

## Аналіз формування експортного потенціалу машинобудівного підприємства Кіровоградського регіону та механізми його реалізації

У статті досліджено питання формування експортного потенціалу підприємства. Запропоновано комплекс основних напрямків і пріоритетів з розвитку і використання експортного потенціалу регіону на прикладі машинобудівного підприємства.

**експортний потенціал, машинобудівний комплекс, конкурентоспроможність, регіональна експортна діяльність, інноваційна діяльність**

Інтереси розвитку економіки України вимагають активного її включення у міжнародний поділ праці, світові господарські зв'язки. Розвиток зовнішньої торгівлі, і зокрема експорту, є надзвичайно важливим фактором розвитку національної економіки. Проте, розраховувати на успішну експортну діяльність можуть лише ті країни, які мають конкурентоспроможну економіку. У зв'язку з цим економічна політика, метою якої є поліпшення позицій держави на світовому ринку, повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності країни, формування національних конкурентних переваг, а також на сприяння їх ефективній реалізації на світовому ринку. Все це диктує необхідність невідкладного здійснення ґрунтовних теоретичних досліджень та пошуку практичних рішень і механізмів, які б дозволили країні подолати ситуацію, що склалася в експортуванні, прискорити всебічне і повноцінне її залучення до світового господарства і тим самим користуватися всіма перевагами міжнародного економічного співробітництва. Машинобудування як багатогалузевий комплекс є одним з провідних секторів національної економіки України. Досвід розвинених країн свідчить, що саме ця галузь є індикатором промислового розвитку, вершиною економічного рівня тієї або іншої держави.

Реальна участь країни в експортній діяльності є, як відомо, багаторівневим системним процесом. Характерною особливістю сучасного стану розвитку експортної діяльності в Україні є глибокі зміни у співвідношеннях динаміки можливостей (перспектив) загальнодержавного і регіонального рівнів експортної діяльності. Наявна соціально-економічна ситуація в країні зумовлює необхідність більш активної експортної діяльності регіонів. Отже, формування якісно нового рівня взаємовідносин України із світовим співтовариством потребує глибокого вивчення об'єктивних основ та обґрунтування практичних шляхів розгортання більш активної участі її регіонів в експортній діяльності, розширення їх повноважень в організації і розвитку цього процесу. Зрозуміло, що без певних теоретичних досліджень здійснити це неможливо, так само як без останнього неможливо забезпечити повноцінну і рівноправну інтеграцію України у світове господарство, ефективну реалізацію її великого експортного потенціалу.

Оскільки саме експортна діяльність регіонів багато в чому обумовлює місце країни в системі поділу праці на терені СНД, Європи і світу в цілому, то відповідно формування і ефективна реалізація на світовому ринку конкурентоспроможного

експортного потенціалу країни потребує глибокого вивчення об'єктивних основ формування та обґрунтування практичних шляхів активізації використання експортного потенціалу регіонів. Дослідження і теоретичне узагальнення цих явищ, на нашу думку, є досить актуальним і має непересічне значення для практичного здійснення активної політики держави у сфері ефективної експортної діяльності з урахуванням соціально-економічного становища і ролі кожного її регіону, як територіально-виробничого комплексу, у формуванні та ефективній реалізації національного експортного потенціалу.

У теоретичному плані питання суті економічної категорії "експортний потенціал", визначення його місця в загальній системі економічних категорій, досліджене порівняно мало, в основному фрагментарно, з висвітленням окремих складових. Проте, останнім часом теоретико-методологічні та прикладні аспекти формування, оцінки та активізації використання експортного потенціалу різних економічних систем знаходять своє відображення в ряді робіт українських та зарубіжних вчених. Серед інших необхідно виділити праці Бураковського І., Василенка Ю., Воронової Є., Дібрової Л., Деніелса Д., Радеби Л., Кредісова А., Онещенко В., Мазаракі А., Макогона Ю., Новицького В., Портера М., Сіденка В., Слюсара В., Соколенка С., Філіпенка А., в яких накопичено значний досвід по дослідженню експортного потенціалу різних економічних систем [2, 4].

