

УДК 339.564+629.463

Н.О. ПЕРЕВОЗЧИКОВА, канд. екон. наук, доцент

О.О. ЛУКАШОВА, аспірант

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», м. Красноармійськ

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА ПРИ ПРОВЕДЕННІ ОЦІНКИ АДАПТАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ключові слова: зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, експортна стратегія, адаптаційний потенціал.

У статті наведено результати експертного оцінювання внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на формування експортної стратегії машинобудівних (вагонобудівних) підприємств. Визначено основні групи факторів, що стримують її розвиток.

На сьогодні підприємства машинобудівної галузі України функціонують у динамічному середовищі, що має високий ступінь невизначеності, зумовлений дією значної кількості різноманітних факторів. Через це вони постають перед необхідністю оцінювати, враховувати, передбачати майбутні зміни оточуючого середовища, формувати довгострокові цілі та розробляти стратегії, адекватні реаліям, що склалися.

Беручи до уваги те, що машинобудування є переважно експортоорієнтованою галуззю, актуалізується необхідність визначення факторів оточуючого середовища, що безпосередньо впливають на формування в цих умовах експортних стратегій машинобудівних (у т.ч. вагонобудівних) підприємств. Виходячи з цього, виникає необхідність систематизації та визначення факторів, що чинять вплив на формування експортної стратегії машинобудівного (вагонобудівного) підприємства.

Дослідженню оточуючого середовища та факторів, що впливають на діяльність підприємства, присвячено праці таких науковців, як О. Головень, С. Дзюба, В. Дорофєєва [8], М. Ібрагімова, С. Лепеха, К. Селєннова, А. Фатенко-Ткачук [4], О. Шведчиков та ін. [2, 5, 9]. Проте деякі питання щодо аналізу факторів, які безпосередньо впливають на формування експортної стратегії підприємства, потребують подальшого глибокого дослідження.

Мета статті полягає у проведенні аналізу факторів, що впливають на формування експортної стратегії вагонобудівного підприємства, і визначенні найбільш вагомих підгруп, що мають враховуватися у процесі оцінки його адаптаційного потенціалу.

Під факторами впливу на експортну стратегію пропонуємо розуміти комплекс умов або окремі явища і процеси, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємства як у країні походження, так і у країні перебування й характеризують його поведінку на зовнішніх ринках, визначаючи економічні результати такої діяльності. Ці фактори, у свою чергу, поділяються на фактори зовнішнього і внутрішнього мікрота макросередовища (рис. 1).

Відзначимо, що внутрішнє середовище підприємства представляє собою сукупність вбудованих елементів, які визначають здатність і ступінь його інтеграції в зовнішнє середовище. Воно має декілька площин, стан яких у сукупності визначає потенціал і можливості підприємства [1, 2]. Внутрішнє середовище можна розглядати як у статичному стані, виділяючи структуру, цілі, завдання підприємства, працівників, технології, що застосовуються у виробництві, а також фінансові, інформаційні ресурси й організаційну культуру, так і в динаміці, вивчаючи процеси, що протікають під дією низки факторів.

У свою чергу, зовнішнє середовище являє собою сукупність елементів, умов, факторів і сил, які ззовні впливають на підприємство, тим самим змінюючи його поведінку. У ринковій економіці зовнішнє середовище є достатньо динамічним, тому його вивчення дозволяє підприємству перебудовувати свою внутрішню структуру, адаптуватися до мінливих умов, що в цілому забезпечує конкурентоспроможність та ефективність функціонування [2, с. 12]. Зовнішнє середовище підприємства також є джерелом ресурсів, необхідних для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні. Підприємство знаходиться у стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи можливість виживання у складних або кризових умовах. Але ресурси зовнішнього середовища не безмежні, крім того, на них претендують багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Тому завжди існує вірогідність, що підприємство не зможе одержати потрібні ресурси із зовнішнього середовища, а це може послабити його потенціал і призвести до бага-

тьох негативних наслідків [1], адже, на відміну від внутрішніх факторів, що виникають у процесі діяльності підприємства, зовнішні існують незалежно від неї, причому само підприємство не в змозі впливати на них, або його вплив дуже обмежений [3, с. 86].

