

6. Лукинов И. И. Инвестиционная активность в экономическом обновлении и росте // Экономика Украины. - 1997. - №8. - С. 4-9.

7. Скворцов Н. Н. Как разработать бизнес-план предприятия. - К.: "Прометей". - 1994. - 96 с.

8. Беспалько В. П. Программированное обучение. - М.: Высшая школа. - 1970. - 299 с.

ВЛИЯНИЕ ДОГОВОРНЫХ УСЛОВИЙ НА ОБЪЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

ISBN 966-7418-41-3

**Гадецкий В.Г., асс. каф. организации
производства**

В данной статье рассказывается о значении основных параметров договоров, влияющих на реализацию промышленной продукции. Дается детальная характеристика таких условий договоров, как качество товара, цена, порядок расчета и форс-мажорные обстоятельства.

In the article it is told about importance of main parameters of the agreements influencing on industrial production's realization. The detailed characteristic of such conditions of the agreements, as quality of the goods, price, procedure of payments and force-majeure circumstances is given.

Через преодоление очень крупных и сложных проблем, с большими трудностями наша страна осуществляет переход к рыночной экономике. Переход к рынку и не мог быть простым и безболезненным. За него приходится платить немалую цену. Но иного выхода, как нам представляется, и не существует. Об этом достаточно убедительно свидетельствует весь мировой опыт, доказывающий, что другого пути к эффективной экономике, восприимчивой к научно-техническому прогрессу и ориентированной на потребителя, нет.

К настоящему времени вопрос о том, переходить к рыночной экономике или нет, решен однозначно: переходить. Ныне проблема лежит в иной плоскости. Какой должна быть рыночная экономика? По каким наиболее перспективным направлениям следует осуществлять переход к полнокровному, развитому рынку? Какие методы и средства для перехода следует использовать? В какие сроки и насколько интенсивно следует осуществлять такой переход?

Чтобы объективно ответить на все поставленные вопросы, необходимо разобраться в основах существования рыночной экономики и сущности рынка.

Рынок - это институт, или механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг. При этом немаловажную роль играют договорные условия, определяющие взаимосвязь между продавцами (производителями продукции) и покупателями (потребителями).

В рыночных условиях хозяйствования все условия купли-продажи оговариваются в договорах (контрактах), и на объемы реализации продукции оказывают влияние следующие положения договорных условий: качество, цена и порядок расчетов, а также форс-мажорные обстоятельства.

Украина исторически сформировалась, как индустриальное государство, для нее характерен рынок товаров промышленного назначения, поэтому с влиянием договорных условий целесообразно разобраться с позиции данного рынка.

Рынок товаров промышленного назначения - это совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг, продаваемых, сдаваемых в аренду или поставляемых другим потребителям.

Основными отраслями деятельности, составляющими рынок товаров промышленного назначения, являются:

- сельское, лесное и рыбное хозяйство;
- горнодобывающая промышленность;
- обрабатывающая промышленность;
- строительство;
- транспорт;
- связь;
- коммунальное хозяйство;
- банковское, финансовое и страховое дело;
- сфера услуг.

Рынок товаров промышленного назначения обладает определенными характеристиками, которые резко отличают его от рынков товаров широкого потребления. Вот эти характеристики:

- на нем меньше покупателей;
- эти немногочисленные покупатели крупнее;
- эти покупатели сконцентрированы географически;
- спрос на товары промышленного назначения определяется спросом на товары широкого потребления;
- спрос на товары промышленного назначения неэластичен;
- спрос на товары промышленного назначения резко меняется;

- покупатели товаров промышленного назначения - профессионалы.

Коротко рассмотрим данные характеристики рынка товаров промышленного назначения:

На нем меньше покупателей. Продавец товаров промышленного назначения, как правило, имеет дело с гораздо меньшим числом покупателей, чем его коллега, предлагающий товары широкого потребления.

Эти немногочисленные покупатели крупнее. Даже в отраслях со множеством производителей основная часть закупок приходится, как правило, на долю всего нескольких крупных покупателей.

Эти покупатели сконцентрированы географически. Более половины всех покупателей товаров промышленного назначения в любой развитой стране обычно сконцентрированы в нескольких регионах. Так же большая часть сельскохозяйственной продукции поступает всего из нескольких областей (регионов). Географическая концентрация производителей способствует снижению издержек. Продавцам товаров промышленного назначения необходимо следить за тенденциями усиления или ослабления географической концентрации.