Разом з тим, сучасні аспекти формування, розвитку та напрямків активізації використання експортного потенціалу регіонів не знайшли достатньою відображення у науковій літературі. Експортний потенціал регіону ще не став самостійним об'єктом дослідження, цілеспрямованого формування та ефективного використання. В наукових роботах розглядається, як правило, окремі аспекти цієї проблеми, що звужує можливість здійснення системного підходу до її вирішення. Доводиться констатувати, що майже відсутні роботи щодо формування та реалізації стратегії управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств і на сьогодні практично не створені сприятливі умови для здійснення інноваційної діяльності. Наявність ще недостатньо розроблених і невирішених проблем у цій сфері визначили тему статті та її актуальність, обумовили зміст, мету, завдання та структуру.

Мета статті полягає у визначенні комплексу основних напрямків і пріоритетів з розвитку і використання експортного потенціалу регіону (як складової національного) на основі виявлення тенденцій цих процесів на окремому Кіровоградському підприємстві ВАТ „Червона Зірка”; пошуку шляхів покращення його використання на міжнародному ринку з урахуванням специфіки розвитку регіональної економіки.

На основі визначення економічного потенціалу визначається сутність поняття „експортний потенціал” як обсяг благ, які національна економіка може виробити і реалізувати на зовнішніх ринках постійно максимізуючи свій прибуток.

Експортний потенціал є органічною частиною економічного потенціалу і уявляє собою можливість країни встановлювати міжнародні економічні зв'язки за допомогою залучення комплексу ресурсів, які є на її території, використання особливостей структури виробничого потенціалу, географічного положення, соціально-інституціональних факторів. Експортний потенціал являє собою можливість вітчизняних фірм виробляти конкурентоспроможну продукцію та реалізовувати її на світових ринках. З огляду на вищевказане, у процеси адаптації української системи господарювання пильна увага повинна приділятися визначенню та ефективному використанню експортного потенціалу об'єкта як індикатора його здатності адекватно співпрацювати із зовнішнім середовищем.

Про великі потенційні можливості України в сфері експортної діяльності свідчить той факт, що у 2004 році зовнішньоторговельний оборот товарів склав 61,7

млрд. дол., що більше 2003 року на 33,8%. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами є позитивним і складає 3,7 млрд.дол. проти 46,7 млн.дол. за 2003 рік [6].

Обсяги експорту товарів в 2004 році склали 32,7 млрд.дол. і зросли на 41,6% або 9,6 млрд.дол.

Серед факторів, що обумовили значне зростання показників експорту товарів за 2004 рік, були досить висока кон'юнктура на основні товари українського експорту та продовження процесу відновлення міждержавної кооперації в машинобудівній галузі в рамках країн СНД.

У 2004 році приріст експорту товарів по основних товарних групах відбувався за рахунок росту у машинобудівній галузі фізичної складової на 45,2%, вартісної складової на 54,8 % [6].

В 2004 році збільшилися експортні поставки з України машин, устаткування та механізмів в 1,6 рази (як результат поступового відновлення міждержавних коопераційних зв'язків в рамках країн СНД, перш за все з Російською Федерацією) [3].

Експортний потенціал, як і потенціал в цілому, в теорії та на практиці розглядається як на державному, регіональному, галузевому, так і на рівні первинної ланки економіки. Первинною ланкою формування експортного потенціалу господарського комплексу держави є суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності – підприємство.

Завод "Червона Зірка" являється одним із старіших підприємств Кіровоградського регіону по випуску сільськогосподарських машин. Він заснований в 1874 році англійськими братами Робертом і Томасом Ельворті. Спочатку це була невелика майстерня по збиранню, налагодженню та передпродажної підготовки сівалок, які поставляються з-за кордону.

За короткий час, до кінця століття завод став монополістом по випуску кінних сівалок, жаток та іншого сільськогосподарського інвентарю не тільки в Росії, але і в Європі.

Починаючи з 1946 року підприємство виготовило всього 3641174 одиниці посівної техніки. Більш ніж 50 тис. посівних машин було експортовано у 56 країн світу. До розвалу СРСР завод стабільного випускав 60-65 тис. сівалок на рік. У послідуочі роки було освоєно виробництво стогометателів, культиваторів, жаток, сценок та інших сільгоспмашин.

У 2004р. було виготовлено 13,6 тис. сільгоспмашин. Продукція поставляється до Росії, Білорусії, Казахстану, Молдови, Болгарії. Об'єм експорту у 2004 році - 46,6% (рис. 1).

