

УДК 338.336:334.716

О.А. Ковтун*

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ ВИДУ І НАПРЯМУ ПРОВЕДЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто активність підприємств машинобудівної галузі Запорізької області в сфері диверсифікації виробництва та здійснена їх класифікація за рівнем диверсифікації з урахуванням стратегічних пріоритетів.

В статтє рассмотрена активність підприємств машиностроительной отрасли Запорожской области в сфере диверсификации производства и осуществлена их классификация по уровню диверсификации с учетом стратегических приоритетов.

Постановка проблеми. Диверсифікація є процесом, що впливає на вибір стратегічних пріоритетів діяльності машинобудівних підприємств та сприяє вибору конкурентної стратегії в умовах економічної кризи та низького рівня рентабельності виробництва на даних підприємствах.

Мета статті – проаналізувати стан та діяльність підприємств машинобудівної галузі Запорізької області у сфері диверсифікації виробництва. Виділити мотиви, цілі та рівні диверсифікації виробництва на зазначених підприємствах.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні вітчизняному машинобудуванню належить ключова роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринках України. Частка машинобудівної галузі в загальному обсязі продукції промисловості становить 17,4% та 12,8% внутрішнього валового продукту [4]. До складу машинобудування входять понад 2800 підприємств, 230 організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи галузевого рівня, середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу перевищує 1,2 млн. осіб. Згідно з „Програмою розвитку промисловості 2003-2011 роки” Мінпромполітики разом із головними науковими інститутами й організаціями України розробило „Державну програму розвитку машинобудівного комплексу на 2006-2011 роки”, затверджену Постановою Кабінету Міністрів України від 18.04.2006 №516.

Протягом 2006–2008 рр. індекси зростання галузевої продукції машинобудування вдвічі перевищили показники приросту промислової

продукції в цілому. Так, у 2006 році продукція машинобудування зросла на 11,8% проти 6,2% промислової продукції, у 2007 році ці показники становили 28,6% проти 10,2%. В першому півріччі 2008 року ця позитивна тенденція подовжується. У січні-серпні 2008 року машинобудівна галузь забезпечили більше половини загального приросту промисловості – 3,5%. Збільшення обсягів виробництва машин та устаткування (на 14,3%) є наслідком динамічного розширення попиту з боку вітчизняних та іноземних підприємств, а також підвищення конкурентоспроможності продукції. Зростання виробництва у галузі супроводжувалося суттєвим збільшенням виробництва транспортних засобів та устаткування (на 37,4%), зокрема, легкових автомобілів (на 34,7%) та автобусів (37,9%) [4].

Україна володіє значним потенціалом створення та виробництва авіаційної техніки. Так, у 2007 році темпи росту галузі становили 109,6%. За шість місяців 2008 року індекс зростання склав 2,5%. Лідером в галузі літакобудування є державне підприємство „Авіаційний науково-технічний комплекс імені О.К.Антонова”, який за час свого існування спроектував ряд літаків сімейства Антонов (зокрема, модифікації літаків АН-74ТК-200, АН-74ТК-300 та нові регіональні літаки АН-38, АН-140, АН-148). У 2007 році підприємство отримало прибуток у розмірі 150 млн. грн., а у 2008 планується на рівні 1 млрд. грн. Провідне місце у галузі займає Запорізьке машинобудівне конструкторське бюро „Прогрес” імені академіка О.Г. Івченка та ВАТ „Мотор Січ”.

Провідне місце в структурі транспортного машинобудування займає автомобілебудування. У 2007 році галузь забезпечила зростання обсягів на рівні 60,6% у порівнянні з 2006 роком, а у пер-

* Ковтун О.А. – аспірант Приазовського державного технічного університету, м. Маріуполь.

шому півріччі 2008 р. обсяги продукції зросли на 57% [4]. Найбільшим виробником українського автомобільного ринку є ЗАТ „ЗАЗ” (питома вага ринку – 70,5%). У 2007 році було випущено близько 282 тисячі автомобілів, з них 75% продукції залишається на внутрішньому ринку, який за 10 років збільшився в одинадцять разів.