Спрос на товары промышленного назначения определяется спросом на товары широкого потребления. Спрос на товары промышленного назначения, в конечном счете, проистекает из спроса на товары широкого потребления. Если спрос на эти товары ослабнет, снизится спрос и на все товары промышленного назначения, используемые в процессе их производства.

Спрос на товары промышленного назначения неэластичен. Для общего спроса на многие товары и услуги промышленного назначения (в отличие от спроса со стороны отдельной фирмы) характерна низкая ценовая эластичность. Это означает, что изменение цен не влечет за собой сильных колебаний общего спроса.

Спрос на товары промышленного назначения резко меняется. Спрос на товары и услуги промышленного назначения обычно меняется быстрее, чем на товары и услуги широкого потребления. Это особенно справедливо в отношении спроса на новое производственное оборудование. Определенный процент прироста спроса на потребительские товары может привести к неизмеримо большему процентному приросту спроса на машины и оборудование, необходимые для выпуска дополнительных количеств товаров широкого потребления.

Покупатели товаров промышленного назначения - профессионалы. Товары для нужд промышленности закупают профессионально подготовленные агенты, которые всю свою рабочую жизнь учатся, как совершать закупки наиболее выгодным образом. Широкий потребитель менее искушен в искусстве предусмотрительности при совершении покупок. Чем сложнее характер закупки для нужд промышленности, тем больше вероятность участия в процессе принятия решений о ней целого ряда лиц. Приобретение

наиболее важных товаров обычно занимаются специальные закупочные комиссии, в состав которых входят технические эксперты и представители высшего руководства. Это означает, что для работы с хорошо подготовленными покупателями фирмы, предлагающей товары промышленного назначения, должны привлекать хорошо подготовленных коммивояжеров.

Как отмечалось ранее, значительное влияние на объемы реализации продукции на рынке промышленных товаров в договорах оказывают качество товаров.

Покупатели товаров промышленного назначения склонны определять качество товара как его пригодность для той цели, с которой они намерены его использовать. Они предпочитают, чтобы в товаре были только нужные характеристики и ничего другого. Они также не любят оплачивать излишние показатели качества, которые не нужны, как и покупать товары плохого качества.

Способность единиц промышленного оборудования к более длительному сроку службы представляет собой сильный побудительный мотив в пользу покупки, так как сокращает ежегодные амортизационные отчисления.

Серьезным побудительным мотивом в пользу приобретения товара промышленного назначения является его способность предать готовому изделию большую привлекательность в глазах покупателя. Трудно, а иногда и невозможно, как для поставщика, так и для покупателя таких товаров, выразить ценность таких качественных характеристик в деньгах, но товар промышленного назначения, придающий дополнительную привлекательность производимого с его помощью готовому изделию, всегда найдет спрос.

Стабильность качества материалов, узлов и деталей - столь же важный побудительный мотив, как и уровень цен. Закупочная спецификация на товар промышленного назначения практически во всех случаях включает в себя пределы возможного отклонения от средних показателей качества, так называемые допуски. Если качество товара промышленного назначения отличается стабильностью, следует ожидать, что все изделия или все партии материалов не превысят установленных допусков по качеству и будут, тем самым, отвечать требованиям покупателей.

Гарантированная стабильность качества существенно уменьшает необходимость в тщательной проверке поступающих партий товара и обеспечивает постоянно высокое качество продукции покупателя, в отношении некоторых точных машин стабильность качества материалов уменьшает простой и стоимость ремонта.

Стабильность качества дает покупателю возможность уменьшить материально-производственные запасы, поскольку в случае неравномерности качества поступающих от поставщика партий потребитель вынужден дер-

жать страховочный запас на случай отказа от очередной партии товара и рекламации.

Поскольку различные области применения материалов и условия их использования могут отражаться на допусках, поставщик может быть вынужден ознакомиться с производством потенциального покупателя, чтобы точно знать необходимую каждому покупателю степень стабильности показателей качества.