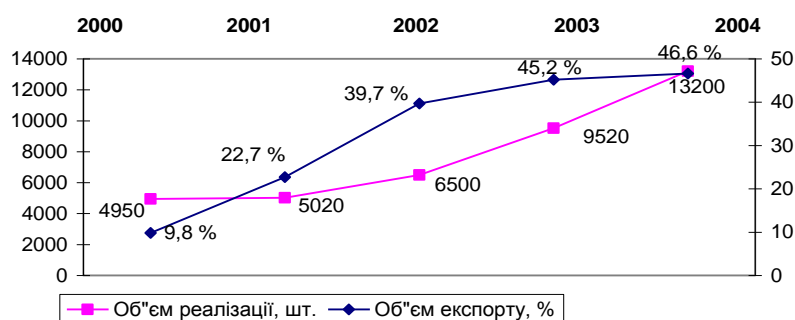


Рисунок 1 - Об'єми реалізації та об'єми експорту ВАТ «Червона Зірка» за 2000-2004рр.

Основними споживачами сільськогосподарської техніки, яка виробляється на ВАТ "Червона зірка", є Україна та Росія, на долю яких припадає більше 90% загальної поставки. Наглядно це показана на рис.2.

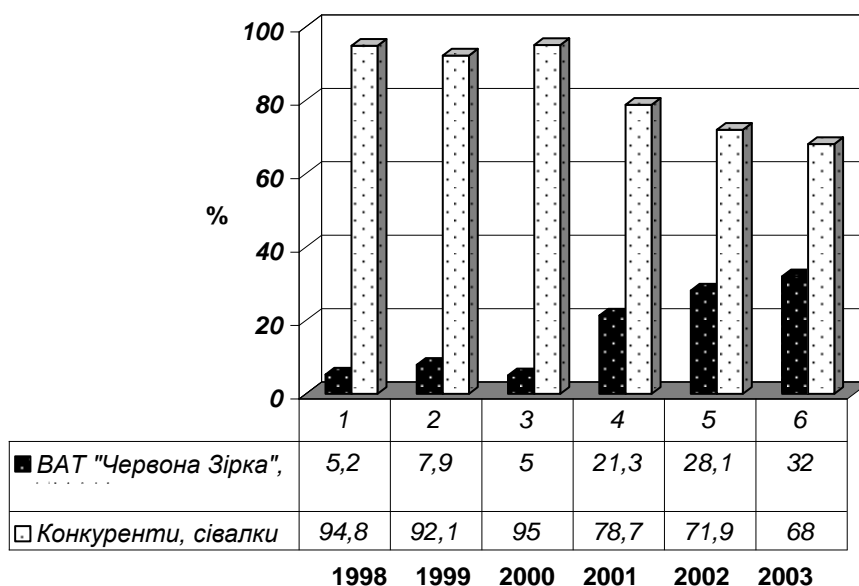


Рисунок 2 - Частка ринку Росії, що займає VAT „Червона Зірка”, %

Як позитивне, слід відзначити розширення ринків збуту і не тільки в країнах СНГ (табл.1).

Таблиця 1 - Поставки продукції на ринки основних споживачів VAT „Червона Зірка”

Країна	2002		2003		2004	
	шт.	У % до підсумку	шт.	У % до підсумку	шт.	У % до підсумку
Поставка сівалок по споживачам	4191	100,0	6290	100,0	9252	100,0
Україна	2027	48,4	2729	43,4	3695	39,9
Росія	1811	43,2	3014	47,9	4294	46,4
Молдова	112	2,8	112	1,8	392	4,2
Казахстан	26	0,6	65	1,0	213	2,3
Білорусія	3	0,1	25	0,4	64	0,69
Туркменія	2	0,1	71	1,1	152	1,64
Таджикистан	200	4,8	-	-	12	0,13
Болгарія	-	-	274	4,4	430	4,65

Слід відзначити збільшення питомої ваги поставки сівалок у загальних поставках підприємства до Росії. Цей показник збільшився з 43,2% у 2002 році до 44,9% у 2004 році.

З 2003 року розпочалися поставки сівалок у Болгарію (поставлено 274 штук, а в 2004 – 430 штук). Відновлено збут у Таджикистан (у 2003 році не поставлено жодної, а в 2004 - 12 штук).

