

Запропоновані наступні заходи підтримки українських експортерів:

- проведення ревізії законодавства України, що регулює зовнішню економічну діяльність;
- розробка і реалізація національної програми підвищення конкурентоспроможності виробників у стратегічно важливих для України секторах;
 - підвищення конкурентоспроможності підприємств-експортерів шляхом створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних закордонних ринках; – збільшення закупівель за кордоном ліцензій на новітні технології (ноу-хау), машини, устаткування і прилади з метою створення нових конкурентоспроможних національних виробництв;
 - більш активне впровадження в Україні міжнародних стандартів, вимог і процедур сертифікації, які забезпечать відповідність національної продукції та послуг міжнародним стандартам, розробка і реалізація відповідної національної програми;
 - вжиття заходів політичного, дипломатичного і законодавчого характеру, які б сприяли участі України в крупних міжнародних коопераційних проектах у пріоритетних для вітчизняної економіки галузях;
 - прискорена інформатизація економіки та зовнішніх економічних зв'язків України.

Висновки. На сьогоднішній день існує достатньо багато якісних рішень задач управління ресурсами підприємства: фінансовими, матеріальними, людськими. Можливі шляхи удосконалення організації та підвищення ефективності експортно-імпортних операцій підприємства характеризуються необхідністю поліпшення роботи з пошуку більш вигідних постачальників і застосування засобів страхування валютних ризиків. Необхідно укладати контракти з більш вигідними умовами постачання. Однак, терміни постачання повинні бути мінімальними, постачання повинне відбуватися без збоїв. Бажано, щоб термін сплати після реалізації продукції був щонайменший, тоді буде меншою дебіторська заборгованість й період обігу грошових коштів.

Для реалізації запропонованого комплексу заходів щодо удосконалення зовнішньоторговельного потенціалу України будуть потрібні щорічні бюджетні асигнування, об'єми котрих доцільно визначати виходячи з існуючої світової практики, відкоригувавши їх з урахуванням сучасного стану української економіки і сформованої структури українського експорту.

Література

1. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
2. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, 2004. – 654 с.
3. Пономаренко В.С., Ястремская Е.Н., Луховский В.М. Механизм управления предприятием: стратегический аспект. – Х.: Изд. ХГЭУ. – 2002. – 252 с.
4. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. – К.: Скарби, 2002. – 336 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / І.В. Багрова та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. – К., ЦНЛ, 2004. – 580 с.
6. Вічевич А.М., Максимець О.В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Навч. посібник. – Львів: Афіша, 2004. – 140 с.

УДК 338.45:339.138:339.9

Т.І. КАТКОВА

Хмельницький національний університет

ЧИННИКИ ТА ДИНАМІКА ПРИБУТКОВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено вплив чинників сформованих світовою фінансовою кризою на прибутковість зовнішньоекономічних операцій машинобудівних підприємств. Досліджено можливі вигоди та втрати від коливання валютного курсу на основі маржі та цінових можливостей реалізації зовнішньоекономічних стратегій машинобудівних підприємств.

Certainly influence of factors formed, by a world financial crisis, on profitability of external economic operations of machine-building enterprises. Benefits and losses are investigational possible from fluctuation in an exchange on the basis of margin and price marketabilities external economic strategies of machine-building enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Зовнішньоекономічну діяльність машинобудівних підприємств України на сучасному етапі важко вважати успішною з ряду об'єктивних причин: низької ефективності внаслідок дезорганізації у наявному ринковому середовищі, нереформованості господарського механізму внаслідок його унаслідування від командно-адміністративної системи господарювання та відсутності фахових менеджерів, відсутності інноваційних розробок, надмірної енерго- та матеріаломісткості, і головне, необхідне для успіху, – відсутності стратегії на зовнішніх цільових ринках. З цієї причини, з переважної більшості передумов виходу на міжнародні ринки, зокрема обмеженості внутрішнього ринку, отримання додаткового прибутку та вищої прибутковості зарубіжних ринків, відкриття сприятливої кон'юнктури, спонукає вітчизняних суб'єктів господарювання до здійснення зовнішньо-