Все перечисленные характеристики качества товара играют важную роль в договорных условиях и существенно влияют на объемы реализации продукции. Значение качества товара украинской продукции огромно не только на внутреннем рынке, но и на внешнем. Так, к примеру, краткий анализ возможных рынков сбыта угля Украины показывает, что для угля марок Г(газовый) и Д(длиннопламенный) потенциальными рынками являются Греция (250 тыс. тонн в год), Дания (до 2 000 тыс. тонн в год), Болгария (до 150 тыс. тонн в год), Албания (100 тыс. тонн в год), Румыния (2 000 тыс. тонн в год), Великобритания (150 тыс. тонн в год). Интересны для высокосернистых углей Украины рынки Греции (цементная промышленность), Дании (электростанции с улавливателями серы) и в качестве сортового топлива - Великобритании.

Помимо качества на объемы реализации продукции существенное влияние договорных условиях оказывает цена.

Цена - это денежное выражение стоимости товара, и уже из этого определения вытекает огромная важность ценообразования, которая прямо влияет на объемы реализации продукции, поэтому любой фирме (предприятию) для успеха на внутреннем и внешнем рынке необходимо разрабатывать ценовую политику и постоянно проверять ее эффективность, изменяя ее по мере необходимости. Существует пять этапов разработки ценовой стратегии - это формулирование целей ценообразования, общая политика ценообразования, непосредственная ценовая стратегия, реализация ценовой стратегии, приспособление цен. Коротко рассмотрим их.

Цели ценообразования. Стратегия ценообразования должна быть увязана с общими целями фирмы и отражать их. Естественно поэтому, что стратегии могут различаться в широком диапазоне.

Существует три основные цели ценообразования, из которых может выбирать фирма: они основаны на сбыте, на прибылях и на существующем положении. В первом случае предприятие выбирает такие цели по одной из следующих причин:

- оно заинтересовано в насыщении рынка или росте сбыта как важном шаге на пути контроля над рынками и стабильном поступлении выручки от реализованной продукции;

- предприятие стремится максимизировать объем сбыта и готово пойти на снижение дохода с единицы изделия для получения большей массы прибыли;
- оно предполагает, что больший объем сбыта позволит снижать размер относительных издержек.

Во втором случае предприятие устанавливает в качестве цели получение высокой массы прибыли, устанавливая стабильный ее размер в течение ряда лет.

Прибыль может выражаться в относительном или абсолютном измерении. Высокие относительные прибыли обычно опираются на престижные цены, а высокий общий доход обычно связан с ценами проникновения.

Общая политика ценообразования. В рамках такой политики решения по ценам увязываются с целевым рынком (рынками) фирмы, характером и структурой маркетинга. Она предусматривает скоординированную совокупность действий и стратегию, включающую кратко- и долгосрочные цели.

При определении общей ценовой политики отдельные решения (взаимосвязь цен на товары в рамках ассортимента, использование специальных скидок и изменение цен, соотношение своих и цен конкурентов, метод формирования цен на новые товары) увязываются в интегрированную систему. Возможности стратегии ценообразования фирмы определяют следующие пять факторов: реальные издержки и прибыли, ценность для потребителя в сравнении с предложениями конкурентов, различия между сегментами рынка или факторами спроса потребителей, возможные реакции конкурентов и маркетинговые цели фирмы.

Ценовая стратегия базируется на издержках спроса или конкуренции. В первом случае цены определяются, исходя из издержек производства, стоимости обслуживания и накладных расходов, к которым добавляется расчетная прибыль. Во втором случае цена определяется после изучения спроса потребителей и установления цен, приемлемых для целевого рынка. Такой вид стратегии используется по товарам, для которых цена - ключевой фактор в принятии решений потребителями. В третьем случае цены могут быть на уровне рыночных, выше или ниже их, такой тип ценообразования распространен при конкуренции аналогичных видов продукции.

Все три подхода находятся во взаимосвязи и взаимодействии.

Реализация ценовой стратегии. При ее реализации помимо общих концепций, рассмотренных выше, используется большое количество различных решений, связанных между собой. В их число, помимо иных, входят следующие:

- установление стандартных и меняющихся цен;
- использование единых и гибких цен;
- применение концепции взаимосвязи цены и качества;
- использование концепции ценового лидерства;

- установление цен на массовые закупки;
- использование практики ценовых линий.

