

АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ ЗАЛУЧЕННЯМ КОШТІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

THE MAIN ASPECTS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF EXTERNAL FUNDRAISING IN ENGINEERING ENTERPRISES

У статті розглянуто сутність стратегічного управління зовнішнім залученням коштів. Основною метою встановлення стратегічних завдань зовнішнього залучення коштів є фінансування тих напрямів діяльності, які сформовані на основі потреб споживачів. На основі ідентифікації потреб підприємства у різних видах зовнішнього залучення доцільно здійснювати стратегічне та оперативне управління. Обидва етапи здійснюють відповідно до основних параметрів зовнішнього залучення коштів – обсягів, термінів, вартості та ризиків процесу залучення коштів. Відтак, зовнішнє залучення коштів буде спрямоване на довготривалий економічний ефект, який дасть змогу не лише поліпшити фінансові результати, а й підвищити ринкові позиції машинобудівних підприємств.

Ключові слова: залучення коштів, управління зовнішнім залученням коштів, стратегічне управління, параметри стратегічного управління

В статье рассмотрена сущность стратегического управления внешним привлечением средств. Основной целью установления стратегических задач внешнего привлечения средств является финансирование тех направлений деятельности, которые сформированы на основе потребностей потребителей. На основе идентификации потребностей предприятия в различных видах внешнего привлечения,

целесообразно осуществлять стратегическое и оперативное управление. Оба этапа осуществляется в соответствии с основными параметрами внешнего привлечения средств – объемов, сроков, стоимости и рисков процесса привлечения средств. Следовательно, внешнее привлечение средств будет направлено на длительный экономический эффект, который позволит не только улучшить финансовые результаты, но и повысить рыночные позиции машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: привлечение средств, управление внешним привлечением средств, стратегическое управление, параметры стратегического управления

In the article discusses the essence of strategic management of external fundraising. The main purpose of strategic external fundraising is to fund needs of consumers. There are distinguish strategic and operational phase of external involvement, which are based on the identification of business needs. Both steps are performed according to the basic parameters of the fundraising – the volume, timing, cost and risk of the fund raising. External fundraising need to be focused on long-term economic impact, which will allow the improving of financial performance and increase market position of engineering companies.

Key words: fundraising, managing external fundraising, strategic management, strategic management options

УДК 658.14/17:621

Бондаренко Л.П.

к.е.н., старший викладач кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Задерецька Р.І.

к.е.н., асистент кафедри фінансів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Постановка проблеми. Промислові підприємства, зокрема, машинобудівного спрямування, є складними економічними системами, що складаються з численних підсистем та елементів. Від рівня злагодженості функціонування цих підсистем, своєчасності комплексного реагування на зміну внутрішнього та зовнішнього підприємницького середовищ залежить становище підприємства на ринку та довгострокові перспективи його функціонування. Одним із ключових чинників, які стимулюють розвиток машинобудівної галузі, а відтак, і більшості галузей вітчизняної економіки є рівень фінансування. Результати діяльності машинобудівних підприємств та їх ринкові позиції вказують на низький рівень управління фінансовими ресурсами, зокрема, і неналежне стратегічне управління зовнішніми залученими коштами, відтак, постає необхідність детальнішого дослідження управління зовнішнім залученням коштів, зокрема у стратегічному періоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи залучення коштів як управлінський процес, слід навести його тлумачення з погляду різних авторів. Партин Г.О. вважає, що управління зовнішнім залученням коштів передбачає цілеспря-

мований підбір форм та методів залучення коштів з метою адаптації до ринкових умов [1, с. 288]. Яценко О.В. в управлінні зовнішнім залученням виокремлює особливу роль керівництва, оскільки саме керуюча ланка спрямовує залучення коштів на необхідні цілі підприємства [2, с. 87]. Павловський С.В. вказує, що управління зовнішнім залученням є діяльністю, яка пов'язана підвищенням ризиком для підприємства, відтак потребує з контролю за рухом ресурсів [3, с. 340]. Однак, попри значну зацікавленість науковців до питань залучення коштів, більшість із них розглядає його, як поточну діяльність. Відтак, питання пов'язані зі значенням зовнішнього залучення коштів для стратегічного позиціонування підприємства залишаються недостатньо розкритими.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сутності, напрямів та завдань стратегічного управління зовнішнім залученням коштів з урахуванням основних параметрів – тривалості, вартості, обсягів та ризиків процесу залучення.