економічної діяльності, а зарубіжна діяльність набуває несистемного, неорганізованого характеру. З іншої сторони, з усього переліку вітчизняних суб'єктів господарювання, ефективними вважаються сировинні галузі, підприємства первинної обробки сировини, такі як "Міттал стіл Кривий Ріг", нафтопереробні підприємства та фінансовий сектор. У силу вказаних причин, машинобудівні підприємства відсутні у числі найбільших вітчизняних суб'єктів господарювання включених у міжнародний бізнес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ефективності зовнішньоекономічних операцій в наукових дослідженнях піднімається досить часто, проте багатогранність та неможливість однозначно трактувати наслідки дії чинників зовнішньоекономічної діяльності, зростання невизначеності в умовах глобалізації, перспектив виникнення галузевих, валютних та фінансових сприяють постійному існуванню прогалин методичного, методологічного та управлінського характерів.

Невирішені частини проблеми. Головною вадою сучасних підходів до управління зовнішньоекономічною діяльністю слід визначити ігнорування цілої системи непостійних чинників, що формують ризики господарської діяльності та ймовірність недоотримання прогнозованих прибутків в результаті несприятливої ринкової кон'юнктури поглиблення залежності від глобальних економічних процесів.

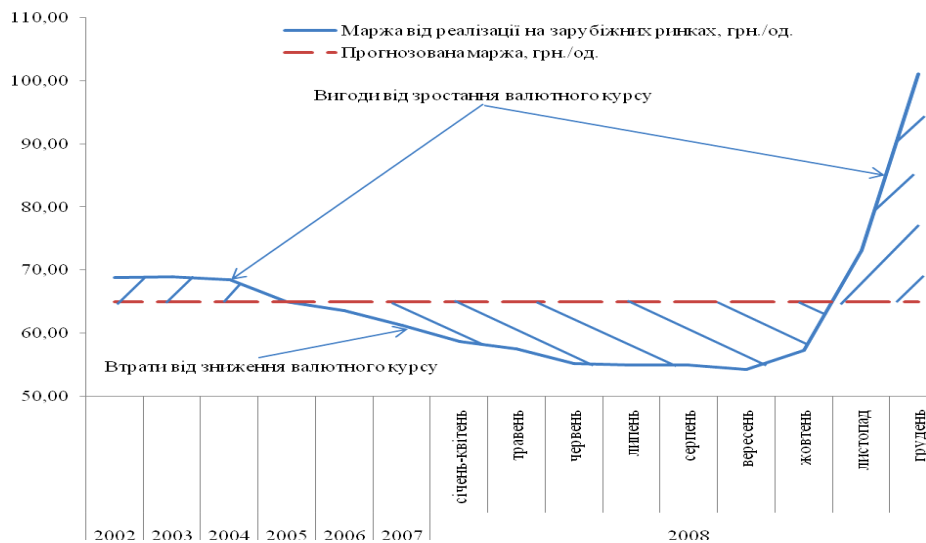
Постановка завдання. Визначити чинники та закономірність забезпечення прибутковості зовнішньоекономічних операцій машинобудівних підприємств.

Основний матеріал дослідження. Для переважної більшості вітчизняних підприємств нездоланим бар'єром діяльності на зарубіжних ринках є критична нестача фінансово-інвестиційних ресурсів. Останнє виступає ключовою причиною несистемного експорту, відсутності сталих продаж та тривалих підрядних коопераційних зв'язків з нерезидентами. Проте, факт існування експортних операцій свідчить про перспективи їх спрямування у кероване русло.

Серед групи експортних виробництв зовнішньоекономічні збутові операції виступають похідною від розвитку традиційного – внутрішнього ринку. Цільові ринки компаній, наприклад, орієнтованих на сільськогосподарське машинобудування не мали розвитку протягом останніх двадцяти років з постійним зниженням обсягів реалізації та апіорної неможливості збільшити використання існуючих потужностей.