Аналіз стану галузі машинобудування, яка разом з металургією та обробленням металів, а також з виробництвом та розподіленням електроенергії, газу та води стоїть на третьо-

му місці серед підприємств промисловості в Запорізькій області (рис. 1), а також вивчення зарубіжного досвіду диверсифікації та дослідження українського ринку автомобілебудування й інших товарів даної галузі промисловості, дозволив нам виділити ряд важливих умов, які є передумовами і визначають мотиви і цілі використання диверсифікації як засобу поліпшення виробничо-фінансового стану підприємств (рис. 2).

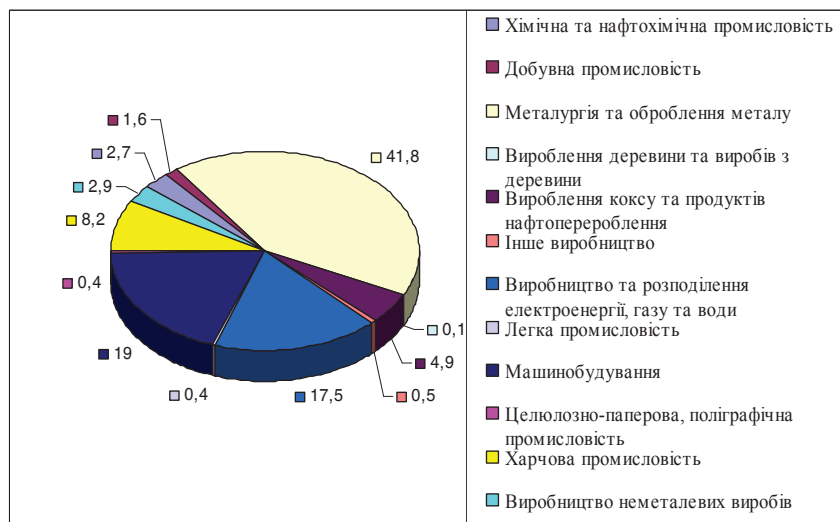


Рис. 1. Промисловість Запорізької області [5]

Передумови				
1. Криза в економіці держави				
2. Падіння прибутків підприємства				
3. Конкуренція імпортерів				
Мотиви				
Техніко-технологічні	Економічні	Фінансові	Соціальні	Стратегічні
1. Бажання більш повно завантажити виробничі потужності та зберегти виробничий потенціал 2. Альтернативні варіанти використання сировини, матеріалів, технологій відходів 3. Незайнятість та неповне використання ресурсів	1. Неперспективність (у даний момент) традиційного виробництва, пошук нових сфер вкладення капіталу 2. Отримання синергетичного ефекту 3. Економічна обмеженість ресурсів	1. Розподіл ризиків між більш великим об'ємом виробництва 2. Фінансова стабільність	1. Стабільність робочих кадрів 2. Створення нових робочих місць 3. Задоволення соціальних й інших проблем потреб	1. Пристосування до кон'юнктури ринку 2. Протидія коливанням кон'юнктури. 3. Збереження майбутнього підприємства
Цілі				
1. Економічна стабільність і фінансова стійкість підприємства 2. Отримання доходу від реалізації нового товару та ефективного використання своїх активів 3. Зріст конкурентоспроможності				

Рис. 2. Мотиви та цілі диверсифікації підприємств машинобудування Запорізької області

Запорізька область є одним з найбільш технологічно розвинених регіонів України зі значним науково-технічним і виробничим потенціалом, який приваблює індивідуальних інвесторів. Найбільший інтерес для них становили такі галузі промисловості: обробна промисловість – 433,54 млн доларів США або 78,9% загального обсягу прямих інвестицій, машинобудування – 171,2 млн доларів США (31,1%), металургія та оброблення металу – 155,28 млн доларів США (28,2%), харчова промисловість – 73,57 млн доларів США (13,4%), оптова та роздрібна торгівля – 65,62 млн доларів США (11,9%), добувна – 24,82 млн доларів США (4,5%) [5].

