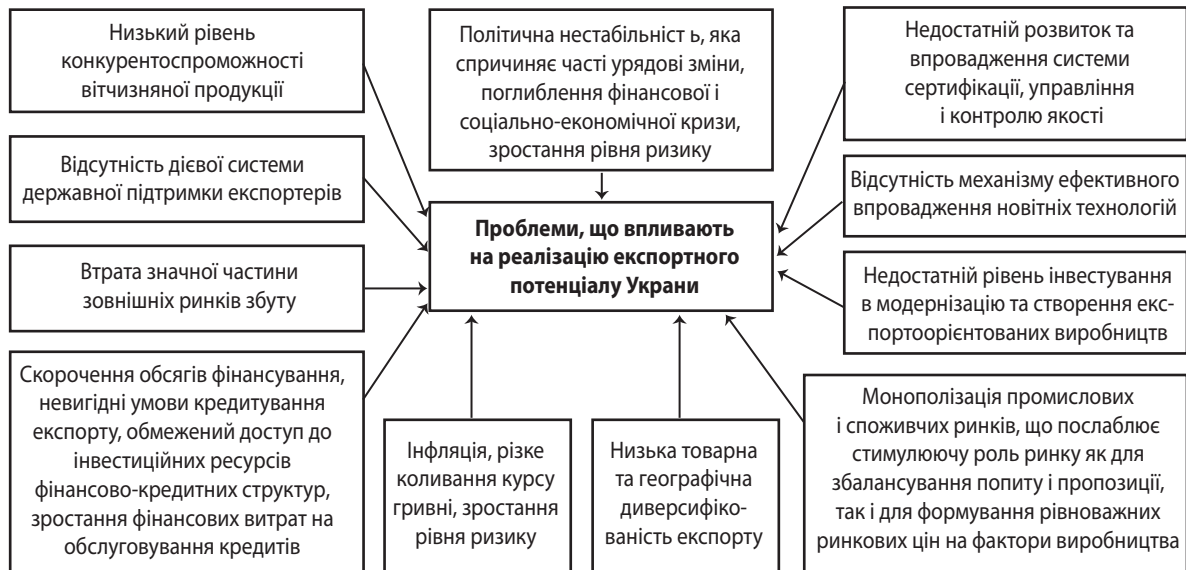


Рис. 1. Проблеми, що впливають на реалізацію експортного потенціалу України [узагальнено за 2; 5; 11]

українськими підприємствами забезпечити можливість захисту та протидії загрозам, що виникають перед ними у найближчому майбутньому.

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 [15, с. 51 – 52].

Зростання споживчої цінності продукції та послуг підприємства є основою забезпечення його конкурентоспроможності, при цьому здатність підприємства сформувати конкурентні переваги залежить від його інноваційного та ресурсного потенціалу. Достатній рівень інноваційного потенціалу забезпечить створення нових споживчих цінностей, що дозволить завоювати нові ринкові ніші, а наявність ресурсного потенціалу забезпечить спроможність своєчасно реагувати на збільшення попиту споживачів.

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 [15, с. 62].

Для забезпечення стійкості підприємства важливим є збір і систематизація даних про стан зовнішнього середовища. Це дозволить не лише будувати прогнози щодо зміни споживчих потреб та випереджати конкурентів у створенні

нової споживчої цінності, а й підвищить адаптивні можливості.

Економічна частини Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом має значний вплив на умови діяльності вітчизняних підприємств, тому варто розглянути її особливості. Угода передбачає поступове створення зони вільної торгівлі протягом перехідного періоду, що не перевищує 10 років [18, Ст. 25], важливим є те, що для України перехідний період триватиме до 10 років, тоді як зміна тарифного розкладу ЄС відбудеться одразу після набуття чинності Угодою [18, Ст. 29]. Це надасть можливість доступу вітчизняним підприємствам на об'ємний ринок ЄС на умовах нульового мита, тому їм варто нарощувати власну конкурентоспроможність на ринку ЄС, яка б забезпечила потрібний рівень споживчого попиту. Окрім того, свої ринки Україна відкриватиме поступово, тому вітчизняні підприємства матимуть час для посилення своїх конкурентних позицій і на внутрішньому ринку. Стаття 32 Угоди передбачає скасування експортних субсидій лише щодо сільськогосподарських товарів [18], тому Україна матиме змогу здійснювати державну підтримку експорту, що є досить важливим. Важливим також є те, що в Угоді прописано зобов'язання України здійснювати підтримку малого та середнього бізнесу, а також інноваційних компаній, які на даний момент на вітчизняному ринку майже не представлені. Українським підприємствам важливо вчасно використати перелічені вище можливості для завоювання європейських ринків та відстоювання своїх позицій на національному.