Виклад основного матеріалу. Виробничо-господарська діяльність машинобудівних підприємств потребує фінансування поточних потреб та потреб розвитку, від яких залежить потреба в обсягах

і характері фінансування. Завдання управління залученням коштів – забезпечити належне фінансування діяльності машинобудівних підприємства у коротко та довготерміновому періоді, для виконання усіх стратегічних та поточних завдань підприємства. Тобто, основою ефективного управління залученням коштів має бути орієнтація на загальну мету діяльності підприємства та реалізацію окреслених підприємством завдань у короткостроковому та довгостроковому періодах.

Оскільки машинобудування є стратегічно важливою галуззю національної економіки, вивчення його проблем знаходить відображення не лише у працях вчених, але і у державних програмах розвитку. Однак, практичний розвиток машинобудівних підприємств вказує на проблемне фінансове становище цих підприємств. На рис. 1 відображено частку реалізованої продукції машинобудівними підприємствами у загальному обсязі реалізованих товарів вітчизняними промисловими виробниками за 2008–2016 рр.

Невисокі обсяги реалізації продукції свідчать про невідповідність вітчизняної продукції ринковим вимогам, ситуація ускладнюється із втратою у 2014р. частини зовнішніх ринків. Відтак машинобудівні підприємства ще більше відчують нестачу коштів для забезпечення своїх потреб.

Це підтверджується також показниками рентабельності діяльності машинобудівних підприємств за 2008–2016 рр., наведеними на рис. 2.

Низька рентабельність діяльності вказує на те, що підприємствам бракує внутрішніх джерел фінансування для повноцінного забезпечення поточних потреб та потреб розвитку. Отже, пошук можливостей зовнішнього залучення коштів набуває актуальності.

Здійснивши аналіз досліджень науковців та програм розвитку машинобудування затверджених постановами Кабінету Міністрів, виділимо основні проблеми, які перешкоджають активному розвитку машинобудування та можуть стати перепорою для ефективного зовнішнього залучення коштів:

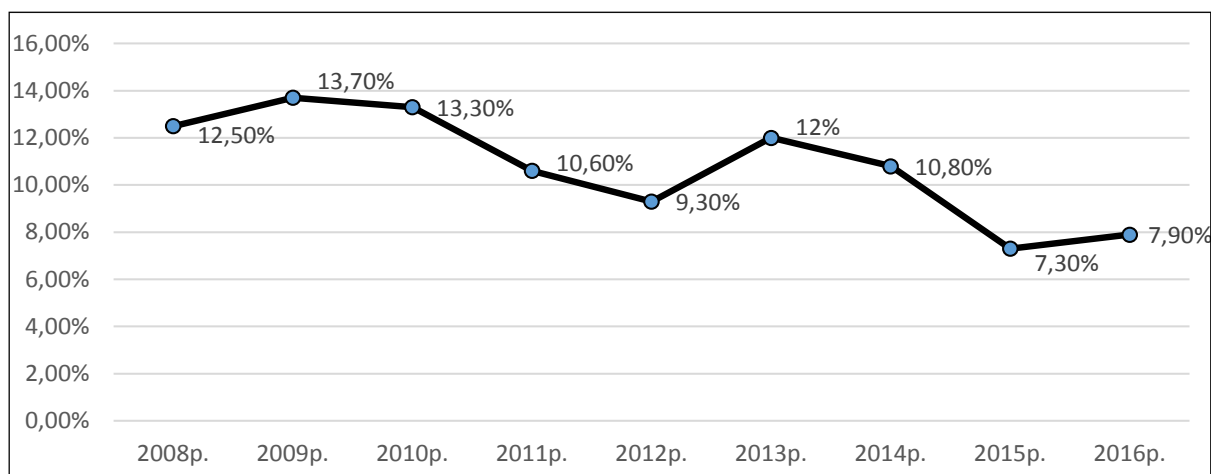


Рис. 1. Частка реалізованої продукції підприємствами машинобудування в загальному обсязі реалізованих товарів вітчизняними промисловими виробниками за 2008–2016 рр.