Для того, щоб визначити активність машинобудівної галузі Запорізької області в сфері диверсифікації виробництва необхідно дослідити існуючі тенденції в галузі на прикладі групи машинобудівних підприємств. Для вибору стратегічних пріоритетів конкурентної стратегії для розрахунків доцільно використати індекс Херфіндала-Хіршмана (ННІ) [1]. Даний показник використовується в країнах з розвинутою ринковою економікою для оцінки концентрації підприємств у певній галузі. Ми пропонуємо гіпотезу про можливість використання цього

показника для оцінки рівня диверсифікації виробництва на машинобудівному підприємстві. Параметри, що використовуються для розрахунку, показують частку об'єму виробництва конкретної продукції у загальному об'ємі виробленої продукції цього ж підприємства:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n Y_i^2, i=1, \dots, n, \quad (1)$$

де Y_i^2 – частка i -го виду виробничої діяльності в загальному об'ємі виробничої продукції (об'єм реалізованої продукції) підприємства, кількість видів виробничої діяльності, що здійснюється підприємством.

Індекс приймає значення нуля коли є велика кількість видів виробничої діяльності та до одиниці, коли підприємство здійснює один вид виробничої діяльності. Якщо значення індексу ближче до нуля, то виробництво на підприємстві є більш диверсифікованим. Для розрахунків були використані показники по машинобудівним підприємствам Запорізької області, в основу формування вибірки взятий принцип безбитковості виробничої діяльності. Результати розрахунків індексу Херфіндала-Хіршмана наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Показники диверсифікації виробництва на машинобудівних підприємствах Запорізької області

№ п/п	Найменування підприємств	Роки		
		2005	2006	2007
1	ВАТ „Мотор Січ”	0,817	0,824	0,827
2	ВАТ „Запорізький трансформаторний завод”	0,733	0,724	0,709
3	ЗАТ „Запорізький автомобілебудівний завод”	0,025	0,021	0,017
4	ВАТ „Мелітопольський компресор”	0,743	0,742	0,738
5	ЗАТ „Запорізький завод важкого кранобудування”	0,762	0,761	0,754
6	ДП Мелітопольський завод „Гідромаш”	0,763	0,762	0,755
7	ВАТ „Бердянські жатки”	0,757	0,750	0,742
8	ВАТ „Мелітопольський завод тракторних агрегатів”	0,754	0,747	0,741
9	Запорізький машинобудівний завод ім. В.І. Омельченка	0,287	0,281	0,277
10	ВАТ „Рефма”	0,951	0,978	0,991

Виходячи з даних таблиці 1 та за результатами проведеного дослідження можна виділити підприємства з високим (0-0,3), середнім (0,3-0,6) та низьким (0,6-1) рівнем диверсифікації виробництва. Під низьким рівнем слід розуміти діяльність підприємства переважно в одній галузі, під високим – концентрацію зусиль на багатьох видах діяльності, під середнім – підприємства, що знаходяться у стадії форму-

вання системи корпоративного управління з метою зосередження зусиль в існуючій сфері діяльності або в стадії пошуку найбільш привабливих ринків збуту.

Усі групи підприємств переслідують одну основну ціль – збільшення конкурентноздатності за рахунок зниження ризику від основної діяльності та отримання додаткового прибутку, отриманого шляхом

ефективного використання основного капіталу підприємства, фінансових та трудових ресурсів.

ВАТ „Мотор Січ”, ЗАТ „Запорізький автомобілебудівний завод” та Запорізький машинобудівний завод ім. В.І. Омельченка відносяться до підприємств з високим та середнім рівнем диверсифікації виробництва, що визначає загальну стратегію цих підприємств як направлену на максимальне охоплення ринку та формування їх монопольного стану. З цього можна зробити висновок, що впровадження процесу диверсифікації виробництва повинно здійснюватися згідно зі стратегією підприємства та за програмою економічного обґрунтування диверсифікації виробництва.

Теоретичне дослідження диверсифікації як економічного явища й аналіз діяльності машинобудівних підприємств [2] дозволили створити базу для визначення перспективних напрямів їх диверсифікації і вибрати найбільш оптимальні види і методи її застосування з урахуванням особливостей української економіки.

Передумови диверсифікації виробництва і мотивація, яка виражає проміжні цілі її проведення, у більшості українських підприємств обумовлені кризовим станом економіки, який виявляється низькою рентабельністю і навіть збитковістю багатьох з них [3]. Роблячи спроби вирішити свої виробничі та фінансові проблеми за допомогою диверсифікації, ці підприємства мають безліч альтернативних мотивів для її вибору – бажання більш повно завантажити виробничі потужності, досягнення синергетичного ефекту, створення нових робочих місць і т. ін. Кінцевою метою при цьому є, як і при виборі інших подібних стабілізаційних заходів, – досягнення економічної стабільності, фінансової стійкості та конкурентоспроможності. Проте,

зараз застосування диверсифікації в аспекті підвищення конкурентоспроможності українськими підприємствами розглядається не тільки як чинник стабілізації, але й є засобом виживання на тлі масового імпорту та в умовах економічної кризи.