У цьому руслі слід зазначити, що діяльність, наприклад, сільськогосподарських підприємств зазнає негативного впливу з боку цільових ринків через відсутність фінансових ресурсів. Джерелом отримання коштів для сільськогосподарських підприємств могли стати банківські позики. Проте, їх отримання неможливе через відсутність у позичальників застави. Таким чином, підприємство потрапляє в замкнуте коло, коли через відсутність ринкових реформ у агропромисловому комплексі будь-які заходи направлені на збільшення обсягів реалізації на цільових ринках не мають успіху, тобто ефективність збутової політики знаходиться на низькому рівні, за незалежних від підприємства обставин. Для цієї групи, де на наш погляд, ключовим чинником виступає відсутність сформованих внутрішніх ринків, незалежно від галузевої приналежності та продуктової спеціалізації, вихід на зовнішні ринки залишається єдиною можливою способом уникнення банкрутства, зниження наслідків падіння внутрішніх ринків та зникнення загалом.

На відміну від споживчих та сировинних ринків, здійснення маркетингу на індивідуальній основі, значна диференціація за продуктами, експлуатаційними характеристиками та місцем у технологічних рішеннях, діяльність машинобудівних підприємств на розвинених ринках, ототожнених зі світовим ринком машинобудування, в межах сучасної парадигми вважається апіорі прибутковою [3]. Ефективність, оцінювана критерієм прибутковості, з цієї точки зору, формується за рахунок ефективності маркетингових стратегій та, за виключенням окремих деталей, фінансово-валютних чинників в межах коливання валютних курсів (рис. 1).



* Показники розраховані автором на основі даних звітності ДП "НОВАТОР"

Рис. 1. Вигоди та втрати від коливання валютного курсу

Маркетингова складова прибутковості зовнішньоекономічних операцій підприємства, в межах сучасних концепцій, зокрема – повного маркетингу, розглядає формування ефективності на всіх етапах в межах маркетингової петлі якості [4, с. 78–80]. Явні негативні тенденції впливу чинників маркетингового рівня машинобудівних підприємств часто покриваються за рахунок зростання маржі валютного курсу. Попередньо зазначимо, що прибутковість зовнішньоекономічних операцій визначається асортиментною структурою та часткою експорту у загальному обсязі реалізації. Абсолютне значення прибутку має загальну тенденцію до зростання за експортними операціями для групи технологічно конкурентних підприємств.

На практиці допускається кілька наслідків для приведеного прикладу. За відсутності критичних змін у світовій та національних економіках позитиви присутності на міжнародних ринках залишаються незаперечними, і незмінні витрати реалізації перетворюють приріст експортної маржі у приріст прибутку. У протилежному випадку, відбувається негативний вплив скорочення експортної маржі та прибутку.

Для компенсування втрат від зниження валютного курсу машинобудівні підприємства вдаються до підвищення ціни, оскільки технічна продукція машинобудування має незначну еластичність за ціною та можлива за незначної конкуренції на ринку.

На відміну від сталого розвитку ринків, приведений приклад констатує курсові зміни періоду світової фінансової кризи 2008–2009 рр., які опосередковують зниження економічної активності у промисловому секторі на фоні падіння попиту на виробничі ресурси та промислову продукцію. На цьому етапі зниження обсягів реалізації на цільових ринках пов'язане з песимістичними прогнозами та негативними очікуваннями, обмеження інвестицій у найнеобхідніші проекти, і вимагає негайного реагування на зміну вподобань та очікувань споживачів.

Потенційні можливості для реакції на кон'юнктурні зрушення розкриваються у коригуванні валютної ціни за незмінного значення маржі у національній валюті (рис. 2).