Висновки. 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. Дослідження можливостей реалізації такої моделі у машинобудуванні України і стане темою подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексєєва Т. І. Організаційно-економічний механізм забезпечення ЗЕД підприємства / Т. І. Алексєєва // 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. Васильєва С. І. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки / С. І. Васильєва, І. С. Кочевих // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (1). – С. 73 – 75.
4. Гайдук Л. А. Інновації як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств України / Л. А. Гайдук // Наукові праці НДФІ. – 2014. – Вип. 1. – С. 22 – 28.
5. Дмитренко Л. О. Посилення конкурентних позицій українських підприємств на світовому ринку машинобудування / Л. О. Дмитренко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 3. – С. 31 – 36.
6. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність // Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. 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.
8. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації : навчальний посібник / О. Л. Канищенко. – 2-ге вид., перероб. – К. : Вид-во «Політехніка», 2004. – 152 с.
9. Коваленко Н. В. Забезпечення конкурентоспроможності національних підприємств у світовій економіці : монографія / Н. В. Коваленко; НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Донбас. держ. техн. ун-т. – Донецьк; Алчевськ : ДонДТУ, 2010. – 426 с.
10. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації : монографія / О. І. Ковтун; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2013. – 351 с.
11. 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.
12. Плотніченко С. Р. Роль стратегічного планування при виході аграрних підприємств на зовнішній ринок / С. Р. Плотніченко, І. І. Гаврилюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4. – С. 148 – 150.
13. Рейтинги України // 20 хвилин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.20khvilyn.com/life/spravki/help_15544.html
14. Савченко В. Ф. Конкурентоспроможність українських підприємств на міжнародних ринках / В. Ф. Савченко, Є. В. Редька // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1 : Економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 70 – 77.
15. 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.
16. Стадник В. Стратегія прямого інвестування як основа виходу на зовнішні ринки машинобудівних підприємств / В. Стадник, Г. Мала // Зб. праць міжнар. наук.-практ. конференції «Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки України і її регіонів». Ч. 2. – Ужгородський УНУ, 2015. – С. 83 – 86.
17. 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. – 2010. – Вип. 2. – С. 393 – 399.
18. 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
19. Україна в світових рейтингах 2014 року (інфографіка) // Слово і діло [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.slovoidilo.ua/articles/6798/2015-01-12/ukraina-v-mirovyh-rejtingah-2014-infografika.html>
20. Ukraine – Global Competitiveness Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://countryeconomy.com/government/global-competitiveness-index/ukraine>

REFERENCES

- Aleksieieva, T. I. "Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia ZED pidpriemstva" [Organizational-economic mechanism FEA software company]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 7 (981) (2013): 3-9.
- Arapova, O., Peschanska, V., and Smorodinova, A. "Derzhavne stymulivannia eksportu ukrainskykh pidpriemstv" [State promotion of export of Ukrainian companies]. *Naukovyi visnyk ONEU*, no. 9 (2014): 4-13.
- Dmytrenko, L. O. "Posylennia konkurentnykh pozytsii ukrainskykh pidpriemstv na svitovomu rynku mashynobuduvannia" [Strengthening the competitive position of Ukrainian enterprises in the world market of engineering]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 3 (2011): 31-36.
- "Ekonomichna statystyka. Zovnishnyekonomichna diialnist" [The economic statistics. Foreign economic activity]. *Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy*. <http://www.ukrstat.gov.ua>
- Haiduk, L. A. "Innovatsii iak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv Ukrainy" [Innovation as a factor of competitiveness of enterprises in Ukraine]. *Naukovi pratsi NDFI*, no. 1 (2014): 22-28.
- Kaliuzhna, I. Yu., and Hvozdetzka, I. V. "Konkurentospromozhnyi tovar - osnova uspishnoho vykhodu na zovnishnii rynek" [Competitive products - the basis of successful entry to foreign markets]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 3 (2) (2014): 146-149.