Отже, зовнішнє середовище підприємства складається з великої кількості факторів, врахувати які у повному обсязі практично неможливо. Крім того, не всі фактори зовнішнього середовища впливають на формування експортної стратегії підприємства. Тому виникає необхідність обмеження поняття зовнішнього середовища тільки тими факторами, які суттєво впливають на її успіх. Однак такий вплив характеризується [1]:

1) складністю, тобто кількістю і різноманітністю факторів впливу: чим більше число змінних, тим більше складність і неоднозначність впливу зовнішнього середовища на експортну стратегію підприємства;

2) взаємозалежністю або ступенем пов'язаності факторів, які взаємодіють (наприклад, у підприємств, що працюють з використанням комплектувальних деталей, одержуваних від зовнішніх партнерів, ступінь залежності від зовнішніх факторів буде вищою, ніж при виробництві цих деталей на власному підприємстві);

3) невизначеністю, яка характеризується непередбачуваним, випадковим характером багатьох процесів, які супроводжують бізнес і менеджмент, і динамічністю, яка характеризується швидкістю зміни факторів зовнішнього середовища підприємства.

Одним із раціональних методів виявлення факторів, які мають суттєвий вплив і повинні

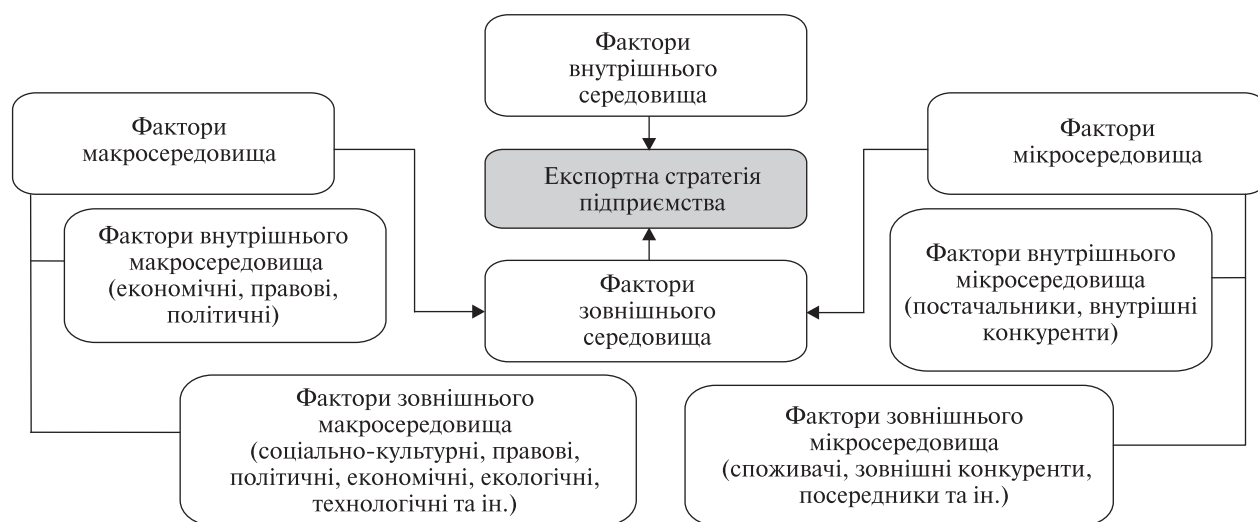


Рис. 1. Узагальнена класифікація факторів впливу на експортну стратегію підприємства

ТАБЛИЦЯ 1. Рейтинг вагонобудівних підприємств СНД [6]