З даних табл. 2 можна зробити висновок, що найбільш привабливими і необхідними для споживача є сівалки зернові, тому що їх питома вага у збуті всіх видів

сівалок по об'єднанню складає більше половини. Також користуються попитом сівалки кукурудзяні, яких у 2003 році поставлено 2674 проти 1524 штук у 2001 році.

В об'єднанні розпочалося виробництво жаток, але їх кількість незначна, хоча крім України є замовники Росії, Болгарії. У 2004 році відвантажено 202 жатки проти 142 у 2003 році.

Таблиця 2 - Збут сівалок тракторних по видах

Види продукції	Роки			2004 у % до	
	2002	2003	2004	2002	2003
Сівалки - всього	4191	6290	9252	220,7	147,0
У тому числі: Зернові	2384	3716	6208	260,4	167,1
Кукурудзяні	1524	2044	2674	175,4	180,8
Бурякові	226	484	307	135,8	63,4
Овочеві	57	46	63	110,5	139,9

За даними табл. 3 план по прибутку перевиконано на 13828 тис. грн., або на 39,7%. Відхилення фактичного прибутку від планового сталося в наслідок зміни обсягу реалізації, собівартості, структури, асортименту продукції та оптових цін на продукцію.

Порівнюючи суму прибутку планову і суму прибутку, розраховану за плановими цінами і плановою собівартістю, але за фактичним обсягом і асортиментом продукції, обчислимо, наскільки вона змінилася у наслідок зміни обсягу і структури реалізації продукції:  $38281 - 34800 = 3481$  тис. грн.

Але щоб визначити вплив тільки обсягу реалізації, треба плановий прибуток помножити на відсоток перевиконання плану обсягу реалізації. Цей відсоток становить 110%.

Таблиця 3 - Аналіз прибутку від реалізації продукції, тис. грн..

Показники	За планом	За планом на фактично реалізовану продукцію	Звіт
Виручка від реалізації продукції	97360	107101	136019
Собівартість реалізованої продукції	62560	68820	87391
Прибуток	34800	38281	48628

З даних табл. 4 видно яких фінансових результатів досягло підприємство порівняно з фактичними даними базисного періоду. Так, обсяг реалізованої продукції у 2004 склав 130 млн. грн., що на 51,9% більше 2002 року, і на 78,8% більше проти 2003 року. Також можна зазначити, що за трьох річний період зростання собівартості випереджає зростання виручки від реалізації на 4,1 процентних пункту.

Таблиця 4 - Аналіз діяльності ВАТ „Червона зірка” за основними показниками

Показники	2002		2003		2004	
	Тис. грн.	Базовий рік	Тис. грн.	У % до 2002 р.	Тис. грн.	У % до 2003 р.
Виручка від реалізації	76067	100,0	89525	117,7	136019	151,9
Собівартість	47777	100,0	55401	116,0	87391	157,7
Прибуток	28290	100,0	34124	120,6	48628	142,5

Підприємство має у своєму активі ряд важливих факторів:

- якісна продукція;
- розвинена дилерська мережа;
- спеціалізовані кадри;
- необхідні потужності.

Все це позитивно впливає на об'єми реалізації продукції та збільшення частки ринків збуту.

На сьогоднішній день існує декілька інноваційних пропозицій. Бізнес-планом розвитку заводу на 2005-2010рр. передбачено:

- Модернізація та створення нової продукції для інтенсивних технологій.
- Підвищення рівня якості продукції.
- Оновлення станочного парку та іншого обладнання.
- Впровадження нових технологічних процесів.

В той же час, практична діяльність окремих підприємств машинобудування України, до яких належить і ВАТ „Червона Зірка”, показує, що одним з найбільш ефективних напрямків подальшого розвитку вітчизняного машинобудування є підвищення ступеня гнучкості підприємств до потреб ринку. А гнучкість підприємств до потреб ринку в теперішній час є не тільки необхідним компонентом їх подальшого успішного розвитку, але і можливістю існування, свого роду гарантією від банкрутства.

Прискорення організації випуску нової продукції в сучасних економічних умовах виступає в якості важливого інструменту задоволення запитів споживачів. В зв'язку з цим для підприємств важливим є виробництво різних видів виробів при постійному освоєнні нових сфер діяльності.