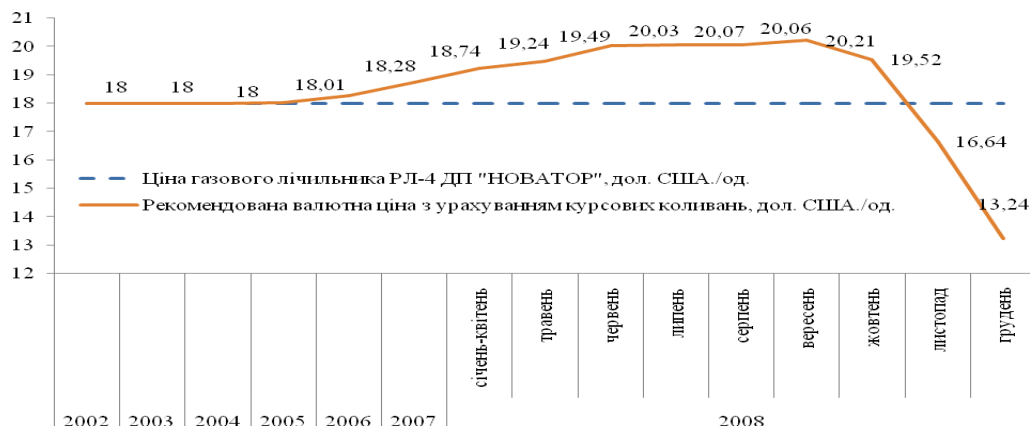


Рис. 2. Цінові можливості маркетингових стратегій в межах курсових коливань

Зниження ціни в період світової фінансової кризи 2008–2009 рр. залишається одним із небагатьох заходів розпродажу запасів та підтримання платоспроможності підприємства. Цільовий показник – прибуток при зниженні ціни до вказаного рівня залишається незмінним, а цінові резерви за можливого погіршення кон'юнктури цільових ринків допускають відмову від прибутку до рівня беззбиткового обороту, а за критичного сценарію – позитивного значення маржинального прибутку.

Дистанціюючись від кон'юнктури останніх років, слід відзначити існування стану постійної перманентної кризи, за якої прибуток, як критерій ефективності зовнішньоекономічної діяльності втрачає першорядне значення з балансуванням на межі задоволення основних критеріїв фінансового менеджменту. Незважаючи на різні причини, цілі та, гіпотетично, стратегії, присутність на зарубіжних ринках забезпечує зростання прибутковості або зниження збитків від недовантаження виробничих потужностей для машинобудівних підприємств.

Поряд з прибутковою орієнтацією машинобудівних підприємств, різне співвідношення між обсягом реалізації на внутрішньому ринку та беззбитковим оборотом, де ситуація може змінитись на протилежну, свідчить на користь стратегій стабілізації присутності на ринках, організації системних заходів для ключових продуктів та інтеграції у зовнішні ринки.

З точки зору прибутку, пріоритети входження у цільові сегменти міжнародних ринків машинобудування визначаються обсягом його отримання та питомою вагою в одиниці реалізації. Практичні проблеми господарської діяльності полягають у зниженні обсягів реалізації значно нижче виробничих потужностей, через що постійні витрати, навіть за значного зносу основних фондів, тиснуть на ціноутворення. Очевидним напрямком завантаження виробничих потужностей є вихід на зовнішні ринки, а зростання прибутку – вибір найбільш прибуткових з них.

Нові ринки є більш прибутковими та за умов зростання обсягів і запровадження ефективної стратегії, виставлені оцінки пріоритетів зміняться на їх користь. Головним фактором для нових ринків виступає нижча порівняно з провідними підприємствами машинобудування конкурентоспроможність за техніко-технологічними та експлуатаційними характеристиками. Останнє є причиною використання ціноутворення у якості ключової

чового маркетингового інструмента. За рахунок оптимізації співвідношення ціна – якість підприємства конкурують з лідерами світового машинобудування на ринку РФ, СНД та третіх країн. На ринках ЄС присутність формується на рівні співробітництва з місцевими машинобудівними компаніями та реалізації комплектуючих в межах спільних програм технологічної кооперації.