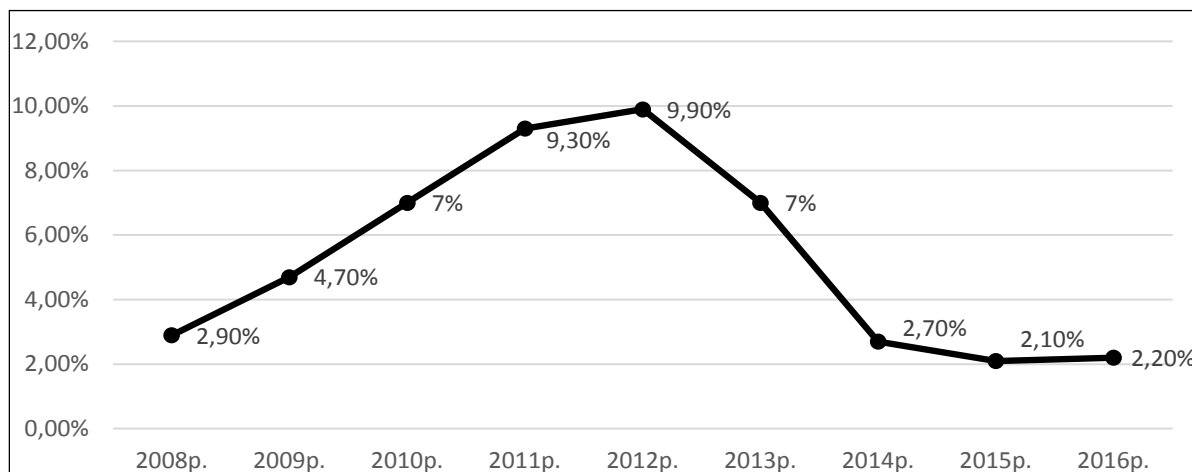


Рис. 2 Рентабельність діяльності машинобудівних підприємств України за 2008–2016 рр.

– нерозвиненість інфраструктури внутрішнього ринку (відсутність реального моніторингу, дистриб'юторської системи та фінансового лізингу);

– недостатній рівень платоспроможності товаровиробників, що негативно впливає на фінансово-економічний стан підприємств галузі, базові заводи з виготовлення складної техніки знаходяться у скрутному стані;

– застарілість основних засобів базових підприємств галузі, які не оновлювались протягом останніх 15-ти років, що негативно впливає на конкурентоспроможність, якість та собівартість продукції;

– недостатність обігових коштів, недосконалість механізму середньо – та довгострокового кредитування;

– обмежений внутрішній попит на вітчизняну продукцію;

– відсутність реальних джерел фінансування, що призводить до унеможливлення реконструкції та технічного переоснащення підприємств галузі і забезпечення за рахунок цього високої якості виготовлених машин та обладнання, освоєння виробництва нової конкурентоспроможної техніки;

– обмеження доступу до позикових джерел фінансування. Більшість машинобудівних підприємств, які залучали довгострокові позикові кошти змушені були змінити інвестиційні плани та скоротити обсяги залучення коштів через погіршення своєї платоспроможності.

– відсутність фінансових механізмів та інструментів, що створюють зацікавленість в інноваціях, а також стимулюють науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи; низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств;

– залежність вітчизняних підприємств від поставчань вузлів, деталей та комплектуючих виробів з інших країн, насамперед з країн СНД;

– значний відтік найкваліфікованіших інженерних і робітничих кадрів;

– недостатній контроль з боку держави за діяльністю монополістів і посередників, що призводить до значного зростання вартості матеріалів, енергоресурсів та комплектуючих виробів.

– зниження обсягів інвестицій у вітчизняну економіку, через нестабільну політичну ситуацію та несприятливий інвестиційний клімат, зростанням вартості кредитів [4, с. 136; 5, с. 36].

Визначення мети та завдань – дуже важливий етап управління, оскільки її досягненню має бути підпорядкована вся подальша діяльність організації, зокрема, і щодо процесу управління залученням коштів.

Встановлення завдань модифікує загальне стратегічне управління і бажані напрями розвитку підприємства. Завдання залучення коштів можна розглядати, як зобов'язання управлінського апарату досягти певних результатів щодо забезпечення підприємства фінансовими ресурсами у визначеному періоді та в необхідному обсязі. З огляду на це ви-

кремимо завдання залучення у короткостроковому та довгостроковому періоді. У довгостроковому періоді управління залученням коштів має орієнтуватися на такі основні завдання:

– формування оптимальної структури залучених коштів, яка б сприяла підвищенню фінансових результатів та забезпечувала фінансову стійкість підприємства;

– підтримка та збереження потенціалу залучення коштів;

– поліпшення ринкової позиції підприємства за рахунок зростання його вартості.

