

развития региона, как в целом по стране, так и в АР Крым в частности.

Источники и литература

1. <http://donbass-gateway.com.ua>
2. Андрей Ключев: Мы стали привлекательными для инвесторов. «День», 07.08.02
3. <http://www.for-ua.com>

Шевцова Е.А.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ВЭД) ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК ИНСТРУМЕНТ КАЧЕСТВА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Основная масса успешно работающих отечественных предприятий является экспортноориентированными. И каждое из них стремится войти в международные технологические цепочки изготовления продукции, для того чтобы ослабить жесткость конкуренции между производителями на рынок сбыта. В эпоху глобализации мирохозяйственных связей менеджмент предприятий вынужден строить свою стратегию поведения на основе бизнес-планирования. Основная цель бизнес-плана – достижение разумного и выполнимого компромисса между тем, что фирма хочет и что может сделать.

В структуре экспорта Харьковской области преобладает продукция машиностроения и металлообработки (> 36%); пищевая продукция (> 15%); продукция химических предприятий (> 15%).

Однако, только одна треть предприятий разрабатывает бизнес-планы, основы корпоративного управления. Логика и успехи во ВЭД неразрывно связаны с ответами на вопросы: где находится фирма, куда она движется, и какие инструменты нужно задействовать, чтобы достичь поставленных целей. Но для этого во ВЭД предприятий, необходимо пройти как минимум три этапа в бизнес-планировании: анализ, оценка целей и ресурсов и составление собственно стратегического плана.

Для реализации экспортно-импортных операций во ВЭД предприятий региона можно использовать идеи, изложенные в работе Захарченко В.И. „Менеджмент во внешнеэкономической деятельности”, Харьков: ООО „Одиссей”, 2003. – С. 168-224. Очевидно начинать анализ надо с внешней сферы, в которой действует фирма (предприятие). К внешней сфере относятся: рынок, перспектива, логистика, конкуренты и потребители. Цель такого анализа – определение сильной и слабой стороны субъекта рынка, выявить те сферы, где еще не достигнуты успехи. Опыт западных фирм показывает, что при регулярном проведении анализа (не реже 2 раз в год) успех, как правило, гарантирован.

К внутренней среде относятся: маркетинг, менеджмент, финансы, производство и персонал. Ключевыми являются план маркетинга и план управления бизнесом. Предугадать потребности мирового рынка пройти жесткую конкурентную борьбу поможет период планирования бизнеса (долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные планы). В практике планирования ВЭД приводятся различные временные периоды. Так в книге Дроздовой Г.М. „Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства”. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 172с. период долгосрочного планирования составляет до 25 лет, среднесрочного – до 5 лет и краткосрочного до 2 лет. Обычно план на предприятиях (фирмах) разрабатывают на 3 года с детальной проработкой первого года и укрупненным прогнозом на последующие 2 года, хотя план может быть составлен и на 5 лет, и на 1 год.

Чаще всего технология разработки бизнес-плана на предприятии выглядит в виде схемы, приведенной на Рисунке.



Рисунок. Главные составляющие бизнес-плана

В разработке и реализации бизнес-плана ВЭД заинтересованы менеджеры, собственники и инвесторы. Традиционно бизнес-план разрабатывается для банков-инвесторов. Так, большинство западных банков требуют обязательного представления бизнес-плана для получения кредита.

Для менеджеров, собственников и инвесторов есть общие выгоды составления и реализации бизнес-плана, которые можно свести к следующему: оценка возможностей фирмы или проекта; установление целей деятельности фирмы и бюджетов; определение требуемого количества финансовых средств; уяснение иерархии целей (идей); создание команды; практика в проведении анализа и презентации; помощь в получении денег; оценка ликвидности и риска; оценка качества управления.

Качество управления зачастую является более важным фактором гарантии кредитов, чем активы фирмы. Часто не только содержание плана, но и то, как он оформлен и представлен может иметь значение при принятии решения о выделении денег.

Для получения кредита, а тем более западного, необходимо следующее: показать, что шансы возврата денег (окупаемости инвестиций) очень велики; внушить доверие, что ваша команда эффективна; показать, что имеется хороший рынок сбыта для вашей продукции или услуг. Чтобы достигнуть этих целей, важно сообщить инвестору что-то интригующее о перспективах вашего бизнеса. Составляя свой бизнес-план, следует исходить из реалий, что кредиторам представляется много аналогичных планов, и что следует сразу захватить внимание кредитора, заставить его внимательно просмотреть

план до конца. Для этого в плане должна быть некоторая «изюминка».