Рейтинг	Підприємство	Країна	Обсяг виробництва, тис. шт.						Частка ринку, %	
			Всього	у тому числі						
				Напіввагон	Цистерна	Вагонхопер	Платформа	Критий вагон		Думпкар
1	ВАТ «НПК «Уралвагонзавод»	Росія	27,90	21,50	6,07		0,22		0,12	22,83
2	ПАТ «Азовзагальмаш»	Україна	15,39	5,18	9,86	0,03		0,32		12,60
3	ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	Україна	10,57	7,82		1,84		0,90		8,65
4	ВАТ «Алтайвагон»	Росія	8,62	2,92	1,32		1,02	3,35		7,05
5	ПАТ «Дніпровагонмаш»	Україна	6,35	5,29		0,93	0,13			5,20
6	ВАТ «Завод металоконструкцій», м. Енгельс	Росія	5,53	3,96			1,56			4,52
7	ЗАТ «Промтрактор-Вагон»	Росія	5,45	5,30			0,15			4,46
8	ВАТ «Русхіммаш»	Росія	5,28	2,26	2,44	0,58				4,32
9	ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод»	Україна	5,06	2,79		1,69	0,40		0,18	4,14
10	ЗАТ УК «Брянський машинобудівний завод»	Росія	4,45	2,57		1,88				3,64
11	ВАТ «Новокузнецький вагонобудівний завод»	Росія	3,62	3,62						2,96
12	СЗАТ «Могільовський вагонобудівний завод»	Білорусь	2,62	1,78		0,84				2,14
13	ВАТ «Трансмаш», м. Енгельс	Росія	2,17			0,14	2,03			1,78
14	ТДВ «Попаснянський вагоноремонтний завод»	Україна	2,13	2,13						1,74
15	ПАТ «Полтавхіммаш»	Україна	1,94		1,94					1,59
16	ВАТ «Рославльський вагоноремонтний завод»	Росія	1,91	1,66			0,25			1,57
17	ПАТ «Дизельний завод», м. Кривий Ріг	Україна	1,84	1,70		0,12			0,02	1,50
18	ТОВ «Казахстанська вагонобудівельна компанія»	Казахстан	1,70	1,70						1,39
19	ВАТ «Армавірський завод важкого машинобудування»	Росія	1,63	0,47				1,16		1,34
20	ВАТ «Барнаулський вагоноремонтний завод»	Росія	1,50	1,50						1,22
21	ЗАТ «Тихвінський вагонобудівний завод»	Росія	1,12	1,12						0,92
22	ДП «Укрспецвагон»	Україна	0,82	0,82						0,67
23	ТОВ «Трансмаш», м. Кривий Ріг	Україна	0,75	0,74					0,01	0,61
24	ТОВ «Орський вагонний завод»	Росія	0,74	0,74						0,61
25	ДП «Стрийський вагоноремонтний завод»	Україна	0,43	0,43						0,35
26	«Людиновський машинобудівний завод»	Росія	0,41			0,41				0,34
27	ТОВ «Горнотранспортна компанія», м. Кривий Ріг	Україна	0,27						0,27	0,22
28	АТ «ЗИКСТО»	Казахстан	0,26	0,04		0,20	0,02			0,21
29	ПАТ «Дніпровагонремстрой»	Україна	0,25	0,25						0,20
30	ВАТ «Ярославський вагоноремонтний завод»	Росія	0,24			0,24				0,19

Рей- тинг	Підприємство	Країна	Обсяг виробництва, тис. шт.						Частка ринку, %	
			Всього	у тому числі						
				Напів- вагон	Цис- терна	Вагон- хопер	Плат- форма	Критий вагон		Думп- кар
31	ТОВ «ВО «Вагонмаш»	Росія	0,20	0,20						0,16
32	Філія ТОВ «Техкомплекс»	Росія	0,17	0,17						0,14
33	ДП «Андижанський механічний завод»	Узбекистан	0,16		0,16					0,13
34	ТОВ «Калінінградський вагонобудівельний завод»	Росія	0,15						0,15	0,13
35	ДП «Дарницький вагоноремонтний завод»	Україна	0,15	0,15						0,12
36	ДП «Литейно-механічний завод»	Узбекистан	0,10	0,04				0,06		0,08
37	ПАТ «Донецький металургійний завод»	Україна	0,07	0,07						0,06
38	ПАТ «Верхньодніпровський машинобудівний завод»	Україна	0,06			0,03	0,02		0,01	0,05
39	ВАТ «Уралкріомаш»	Росія	0,05		0,05					0,04
40	ОМЗ «Карпати»	Україна	0,04	0,04						0,03
41	ТОВ «Вагонобудівник», м. Тбілісі	Грузія	0,04		0,04					0,03
42	СЗАО «Осиповічський вагонобудівний завод»	Білорусь	0,03		0,03					0,03
43	ВАТ «Абаканвагонмаш»	Росія	0,03				0,03			0,02
44	ТОВ «Медпром», м. Кривий Ріг	Україна	0,01						0,01	0,01
45	ВАТ «Саранський вагоноремонтний завод»	Росія	0,01		0,01					0,01
	Разом		122,19	78,96	21,91	8,92	5,83	5,80	0,77	100,0

Примітка. Дані за 2012 р.

