

22. Економічна енциклопедія / Відповідальний редактор С. В. Мочерний. — К.: Видавничий центр «Академія». — Т. 1, 2000. — 863 с.; Т. 2, 2001. — 847 с.; Т. 3, 2002. — 952 с.

23. *Наумова В. С.* Методологічні основи аналізу ефективності стратегії міжнародного маркетингу // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Зб. наук. праць. Вип. 24. — Ч. I. — К.: Київський університет, 2000. — С. 120–130.

24. *Сушко О. В.* Маркетингова стратегія підприємств сфери ресторанного бізнесу // Прометей: Рег. зб. наук. праць з економіки. — Донецьк: ДЕГІ, 2005. — Вип. 3(18). — С. 192–196.

25. Ефективність управління товарними запасами у підприємствах роздрібно́ї торгівлі: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / О. А. Круглова; Харк. держ. акад. технології та орг. харчування. — Х., 2002. — 17 с.

26. *Павлов Д. М.* Ефективність системи органів державного управління: поняття, умови та критерії оцінки // Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ України. — К.: НАВСУ, 2003. — №1. — С. 217–223.

27. *Маслова Н. О.* Маркетингові дослідження ефективності реклами комерційних банків // Зб. наук. праць Міжнар. акад. управління персоналом. — 2003. — № 9. — С. 93–96.

28. Економічна ефективність виробництва підприємств бурякоцукрового підкомплексу АПК: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / І. В. Левицька; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2004. — 20 с.

29. *Семенюк Л. П.* Проблеми ефективності банківського бізнесу та шляхи їх розв'язання // Вісник Української академії банківської справи. — 2003. — № 2 (15) — С. 71–74.

Стаття надійшла до редакції 23.05.2009 р.

УДК 339.132.2

Т. В. Сакалош, НТУУ «Київський політехнічний інститут»

ЕКСПОРТНІ МОЖЛИВОСТІ ВИРОБНИКІВ РАДІОЕЛЕКТРОННОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

1. Місце країни в системі світогосподарських зв'язків значною мірою визначається можливостями науково-технічного розвитку високотехнологічних галузей промисловості.

Значна наукомісткість та швидкий темп оновлення виробничо-технологічних процесів, які притаманні високотехнологічним галузям, за умови конверсії 80-х років, значного зниження обся-

гів виробництва 90-х років XX ст. та дефіциту фінансових ресурсів у галузях на початку XXI ст. в Україні призвели до невідповідності можливостей експортувати вітчизняну наукомістку продукцію вимогам і потребам споживачів на іноземних ринках.

2. Вітчизняна радіоелектронна промисловість представлена 312 підприємствами та організаціями, у тому числі 234 промислових та науково-виробничих підприємств, 78 наукових організацій, з яких — 74 державних та 238 колективної форми власності. Чисельність працюючих у галузі складає близько 85 тис. чол. Обсяг експорту продукції у галузі у 2007 р. становив 630,0 млн грн (62,5 % від обсягу реалізованої продукції).

У грошовому вимірі зростання обсягів реалізації (у тому числі експорт) радіоелектронної продукції демонструють позитивну динаміку. Проте їх темпи у натуральному вимірі характеризують значний занепад виробничого потенціалу галузі.

3. Фактори, які впливають на експортний потенціал вітчизняних виробників радіоелектронної продукції, виступають: втрата ринків збуту радіоелектронного обладнання здебільшого за рахунок низького внутрішнього попиту з боку підприємств приладобудування (низькі обсяги виробництва приладів протягом 90-х років), у той час як сучасне виробництво інформаційно-комунікаційного обладнання, на яке існує найбільший попит в Україні, здійснюється на імпортній компонентній базі та радіоелектронних пристроях; скорочення зовнішніх замовлень з боку партнерів, з якими протягом десятиліть були налагоджені господарські зв'язки (Індія, Пакистан, Іран) через міжнародні політичні обмеження; втрата господарських зв'язків з підприємствами-партнерами у Росії та Білорусі; відмова від серійного виробництва мікропроцесорних пристроїв; поява макротехнології виробництва «систем на кристалі», що призвела до втрати конкурентоспроможності вітчизняних технологій виробництва пристроїв за принципом «транзистор на кристалі».

4. Радіоелектронна продукція України залишається відомою у країнах Азії, Близького та Середнього Сходу. Орієнтовна оцінка попиту за зазначену продукцію на ринках інших країн надає можливість нарощування присутності наукомісткої продукції українського виробництва. Проте, відсутність ефективного інституційного забезпечення сприяння експорту високотехнологічної продукції знижує шанси вітчизняних підприємств на утримання цих позицій на ринках регіонів світу.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2009 р.