Kanishchenko, O. L. Mizhnarodnyi marketynh: Teoriia i hospodarski sytuatsii [International Marketing: Theory and economic situation]. Kyiv: Politekhnik, 2004.

Kovalenko, N. V. Zabezpechennia konkurentospromozhnosti natsionalnykh pidpriemstv u svitovii ekonomitsi [Ensuring the competitiveness of domestic enterprises in the global economy]. Donetsk; Alchevsk: DonDTU, 2010.

Kovtun, O. I. Innovatsiini stratehii v systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti dlia vitchyznianykh pidpriemstv: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannia ta realizatsii [Innovative strategies in the system of competitiveness for domestic enterprises: theoretical and methodological principles of formation and implementation]. Lviv: Vyd-vo Lvivskoi komertsii noi akademii, 2013.

Mnykh, O. B. "Poshuk novykh vektoriv rozvytku biznesu dlia ukrainskykh mashynobudivnykh pidpriemstv v umovakh kryzy" [Search for new vectors of business development for Ukrainian machine building enterprises in a crisis]. Upravlinnia rozvytkom, no. 2 (2015): 54-60.

Plotnichenko, S. R., and Havryliuk, I. I. "Rol stratehichnoho planuvannia pry vykhodi ahrarnykh pidpriemstv na zovnishnii rynok" [The role of strategic planning at the output of agricultural enterprises to foreign markets]. Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky), no. 4 (2014): 148-150.

"Reitynhy Ukrainy" [Ratings of Ukraine]. http://www.20khvylyn.com/life/spravki/help_15544.html

Savchenko, V. F., and Redka, Ye. V. "Konkurentospromozhnist ukrainskykh pidpriemstv na mizhnarodnykh rynkakh" [The competitiveness of Ukrainian enterprises in international markets]. Naukovyi visnyk Chernihivskoho derzhavnoho instytutu ekonomiky i upravlinnia. Serii 1 : Ekonomika, no. 3 (2014): 70-77.

Stadnyk, V. V., Yokhna, M. A., and Sokoliuk, H. O. Stratehiia dyversyfikatsii v upravlinni mizhnarodnoi konkurentospromozhnosti pidpriemstva [The strategy of diversification in managing the international competitiveness of the enterprise]. Khmelnytskyi: PP Honta A. S., 2013.

Stadnyk, V., and Mala, H. "Stratehiia priamoho investuvannia iak osnova vykhodu na zovnishni rynky mashynobudivnykh pidpriemstv" [The strategy of direct investment as a basis for entering foreign markets engineering enterprises]. Perspektyvy stabilnoho ekonomichnoho rozvytku ta ekonomichnoi bezpeky Ukrainy i ii rehioniv. Uzhhorod: Uzhhorodskiy UNU, 2015.83-86.

Tiutiunykova, S. V., Kot, O. V., and Levin, R. V. "Teoretychni osnovy formuvannia marketynhovoii stratehii vitchyznianykh pidpriemstv u razi vykhodu na zovnishnii rynok" [Theoretical Foundations of marketing strategy of domestic enterprises in the event of the external market]. Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh, no. 2 (2010): 393-399.

"Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta IEvropaiskym Soiuzom, IEvropaiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i ikhnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony" [The Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their Member States, on the other side]. http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011

"Ukraina v svitovykh reitynhakh 2014 roku (infohrafika)" [Ukraine in the world rankings in 2014 (infographics)]. Slovo i dilo. <http://www.slovoidilo.ua/articles/6798/2015-01-12/ukraina-v-mirovyh-rejtingah-2014-infohrafika.html>

"Ukraine - Global Competitiveness Index" <http://countryeconomy.com/government/global-competitiveness-index/ukraine>

Vasyliava, S. I., and Kochevykh, I. S. "Stratehiia vykhodu pidpriemstva na zovnishni rynky" [Exit strategy on foreign markets]. Molodyi vchenyi, no. 5 (1) (2014): 73-75.