враховуватися при формуванні експортної стратегії машинобудівних підприємств України, є метод експертних оцінок, суть якого полягає у проведенні інтуїтивно-логічного аналізу в поєднанні з кількісними методами оцінки й обробки. Особливістю методу експертних оцінок є те, що він проводиться на науковій основі й обробка результатів опитування експертів здійснюється за допомогою методів математичної статистики [4].

Визначення факторів, що найбільше впливають на експортну стратегію машинобудівних підприємств України, за допомогою експертних оцінок здійснюється за такими етапами [4]: формування мети експертного опитування; підготовка анкети; визначення чисельності та складу експертів; опитування експертів; обробка й аналіз результатів експертного опитування. А саме: визначення факторів, що найбільше впливають на експортну стратегію машинобудівних підприємств України та порівняння визначених

факторів із факторами, що впливають на експортну стратегію машинобудівних підприємств Росії, які спеціалізуються на випуску аналогічної продукції.

Мета опитування експертів полягала у визначенні серед факторів основних, тобто тих, які на думку експертів більшою мірою впливають на формування експортної стратегії кожного обраного машинобудівного (вагонобудівного) підприємства України та Росії.

Для отримання експертних оцінок використовується анкетне опитування. В якості експертів обрано працівників досліджуваних підприємств, яким було запропоновано дати відповіді на запитання щодо оцінки впливу різних видів факторів на експортну стратегію машинобудівних підприємств України та Росії. Анкети надсилали у відповідні підрозділи підприємств із проханням до компетентних працівників відповіді на поставлені запитання.

ТАБЛИЦЯ 2. Узагальнені результати опитування експертів

Групи факторів	Підгрупи факторів	Оцінки експертів						
		Україна				Росія		
		ПАТ «Азовзагальмаш»	ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	ПАТ «Дніпровагонмаш»	ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод»	ВАТ «НПК «Уралвагонзавод»	ВАТ «Алтайвагон»	ВАТ «Русхім-маш»
Внутрішні фактори	Інституційні	1,00	1,33	0,78	1,09	1,70	2,07	1,52
	Ресурсні	1,83	1,56	1,44	1,37	1,35	1,45	1,48
	Виробничі	1,83	1,72	1,35	1,34	1,56	1,74	1,47
	Технологічні	1,67	1,44	1,48	1,83	1,94	1,76	1,81
	Інформаційні	3,00	2,67	3,00	3,00	3,00	2,67	2,89
Середнє значення по групі		1,87	1,78	1,61	1,70	1,90	1,93	1,83
Фактори внутрішнього мікросередовища	Постачальники сировини та матеріалів	2,25	2,25	2,08	2,36	2,45	2,32	2,44
	Внутрішні конкуренти	-0,50	-0,28	-1,09	-1,70	-1,23	-1,08	-0,91
Середнє значення по групі		0,875	0,986	0,495	0,332	0,611	0,620	0,762
Фактори внутрішнього макросередовища	Економічні	-0,333	0,111	0,148	-0,173	0,053	0,240	-0,142
	Правові	1,250	0,917	1,139	0,713	0,571	0,524	0,175
	Політичні	0,400	0,600	0,533	0,044	0,948	1,183	1,063
Середнє значення по групі		0,439	0,543	0,607	0,195	0,524	0,649	0,365
Фактори зовнішнього мікросередовища	Споживачі	2,400	2,333	2,244	2,148	2,316	2,305	2,235
	Зовнішні конкуренти	-0,750	-1,250	0,098	-1,217	-1,739	-0,813	-1,604
	Посередники	2,500	2,278	2,426	2,031	1,788	1,707	1,680
Середнє значення по групі		1,439	1,139	1,590	0,987	0,788	1,412	0,885
Фактори зовнішнього макросередовища	Соціально-культурні	0,750	0,750	0,917	0,639	0,713	0,904	0,801
	Правові	0,500	0,167	0,056	0,352	0,617	0,539	0,180
	Політичні	0,208	0,292	-0,181	-0,032	0,128	0,043	0,264
	Екологічні	-0,250	0,250	0,583	0,028	0,676	1,000	1,000
	Технологічні	-0,333	-0,111	0,333	0,333	0,333	0,333	0,333
Середнє значення по групі		-2,750	-2,417	-2,806	-2,602	-2,367	-2,500	-2,167
Середнє значення по групі		-0,313	-0,178	-0,183	-0,214	0,017	0,053	0,069