Приспособление цены. Практическая реализация ценовой стратегии требует систематической «настройки» цен, учитывающей изменения в издержках, соотношении спроса и предложения, конкуренции, таможенном регулировании и т.д. Приспособления цен происходит посредством изменений в прейскурантах, оговорок, наценок, надбавок, скидок, компенсаций. Важно, однако, чтобы цена использовалась как адаптивный механизм.

В завершении еще раз подчеркнем, что введение ценовой политики, разработка ценовых стратегий, их практическая реализация - проблема не только исключительно сложная, но и «тонкая». Ее решение требует отличного знания обстановки на рынке, высокой квалификации лиц, принимающих решение, творческого подхода, интуиции. Устанавливая цены, следует не только знать их нижний и верхний пределы, за границами которых их применение экономически не оправдано или психологически вредно, но и гибко маневрировать ценами в этих пределах, учитывая все факторы, причем так, чтобы в каждый отрезок времени эти цены были оптимальными для продавца и потребителя.

Кроме цены в договорных условиях на объемы реализации продукции влияет порядок расчетов. В условиях рыночных отношений между предприятиями (поставщиками и потребителями) расчеты по сбыту готовой продукции, по снабжению сырьем, материалами, оборудованием и электроэнергией, по финансированию и кредитованию, по оказанию услуг друг другу выполняются по наличной форме (реальными деньгами) и безналичной форме. В настоящее время во всем мире в основном между предприятиями применяется безналичный расчет.

Безналичные расчеты основаны на принципах: единство кассы, расчеты через банки и под их контролем, немедленность платежа, расчеты при наличии акцепта (согласие на оплату), расчеты только при наличии расчетных документов.

Во всем мире применяются следующие формы денежных безналичных расчетов: акцептная, аккредитивная, особый счет, зачеты взаимных требований, расчеты при помощи платежных поручений, посредством чеков, в порядке плановых платежей, векселями.

Документы, необходимые при безналичных расчетах, подразделяются на: счет-фактуру, платежное требование, платежное поручение, реестр счет-фактур, реестр платежных требований, реестр платежных поручений или чеков, заявление на выдачу чековых книжек, заявление на выставление аккредитива, заявление об отказе от акцепта, а также заявление на открытие расчетного или текущего счета.

Порядок расчета, а именно безналичный расчет, может негативно влиять на объемы реализации продукции, так как во взаимоотношениях между

поставщиками и потребителями стоит официальный посредник в лице банка, и его деятельность всегда накладывает отпечаток на договорные условия.

Особую важность в договорных условиях несут в себе форс-мажорные обязательства. Сущность их состоит в том, что обе стороны, подписывающие договор, освобождаются от ответственности за частичное или полное невыполнение обязательств по настоящему договору, если оно явилось следствием действия обстоятельств непреодолимой силы.

Под обстоятельствами непреодолимой силы (форс-мажор) принимают: войны, стихийные бедствия, пожары, наводнения, забастовки, землетрясения, изменения законодательства, постановления и распоряжения правительства, делающие невозможным исполнение договора. На объемы реализации продукции и на сами договоры оказывают влияние именно форс-мажорные обстоятельства в Украине. Экономика нашего государства переживает глубокий кризис, деятельность любого предприятия связана с риском, который и является основой форс-мажорных обязательств. Очень важно для благоприятного выполнения договорных условий предприятию (фирме) быть знакомым и уметь правильно оценить рискованные ситуации. Обычно под причиной возникновения конкретной рискованной ситуации подразумевается некое условие, вызывающее напряженность. Источниками такой напряженности могут быть: непосредственно хозяйственная деятельность; деятельность самого предпринимателя; недостаток информации о состоянии внешней среды, оказывающей влияние на конечный результат. Исходя из этого следует различать:

- риск, связанный с хозяйственной деятельностью;
- риск, связанный с личностью предпринимателя;
- риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды.

В связи с тем, что вероятность возникновения последнего риска обратно пропорциональна тому, насколько предприятие информировано о состоянии внешней среды, он наиболее важен в современных условиях хозяйствования. Недостаточность информации о партнерах покупателя или поставщиках, особенно об их деловом имидже и финансовом состоянии грозит предприятию (предпринимателю) возникновением риска. Недостаток информации о налогообложении в Украине или в стране зарубежного партнера - это источник потерь в результате взыскания штрафных санкций с фирмы со стороны государственных органов. Недостаток информации о конкурентах также может стать источником потерь для предпринимателя.