Выводы

Эффективное управление ВЭД предприятия в рыночных условиях зависит от качества составления и реализации бизнес-плана, идеология которого позволяет: осмыслить место предприятия на рынке; проанализировать все разделы плана; помнить, что план не является лекарством от всех бед, но эффективность ведения ВЭД зависит от людей (специалистов), которые его (план) составляют и реализовывают.

Шевченко А.В.

ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА – ФАКТОР ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АРК

Транспортная инфраструктура – важнейший элемент региональной инфраструктуры, от развития которой во многом зависит ВЭД в АРК.

Место и роль транспортной инфраструктуры в экономике региона следует рассматривать с двух сторон. Во первых, она представляет собой совокупность материальных объектов, то есть средств производства, обеспечивающих жизнедеятельность региона транспортными средствами, как важнейшим фактором процесса производства жизненных благ во всех отраслях и предприятиях АРК. Во-вторых, в силу особенностей транспортных услуг, которые одновременно есть результат труда в транспортной промышленности и предмет потребления не только для производственного, но и личного потребления, транспортная инфраструктура становится важнейшей отраслью народного хозяйства, услуги которой – это объект купли-продажи как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Условием реализации все возрастающего объема транспортных услуг на внутреннем и внешнем рынках является развитие транспортной промышленности.

Основным направлением деятельности субъектов транспортной инфраструктуры, осуществляющих хозяйственную деятельность, является организация пассажиро- и грузоперевозок различными видами транспорта, что во многом обеспечивает соответствующий уровень экономического развития региона. Доля транспортного комплекса составляет 12 % в структуре валовой добавленной стоимости Автономной Республики Крым.

Следует отметить, что в транспортной сфере региона определилась явная тенденция преобладания объемов грузоперевозок, что подтверждает жизнеспособность функционирования транспортной системы, как основного элемента региональной инфраструктуры. Так, в 2003 году транспортным комплексом АР Крым: всеми видами транспорта перевезено десять млн.т. грузов, выполнено 7946,7 млн.ткм. грузооборота, что на 4,1 и 29,5 % больше 2002 г. Увеличение объемов грузооборота по всем видам транспорта объясняется, прежде всего, ростом промышленного производства в Крымском регионе, что предопределило потребность предприятий-производителей промышленных товаров, в услугах грузового транспорта.

Основными видами транспорта, предоставляющими услуги по перемещению пассажиров, на территории региона являются: автомобильный, А железнодорожный, электротранспорт и морской (табл.1).

Таблица 1. Пассажирооборот по видам транспорта АРК, млн. пас/км

	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Транспорт	4997,1	5222	5271,3	5036,5	5279,5	5212,1	5442,4	5449,7
наземный:	4981,8	5209,6	5262,4	5026,3	5199,1	5834,9	5425,5	5431,4
автомобильный	1441,8	1797,6	1892,4	1429,2	1645,9	1553,8	1744,7	1724,0
железнодорожный	3540,0	3412,0	3370,0	3597,1	3553,2	3552,4	3028,7	3200,5
троллейбусный		693,5	621,1	485,0
трамвайный	35,2	31,0	21,9
морской	15,3	12,4	8,9	10,2	13,0	9,8	16,9	18,34

В целом в 2003 году наблюдалось снижение на 8,9 % количества пассажиров, перевезенных представленными видами транспорта, которое составило 246,1 млн.чел. Однако объем пассажирских перевозок остался на уровне предыдущего года и составил 5449,7 млн.пас.км. Представленные статистические данные позволяют также сделать вывод относительно приоритетности: железнодорожного вида транспорта (60 % в 2001 г и 55,2 % в 2002 г) и автомобильного (26,2 % и 31,8 % соответственно).

В 2003 году наблюдается тенденция незначительного сокращения объемов пассажироперевозок трамвайного и троллейбусного видов транспорта, доля которых в общем объеме составляет около 40 %. Рост объемов пассажироперевозок обеспечивают только предприятия морского и железнодорожного транспорта.

Следует также отметить, что более половины выполненных пассажирских перевозок приходится на автомобильный транспорт (рис. 2.1, рис.2.2), при чем сохраняется тенденция увеличения доли автоперевозок, выполненных предприятиями - физическими лицами, обеспечивающими высокий уровень комфорта перевозок и предлагающих дифференцированный, в зависимости от классности транспортного средства, тариф на пассажирские перевозки.