Зроблені на основі аналізу висновки дозволили виділити два найбільш важливі аспекти для постановки конкретної мети при виборі напрямку і виду диверсифікації.

По-перше, цілі диверсифікації виробництва безпосередньо залежать від фінансового стану і можливостей підприємства. Виходячи з цього, нами запропонована чотиривимірна градація підприємств (рис. 3) для визначення стратегічних напрямів диверсифікації: збиткові (IV група), низькорентабельні (низький рівень – III група), відносно сприятливі (середній рівень – II група) і досягаючи успіху підприємства (високий рівень – I група).

По-друге, при покращенні підприємством свого фінансового стану можуть, відповідно змінюватися і цільові установки за диверсифікаційними напрямками, іншими словами пріоритетність цілей різна в короткостроковому і довгостроковому періодах, тобто відповідає типології цілей за часом (стратегічні і тактичні). Перед підприємствами нижнього рівня (четверта група), згідно нашої схеми, стоїть завдання вийти із зони збитковості та перейти в беззбиткову зону. Основною метою для цього рівня є збереження прав самостійного суб'єкта господарювання, тобто не допустити банкрутства і бути платоспроможним. Ця група підприємств при виборі цілей диверсифікації повинна віддавати пріоритет подоланню порогу збитковості з мінімальними фінансовими вкладеннями і переважно в короткостроковому

Вихідна позиція підприємств	Ступені пріоритетності цілей		Рівні стратегії
<i>Високий прибуток</i> I група		1. Розширення ринків 2. Соціальні цілі 3. Стратегічні цілі	<i>Стратегія розширення</i>
<i>Помірний прибуток</i> II група		1. Економічна стабільність 2. Фінансова стійкість 3. Постійний прибуток	<i>Стратегія укріплення</i>
<i>Мінімальний прибуток</i> III група		1. Збільшення прибутку 2. Зріст виробництва 3. Зріст конкурентоспроможності	<i>Стратегія підйому</i>
<i>Крапка беззбитковості</i>			
<i>Збитковість</i> IV група	1. Подолання порогу збитковості 2. Мінімальні вкладення 3. Збільшення завантаження потужностей		<i>Стратегія виживання</i>

Рис. 3. Пріоритетність цілей диверсифікації за рівнями рентабельності підприємств

періоді, що означає використання, в основному, наявного потенціалу, перш за все, за рахунок збільшення завантаження вільних виробничих потужностей, максимального використання устаткування, машин, механізмів, а також трудових ресурсів, їх професіоналізму і творчого потенціалу.

До четвертої групи близько стоїть третя, для якої характерним є прагнення до збільшення прибутковості. Такі підприємства при виборі основних напрямів поліпшення свого стану також орієнтуються на диверсифікацію, пов'язану з максимальним використанням наявного виробничого потенціалу і з розширенням видів діяльності, що не вимагають значних фінансових вкладень.

Інша виділена нами група (друга) включає підприємства, стан яких можна розцінювати як відносно стійкий (середній рівень). Перед ними не так гостро (або не в тому масштабі) стоїть проблема банкрутства, тому суб'єкти цього рівня можуть за допомогою диверсифікації добиватися зростання прибутку, розширення асортименту і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, вони, застосовуючи диверсифікацію, прагнуть укріпити власні позиції. При цьому їх метою є забезпечення постійного прибутку, економічної стабільності і фінансової стійкості.

У першу групу ми пропонуємо включати підприємства, що досягли успіху за основним профілем своєї діяльності, стабільно одержують прибуток, мають достатньо міцні позиції на ринку і здатні виконувати різні соціальні та стратегічні програми. Таким підприємствам не слід обмежуватися рамками традиційної діяльності, а треба прагнути до розширення в інші сфери економіки, зокрема, що вимагають вкладення капіталу. При цьому, варіантні стратегії диверсифікації направлені на нарощування маси прибутку підприємствами в середньостроковому або довгостроковому періодах.