Источник возникновения внешних рисков (наиболее опасных для предприятия) кроется во внешней среде (по отношению к предприятию). Предприниматель не может оказывать на них влияния, но может предвидеть и учитывать их в своей деятельности. Таким образом, к внешним относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия. Речь

идет о непредвиденных изменениях законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, неустойчивость политического режима в стране деятельности и других ситуациях, ведущих к потерям.

Наиболее опасный для предприятий, занимающихся производственной деятельностью, является политический риск.

Политический риск - это возможность убытков или сокращение размеров прибыли как следствие государственной политики. Политический риск связан с возможными изменениями в курсе правительства, переменами в приоритетных направлениях его деятельности. Учет данного вида риска особенно важен в странах с неустоявшимся законодательством, отсутствием традиций и культуры предпринимательства.

Политический риск с неизбежностью присущ предпринимательской деятельности. От него нельзя уйти, можно лишь верно оценить и учесть.

Политические риски можно подразделить на четыре группы:

- риск национализации и экспроприации без адекватной компенсации;
- риск транспорта, связанный с возможными ограничениями на конвертирование местной валюты;
- риск разрыва контракта из-за действий властей страны, в которой находится компания - контрагент;
- риск военных действий и гражданских беспорядков.

Риск национализации толкуется очень широко - от экспроприации до принудительного выкупа властями имущества компании или просто ограничение доступа инвесторов к управлению активами. При определении риска национализации сложность состоит в том, что в любой стране власти никогда не рекламируют возможность экспроприации или национализации. Как следствие, ни в одном документе юридически точно не определяется, чем, например, отличается национализация от конфискации.

Риск трансферта связан с переводами местной валюты в иностранную. Примером может служить ситуация, когда предприятие работает рентабельно, получая прибыль в местной валюте, но не в состоянии перевести ее в валюту инвестора для того, чтобы рассчитаться за кредит. Причин может быть множество, скажем, принудительно длинная очередь на конвертацию.

Риск разрыва контракта предусматривает ситуацию, когда не помогают ни предусмотренные в договоре штрафные санкции, ни арбитраж. Контракт разрывается по не зависящим от партнера причинам. Например, в связи с изменением национального законодательства.

Последний из группы политических рисков - это риск военных действий и гражданских беспорядков, в результате которых фирмы могут понести большие потери и даже обанкротиться.

Выводы:

В настоящее время, когда Украина находится в тяжелейшем экономическом кризисе, необходима реальная поддержка государства для предпри-

ятий, производящих продукцию, которая составляет рынок промышленных товаров Украины. Так как промышленные предприятия вынуждены сегодня продавать свою продукцию по договорам посредникам по заниженным ценам, не отвечающим уровню мировых цен, то, чтобы началось хотя бы незначительное увеличение валового внутреннего продукта, необходима юридическая и финансовая помощь государственных органов предприятиям- производителям, которая могла бы выражаться в налоговых льготах и более весомых дотациях на производство.

Дополнительные финансовые средства предприятия могли бы внести на улучшение качественных показателей своей продукции, что послужило бы улучшению конкурентоспособности украинских товаров и, как следствие, увеличению объемов реализации продукции.

ПЛАНИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ С УЧЕТОМ РИСКОВ

ISBN 966-7418-41-3

Олейникова М.А., асс. каф. внешнеэкономической деятельности предприятий

В статье приведены нынешнее положение экспорта в Украине, этапы и разделы разработки бизнес-плана экспортных операций, рассмотрена суть понятия «предпринимательский риск», а также оценка и возможные пути минимизации этого риска.

The article considers the situation of export in Ukraine nowadays, periods and sections of business plan development for export operations, the concept of entrepreneurial risk», valuation and possible ways of minimizing entrepreneurial risk.

1. НЫНЕШНЕЕ СОСТОЯНИЕ ЭКСПОРТА НА УКРАИНЕ

В январе-августе 1998 года ВТО снизился на 11,6% по сравнению с прошлым годом за этот же период. Причиной такого падения оборота стали кризис в Азии (именно в эту часть света поставлялась наибольшая доля украинской металлургической продукции, удобрений, продукции машиностроения), а также серьезные проблемы с основным торговым партнером - Россией. В таблице 1 представлены темпы роста (снижения) объемов экспорта Украины с основными торговыми партнерами.