створення основ для фінансового управління підприємством та можливостей послідовно досягати встановлених показників ефективності;

підвищення ефективності використання ресурсів машинобудівного підприємства шляхом ефективного розміщення залучених коштів в активи;

У короткостроковому періоді управління залученням коштів має забезпечити виконання таких завдань:

– забезпечення потреби підприємства у фінансуванні оборотного капіталу;

– вибір основних форм методів та способів залучення коштів відповідно до запланованих обсягів, термінів та вартості залучення коштів;

– оптимізація вартості залучення коштів та мінімізацію ризику відповідно до обраних методів залучення;

– забезпечення запланованого обсягу прибутку та рівня рентабельності активів;

– оптимізація розподілу коштів за окремими напрямками діяльності.

– синхронізацію вхідних і вихідних потоків у процесі залучення коштів;

Для формування ефективних стратегічних завдань першочерговим є ідентифікація потреб споживачів, оскільки продукція, яку виготовляють машинобудівні підприємства повинна відповідати вимогам ринку. На основі аналізу потреб споживачів підприємству слід формувати загальну стратегію розвитку. Після окреслення стратегічних цілей та завдань оцінюють стан фінансового забезпечення для їх реалізації та визначають загальну потребу у коштах. На цьому етапі машинобудівному підприємству треба систематизувати свої потреби за їх характером на поточні та потреби розвитку. Така інформація необхідна для встановлення термінів залучення коштів та формування відповідної стратегії. Після розмежування потреб здійснюють оцінку існуючих можливостей фінансування процесів, пов'язаних з необхідністю задоволення потреб за допомогою власних ресурсів. Якщо обсягу власних вільних коштів та резервів їх мобілізації недостатньо підприємство ідентифікує потребу в залученні коштів із зовнішнього середовища. Встановлення завдань залучення коштів та ідентифікація потреб у залученні коштів дає змогу виокремити залучені кошти на довгостроковій або короткостроковій основі. Внаслідок цього, виникає необхідність розмежування

управління залученням коштів за інтервалами управління. Протягом встановленого планового періоду по конкретних об'єктах повинен бути виконаний весь комплекс робіт – від початкових операцій, необхідних для отримання кінцевого результату, до повного закінчення процесів [6, с. 215].

Деталізацію стратегічних завдань залучення коштів здійснюють на рівні оперативного управління. Для цього розробляють бюджети на основі яких можна децентралізувати оперативне управління на рівні підприємства.

На рис. 3 представлено послідовність управління залученням коштів із виокремленням основних його етапів – стратегічного та оперативного.

Аналіз поглядів вчених на стратегічне управління, дав змогу виокремити основні аспекти стратегічного управління залученням коштів: визначення головних пріоритетів залучення, порівняння цілей і підцілей із завданнями підприємства, відбір проблем, які передбачається вирішувати за допомогою стратегічного управління залученням коштів:

- розробка альтернативних варіантів стратегій досягнення цілей, планування необхідних ресурсів;
- розробка стратегічних програм та визначення потреби у збільшенні обсягів фінансування;

– планування майбутніх процесів залучення коштів згідно основних завдань підприємства та аналізу впливу чинників зовнішнього середовища з урахуванням імовірності виникнення непередбачених подій;

– системний моніторинг перспектив, небезпек і можливостей, які можуть виникнути у процесі залучення коштів;

– проектування системи впровадження і контролю стратегічних планів.

Стратегічний етап управління залученням коштів розпочинається з ідентифікації потреб у фінансових ресурсах на основі загальної виробничо-господарської стратегії підприємства. Мета ідентифікації потреб підприємства у фінансуванні полягає у визначенні обсягів залучення коштів та термінів, на які треба залучити кошти відповідно до завдань економічної стратегії. Вдаватися до залучення коштів із зовнішнього середовища підприємство може лише після використання власних внутрішніх резервів, оскільки надмірне і неконтрольоване використання залучених ресурсів збільшує ризик втрати платоспроможності та ринкової вартості підприємства, знижує ефективність використання ресурсів, а відтак може бути підставою для банкрутства. Залучаючи



