

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РИНКІВ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

УДК 005.21:005.511:621

Гачек А. Р., студентка 1 ОС магістр
факультету економіки і права
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Діяльність підприємств, які займаються виготовленням специфічних видів продукції схильна до банкрутства. Багато з цих підприємств не можуть функціонувати на вітчизняному ринку і найчастіше планують свою діяльність в інших країнах, де є попит на їх продукцію. Необхідною складовою управління цими підприємствами є визначення можливих причин їх нестійкого функціонування.

Проблемами планування ринків збуту займалися більшість вітчизняних вчених, а саме Афанасьєв Б. В. [1], Кондратенко О. В. [2], Карачина Н. П. [3], Троц І. В. [4] на інші.

Дивлячись як успішно функціонують деякі підприємства машинобудування, а саме космічної галузі країни, виникає необхідність аналізу таких складових їх діяльності, як стратегія, планування, контроль тощо, які є невід'ємною частиною стабільного та чіткого функціонування підприємств.

Метою роботи є дослідження та характеристика діяльності підприємств машинобудування, а саме космічна галузь, визначення стратегічних напрямків його збутовій діяльності.

Стратегія, згідно Р. Фатхутдінова, – це програма, генеральний курс компанії по досягненню стратегічних цілей у певній галузі діяльності [5].

Планування – це формалізована процедура, спрямована на отримання чітко визначеного результату, яка має форму інтегрованої системи рішень.

Виходячи з цього, стратегічне планування – це діяльність спрямована на формування цілей та стратегій через зіставлення існуючої зовнішньо-економічної ситуації та наявних ресурсів на підприємстві.

Розглядаючи наявну ситуацію підприємств машинобудування слід зазначити, що більшість підприємств є державними та займається виготовленням специфічної продукції такої, як системи управління ракет-носіїв, космічних апаратів. На даний час ця галузь знаходиться у кризовому стані та їх діяльність є збитковою. В такому стані підприємства перебуває близько 4 років, основна причина спаду у діяльності є економічні та політичні обмеження [6].

Аналіз «Стратегії розвитку космічної діяльності України» на період до 2020 року, дозволяє зробити висновок, що діяльність підприємств космічної галузі залишиться майже без змін, оскільки в сегменті космічних апаратів головний наголос робиться на завершення виробництва космічних апаратів попередніх модифікацій. А впровадження сучасних технологій виготовлення продукції буде йти надто повільними темпами [6].

Дослідження показали, що до сфери космічної діяльності практично не залучались інші міністерства та відомства, підприємства інших галузей економіки. Причиною цього є орієнтація підприємств галузі на фінансування за рахунок державного бюджету або залучення кредитів під державні гарантії, що в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів не дозволяє забезпечити достатнє фінансування. Такий стан справ не дає змоги підприємству стати локомотивом інноваційного розвитку економіки країни [6].

Політичні та економічні обмеження перекрили всі можливі варіанти експорту продукції підприємств, що значно відобразилося на їх діяльності.

В цілому підприємства космічної галузі України збільшили обсяги виробництва товарної продукції (в порівняних цінах) на 47,0%, а обсяги реалізації продукції – на 39,6% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Фактором зростання виробництва і реалізації продукції космічної галузі стало розширення ринків збуту [7].

При аналізі ринків збуту підприємств машинобудування були розглянуті як вітчизняні, так і іноземні ринки та виявлено багато недоліків

діяльності у зв'язку з ситуацією в країні, оскільки основним ринком збуту для більшості підприємств була Російська Федерація.

Кризова ситуація в Україні наклала відбиток на питаннях пошуку нових потенційних ринків зі співробітництва в космічних питаннях, однак, незважаючи на все, Україна сьогодні продовжує співпрацю з Росією в міжнародних космічних програмах, які використовуються в мирних цілях. Прикладом цього є забезпечення реалізації Україною міжнародних пілотованих програм з космодрому «Байконур»[7].

Розглянемо країни, які можуть бути потенційними покупцями продукції підприємств космічної галузі. В табл. 1. наведені основні ніші збуту продукції підприємств, які займаються виготовленням космічних апаратів.

Таблиця 1

Основні ніші збуту продукції

Країни	Польща	Ізраїль	Китай	Україні	Казахстан
Державна програма	1	1	1	1	1
Системи управління	2	1	1	1	2
Експерименти	2	1	1	1	1
Створення ракет-носіїв	2	1	1	1	2
Супутник ДЗЗ	1	3	2	1	2
Наукові випробування	2	3	1	1	1
Спільні проекти	2	3	2	1	1
1 - Є на ринку	2 - Є можливість		3 - Немає на ринку		

З аналізу виявлено, що вільні ніші є в Польщі, яка реально може стати ринком збуту для багатьох підприємств машинобудування України. На даний момент підприємства у зв'язку з проведенням співпраці з Польщею можуть зайняти до 5 – 7% її ринку.

На сьогодні розглядається залучення польських промислових і фінансових ресурсів до проекту зі створення супутника дистанційного зондування землі (ДЗЗ) з урахуванням того, що в українській космічній програмі передбачено створення такого супутника у 2017 року і його

запуск в 2018 році. Польща має намір приєднатися до проекту, маючи обладнання, яке може бути використано на ДЗЗ – супутнику [7].

Польські партнери також розуміють, що наземні інструменти, які є в країнах, можна спільно використовувати в наукових цілях. Вихід на їх ринок може бути успішним, оскільки у Польщі є капітал для розвитку цієї сфери, проте мало досвіду у виробництві таких товарів.

В основу подальшої діяльності підприємства має бути покладений стратегічний напрям – пошук та вихід на нові ринки, оскільки виробництво продукції космічної галузі потребує розвитку та реалізації відповідних заходів.

Підприємство функціонує на ринку досить тривалий час, тому пошук нових інвесторів та вихід на нові ринки не буде надто складним процесом, оскільки довіра та роки співпраці з іншими країнами дозволять розвиватися підприємству в цьому напрямку.

Таким чином, автором було досліджено головні проблеми у діяльності підприємств космічної галузі та визначені основні можливості покращення ситуації для українських підприємств, в основі якої полягає співпраця з польськими покупцями та спільна виробнича діяльність, що у свою чергу допоможе підприємствам вийти з кризового стану, адже вони мають велике стратегічне значення для країни та світу.

Перспективами подальших досліджень буде пошук потенційних замовників великомасштабних проектів та підвищення долі ринку українських підприємств в інших країнах.

Література

1. Афанасьєв Б. В. Економіка підприємств машинобудування України: сучасний стан та перспективи розвитку / Б. В. Афанасьєв // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 8. – Ч. 7. – С. 71 – 74.
2. Кондратенко О. В. Продуктовий аспект управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств / О. В. Кондратенко. – Київ: КПІ, 2011. – № 9. – С. 121 – 125.

3. Карачина Н.П. Машинобудування України: сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку за умов економічної кризи / Н. П. Карачина // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 647. – С. 64 – 70.

4. Троц І. В. Сучасний стан діяльності та перспективи розвитку підприємств машинобудування України / І. В. Троц // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9(34). – Ч. 2. – С. 523 – 529.

5. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. С. Довгань. – К. : УВПК Ексоб., 2011. – С. 428 – 429.

6. Сайт Державного космічного агентства України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.nkau.gov.ua/>

7. Сайт РБК – Україна [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/news/predpriyatiya-kosmicheskoy-otrasli-ukrainy-1469698280.html>

Науковий керівник
проф., д.е.н.

Фесенко І. А.

Опубліковано в авторській редакції