З огляду на відносно незначний для світового ринку потенціал досліджених машинобудівних підприємств формування і реалізація маркетингових стратегій визначається основними факторами їх внутрішнього і зовнішнього середовища.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. На основі приведених результатів дослідження необхідно зробити ряд принципів висновків для діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. По-перше, несистемний характер зовнішньоекономічних операцій перетворює їх у фактор ризику господарської діяльності за умов виникнення перманентної галузевої, світової фінансової та валютної криз. По-друге, не реформованість господарської діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств за коливання валютного курсу призводить до збитковості при його зниженні. По-третє, незначна частка вітчизняних машинобудівних підприємств у структурі світового ринку машинобудування визначає внутрішні чинники господарської діяльності для них ключовими, а здатність їх раціонально реалізувати – ефективність експортної діяльності.

З огляду на отримані результати, перспективи подальшого дослідження слід намітити в руслі визначення, систематизації та розробки заходів раціональної реалізації господарських стратегій на світових ринках машинобудування.

Література

1. Шивцова А.Б. Стратегия и тактика промышленного предприятия в условиях рынка // Машиностроитель. – М. – 2003. – № 8. – С. 47–49.
2. Наливайко А. Еволюція теорії стратегії підприємства // Економіка України. – К. – 2002. – № 1. – С. 24–30.
3. FINRA/Bloomberg U.S. Corporate Bond Indexes // <http://www.bloomberg.com/markets/rates/corpbonds.html>
4. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии: Учеб. пособие для машиностроительных специальностей инженерно-технических вузов. – Х.: Основа, 1993. – 288 с.

УДК 658.15

А.А. КОРБУТ

Хмельницький національний університет

ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ОБІГОВИМИ КОШТАМИ ТА АКТИВАМИ В МЕЖАХ КРИТЕРІЇВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Визначено структурні та інструментальні чинники забезпечення конкурентоспроможності та ефективності машинобудівних підприємств. Обґрунтовано фінансові складові конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Certainly structural and instrumental factors providing competitiveness and efficiency of machine-building enterprises. Grounded financial constituents competitiveness of subjects manage

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Господарська діяльність машинобудівних підприємств на сучасному етапі характеризується наявністю ряду системних обмежень, викликаних макроекономічними, політичними, регуляторними, управлінськими, законодавчими чинниками. Проблемний характер впливу перерахованих чинників проявляється у низьких показниках економічної ефективності господарської діяльності, а багатьох випадках – негативному їх значенні. На рівні суб'єкта господарювання несприятлива ринкова кон'юнктура призвела до втрати цільових ринків в результаті стагнації економіки у 90-х роках минулого століття та загострення конкуренції на початку нового тисячоліття, втрати науково-технічного та дослідно-конструкторського потенціалу в результаті тривалого простою виробництва високої енерго- та матеріаломісткості, вимивання обігових коштів в результаті гіперінфляційних процесів. Останній чинник, на наш погляд, виступає ключовим у забезпеченні конкурентоспроможності та ефективності сучасних вітчизняних підприємств. В результаті вимивання обігових коштів машинобудівні підприємства, фінансовий та виробничий механізм яких сформувався за командно-адміністративною системою організації економіки, не змогли інвестувати необхідні ресурси у реорганізацію управлінського процесу, залучення інноваційних технологій, розробку нових продуктів та, як наслідок – реформувати систему господарювання та ліквідувати вузькі місця для підвищення конкурентоспроможності та ефективності. З іншої сторони, посилення глобалізації та лібералізація цільових ринків супроводжується зростанням конкуренції, де спроможність конкурувати пов'язана з існуванням раціональної системи управління підприємством та його обіговими коштами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження фундаментальних та прикладних проблем, пов'язаних з впливом ефективності використання обігових коштів та активів на конкурентоспроможність підприємства традиційно пов'язують з працями Ю. Абрамова, В. Андрейчука, О. Василика, О. Гальчинського,