Рис. 3. Рівні управління залученням коштів на машинобудівне підприємство

кошти зі сторони, підприємство має розглянути і оцінити альтернативні варіанти їх залучення. У цьому разі важливо враховувати потенціал підприємства щодо залучення коштів. Підбір альтернативних варіантів залучення коштів необхідно здійснювати з врахуванням потреби в обсягах та термінах фінансування завдань діяльності і розвитку підприємства на ринку. Наступним етапом має бути оцінювання підібраних альтернатив за критеріями достатності, вартості та ризиковості для підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Визначено, що машинобудівні підприємства суттєво потерпають від економічної кризи та втрати ринкових позицій, а отже, відчувають нестачу коштів для забезпечення виробничо-господарської діяльності. Відтак ефективним механізмом для забезпечення поточних потреб та потреб розвитку можуть стати кошти, залучені із зовнішніх джерел, яке слід ґрунтувати перш за все на впровадженні стратегічного управління зовнішнім залученням. Однак, ці процеси слід проводити тільки з чітким урахуванням потреб споживачів та відповідно до основних параметрів зовнішнього залучення коштів – обсягів залучення, термінів, вартості та ризиків. Грамотно побудований механізм стратегічного управління зовнішнім залученням коштів дасть змогу організувати оперативний етап, щоб досягти основних цілей залучення коштів – поліпшення фінансових результатів та зростання рин-

кових позицій машинобудівного підприємства у майбутніх періодах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Партин Г.О. Формування системи контролю за процесами залучення коштів на машинобудівні підприємства / Г.О. Партин, Р.І. Задерецька // Бізнес Інформ. – 2014. – № 8. – С. 287–291.
2. Яценко О.В. Механізм банківського кредитування в системі залучення коштів у сільськогосподарське виробництво / О.В. Яценко // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. – 2016. – № 1. – С. 85–99.
3. Павловський С.В. Ризики і витрати на залучення підприємствами інвестиційного капіталу в період фінансово-економічної кризи / С.В. Павловський // Бізнес Інформ. – 2016. – № 2. – С. 340–346.
4. Тарасова О. Моделювання грошових потоків при оцінці інвестиційної вартості компанії на ринку M&A / О. Тарасова // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. – 2014. – № 6. – С. 136–146.
5. Дегтярьова Н.В. Інноваційні біржові продукти залучення капіталу / Н.В. Дегтярьова, І.М. Ройко // Фінанси, облік і аудит. – 2014. – Вип. 2. – С. 34–50.
6. Вноровські Г. Вектори залучення капіталу великими товариствами в умовах сучасних викликів: польський досвід / Г. Вноровські // Світ фінансів. – 2014. – Вип. 1. – С. 213–222.

REFERENCES:

1. Partyn H. O. Formuvannia systemy kontroliu za protsesamy zaluchennia koshtiv na mashynobudivni pidpriemstva / H. O. Partyn, R. I. Zaderetska // Biznes Inform. – 2014. – # 8. – S. 287-291.
2. Yatsenko O. V. Mekhanizm bankivskoho kredytuvannia v systemi zaluchennia koshtiv u silskohospodarske vyrobnytstvo / O. V. Yatsenko // Visnyk Skhidnoievropeiskoho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. Seriiia : Ekonomika i menedzhment. – 2016. – # 1. – S. 85-99.
3. Pavlovskiy S. V. Ryzky i vytraty na zaluchennia pidpriemstvamy investytsiinoho kapitalu v period finansovo-ekonomichnoi kryzy /

- S. V. Pavlovskiy // Biznes Inform. – 2016. – # 2. – S. 340-346.
4. Tarasova O. Modeliuvannia hroshovykh potokiv pry otsyntsi investytsiinoi vartosti kompanii na rynku M&A / O. Tarasova // Naukovyi visnyk [Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu]. – 2014. – # 6. – S. 136-146.
5. Dehtiarova N. V. Innovatsiini birzhovi produkty zaluchennia kapitalu / N. V. Dehtiarova, I. M. Roiko // Finansy, oblik i audyt. – 2014. – Vyp. 2. – S. 34-50.
6. Vnorovski H. Vektory zaluchennia kapitalu velykymy tovarystvamy v umovakh suchasnykh vyklykiv: polskyi dosvid / H. Vnorovski // Svit finansiv. – 2014. – Vyp. 1. – S. 213-222.