Підвищення гнучкості та ефективності роботи ВАТ „Червона Зірка” до потреб ринку зумовили наступні позитивні напрямки розвитку:

1. Розширення асортименту і номенклатури продукції.
2. Відродження і розвиток вітчизняного ринку і насичення його високоякісною продукцією.
3. Широке використання передової світової техніки та прогресивних технологій з метою підвищення якості продукції.
4. Розвиток інтелектуального потенціалу підприємства.

5. Збільшення фінансових ресурсів за рахунок кардинального підвищення технологічного рівня та реалізації продукції на внутрішньому і особливо на зовнішньому ринках.

Інтегрованим завданням при реалізації визначених вище напрямків є кардинальне підвищення технологічного рівня продукції, активізація інвестиційної діяльності, накопичення відтворювального потенціалу, масове оновлення і переоснащення основних фондів.

Уникнути технологічної залежності, як показує досвід ВАТ „Червона Зірка”, можна шляхом самостійного науково-технічного розвитку. Практичне вирішення цього питання в значній мірі залежить від відродження і підйому науково-технічного потенціалу підприємства. Для цього необхідні скоординовані дії всіх суб'єктів управління і господарювання в формуванні і реалізації ефективної промислової політики, необхідно знайти свою нішу на ринку продукції.

В той же час технологічний розвиток більшості вітчизняних підприємств машинобудування починає все більше залежати від інноваційної продукції інших країн. Однак необхідно пам'ятати, що країна, концепція управління якої спирається на імпорту техніку і технологію, не тільки опиняється в залежності від економічно розвинутих країн, але і ніколи не досягне їх рівня. Науково-технічна відсталість машинобудування викликає і економічну відсталість країни.

Розробка відповідної промислової політики в Україні повинна забезпечити ефективну перебудову деформованої структури машинобудівних підприємств, оптимальні масштаби, структуру, галузеве і регіональне розміщення державного і приватного секторів машинобудівного комплексу, правових основ його функціонування, спеціальних галузевих і міжгалузевих регуляторів, що відповідають завданням стимулювання пріоритетних сфер діяльності, реструктуризацію депресивних областей і технічно застарілих виробництв.

Аналізуючи вищезазначене, можна з впевненістю стверджувати, що запровадження в Україні інноваційної моделі розвитку – це об'єктивна потреба і альтернативного шляху не існує. Адже досвід доводить, що вихід на міжнародні ринки неможливий без активізації інноваційної діяльності.

Досліджуючи стан інноваційної діяльності машинобудівних підприємств, можна констатувати, що машинобудівні підприємства зацікавлені у здійсненні інновацій, проте через застарілість основних фондів вони фізично нездатні до запровадження радикальних інноваційних змін, а через відсутність фінансових ресурсів неспроможні здійснити необхідну технологічну перебудову.

Тому перехід до інноваційної моделі економічного розвитку потребує виваженої комплексної державної стратегії, головним принципом якої є максимально повна реалізація експортного потенціалу та підвищення національної конкурентоспроможності.

#### Список літератури

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов/ Л.Е.Стровский, С.К.Казанцев, Е.А.Паршина и др.; Под ред. проф. Л.Е.Стровского.- 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.-847с.
2. Дэниел Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: Пер.с англ. – 6-е изд.-М.:Дело1998,-784с.
3. Експортний потенціал України на російському векторі: стан і прогноз: Монографія / За ред. Пирожкова С.І., Сухорукова А. І.- К.: НІУРВ, 1998. – 168 с.
4. Макогон Ю.В., Гохберг Ю.А., Чернега О.Б.. Управление международной конкурентоспособностью предприятий (организаций). - Донецк: ДонНУ, 2003.-278с.
5. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993.– 659с.

6. Статистичний щорічник України за 2004 рік. Київ: Видавництво "Консультант", 2005. - 675 с.
7. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції" / Авт. кол.: Гальчинський А., Геєць В. та ін. - К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.
8. Управление внешнеэкономической деятельностью: Учебн. пособ..-2-е изд./ Под общ. ред. А.И.Кредисова.-К.:ВИРА-Р, 2001.-640с.
9. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М.: Тандем, 1996.-272с.

В статті досліджено питання формування експортного потенціалу підприємства. Предложено комплекс основних напрямків і пріоритетів розвитку і використання експортного потенціалу регіону на прикладі машинобудівного підприємства.

The question of forming of export potential of enterprise is explored in the article. The complex of basic directions and priorities of development and use of export potential of region on the example of machine-building enterprise is offered.