Усього у вагонобудівній галузі України працюють 18 великих і середніх підприємств. Найбільшими виробниками вагонів в Україні є чотири, які виробляють до 90 % всієї продукції [5, с. 149]: ПАТ «Азовзагальмаш», ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Дніпровагонмаш», ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод». Названі підприємства посідають провідні місця у рейтингу вагонобудівних підприємств СНД (табл. 1).

Спираючись на дані табл. 1, було визначено основних конкурентів як на внутрішньому рин-

ку, так і на ринку СНД. Слід відзначити, що ПАТ «Азовзагальмаш», ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», ПАТ «Стаханівський вагонобудівний завод» та ПАТ «Дніпровагонмаш» займають близько 40 % загального виробництва вагонів у СНД. Крім того, згідно з дослідженням видання «Інвестгазета» [7], два підприємства, що здійснюють виробництво вагонів, — ПАТ «Азовзагальмаш», обсяг експорту якого складає 9,2 млрд грн (займає перше місце в рейтингу за обсягом експорту) і ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» із обсягом експорту 6,5 млрд грн

- ваг / Н.П. Ткачова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». — Сер. Технічний прогрес і ефективність виробництва. — 2011. — № 25. — С. 138—150.
6. *Годовой отчет* Новокузнецкого вагоностроительного завода за 2012 год [Электронный ресурс] / Центр раскрытия корпоративной информации. — Режим доступа : <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=14137&type=2>.
7. *Названы крупнейшие несырьевые экспортеры Украины* [Электронный ресурс] // Финансовая защита. Новости экономики и бизнеса. — Режим доступа : <http://finzah.com.ua/100/news5535>.
8. *Дорофеева В.* Формирование системы адаптационного менеджмента предприятий обрабатывающей промышленности : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / В. Дорофеева. — Иркутск, 2014. — 330 с.
9. *Болотов С.П.* Оценка внешней среды и адаптация предприятия к рыночным условиям [Электронный ресурс] / С.П. Болотов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2010. — № 4. — Режим доступа : <http://koet.syktu.ru/vestnik/2010/2010-4/1/1.htm>.
10. *Смолін І.В.* Принципи та форми адаптації організації до змін зовнішнього ринкового середовища / І.В. Смолін // Статистика України. — 2004. — № 1. — С. 87—90.

Надійшла 23.09.2014

Н.А. Перевозчикова, Е.А. Лукашова

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет», г. Красноармейск

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОЦЕНКИ АДАПТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье приведены результаты экспертного оценивания внутренних и внешних факторов, влияющих на формирование экспортной стратегии машиностроительных (вагоностроительных) предприятий. Определены основные группы факторов, сдерживающих ее развитие.

Ключевые слова: внешняя среда, внутренняя среда, экспортная стратегия, адаптационный потенциал.

Perevozchikova N.O., Lukashova O.O.

State Higher Education Establishment University «Donetsk National Technical University»

ANALYSIS OF EXTERNAL ENVIRONMENT FACTORS IN ASSESSING THE ADAPTIVE POTENTIAL OF A MACHINE-BUILDING COMPANY

The article describes the results of expert evaluation of internal and external factors that influence the formation of export strategy for machine-building (railway car building) companies and identifies main groups of factors that hinder its development.

Key words: environment, internal environment, export strategy, adaptive potential.