Згідно наведеної вище градації перейдемо до визначення рівня, на якому знаходяться підприємства машинобудування. Беручи до уваги, що з 627 підприємств машинобудівної галузі Запорізької області 20% визнані збитковими, причому цей показник продовжує рости, робимо загальний висновок про віднесення їх до нижнього рівня (четверта група).

Близько 50% підприємств машинобудування мають мінімальний прибуток, і їх необхідно віднести до третьої групи. З 30% залишку загального числа підприємств цієї галузі

промисловості дві третини мають помірний прибуток, і віднесені нами до другої групи, і лише одна третина (близько 7% підприємств) одержують високий прибуток і можуть бути включені в першу групу.

Висновки:

1. Здійснений аналіз показує гостру необхідність в проведенні диверсифікації виробництва на машинобудівних підприємствах Запорізької області. Враховуючи особливу значущість результатів діяльності галузі машинобудування на соціально-економічні показники Запорізької області як на макро-, так і на мікро рівні необхідна розробка програми диверсифікації виробництва з урахуванням стратегії підприємства.

2. Для вибору стратегічних пріоритетів конкурентної стратегії машинобудівних підприємств області для розрахунків був використаний індекс Херфіндала-Хіршмана. Виходячи з розрахунків можна виділити підприємства з високим (0-0,3), середнім (0,3-0,6) та низьким (0,6-1) рівнем диверсифікації виробництва.

3. Зроблені на основі аналізу висновки дозволили виділити два найбільш важливі аспекти для постановки конкретної мети при виборі напрямку і виду диверсифікації. По-перше, цілі диверсифікації виробництва безпосередньо залежать від фінансового стану і можливостей підприємства.

3. Виходячи з вищезазначеного, нами запропонована чотиривимірна градація підприємств для визначення стратегічних напрямів диверсифікації.

4. При покращенні підприємством свого фінансового стану можуть, відповідно змінюватися і цільові установки за диверсифікаційними напрямками, іншими словами пріоритетність цілей різна в короткостроковому і довгостроковому періодах, тобто відповідає типології цілей за часом (стратегічні і тактичні).

Література

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.С. Азриляна. — М.: Ин-т новой экономики, 1997. — 864 с.
2. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи: монографія / Н.В. Тарасова, І.С. Калініченко, В.А. Романенко, К.Ф. та ін. / Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. — Ніжин: Аспект-Поліграф, 2007. — 307 с.
3. Пономаренко В.С. Стратегічне управління

організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / Пономаренко В.С., Золотарьов А.М., Ястремська О.М. та ін. / За заг. ред. В.С. Пономаренко. – Х.: ХНЕУ, 2005. – 452 с.

4. <http://www.ukrstat.gov.ua//operativ/operativ2008/>.
5. Статистичний щорічник Запорізької області за 2007 рік / За ред. Головешка В.П. – Запоріжжя: Головне управління статистики, 2008. – 412 с.

Поступила до редакції 24.12.08

© О.А. Ковтун, 2008

УДК 530.19

Б.В. Артем'єв*

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДОВИХ ПРОЯВІВ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто класифікація видових проявів потенціалу підприємства. Наведено блочно-модульну структуру потенціалу підприємства та ресурсні складові потенціалу підприємства.

В статье рассмотрена классификация видовых проявлений потенциала предприятия. Приведена блочно-модульная структура потенциала предприятия и ресурсные составляющие потенциала предприятия.

Постановка проблеми. Під час формування ринкової економічної системи набувають особливу актуальність проблеми планування і оптимізації можливостей підприємств довгострокового і поточного характеру. Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність утворення гнучких виробничо-організаційних систем, які робили б можливим миттєве реагування на зміни в навколишньому середовищі. Враховуючи це, слід надати увагу переосмисленню концептуальних підходів до створення і розвитку вітчизняних підприємств, а, перш за все, до процесів цілеспрямованого формування їх потенціалів.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями визначення сутності та класифікації видових проявів потенціалу підприємства займають відомі українські та закордонні автори, серед котрих слід назвати: І. Ансоффа, У. Кінга і Д. Кліманда, Б. Карлофа, Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сушенко О.А., Федоніна О.С., Репіну І.М., Олексик О.І., Краснокутську Н.С. Різноманітність наукових підходів потребує їх узагальнення та класифікації.

Ціллю статті є визначення та проведення класифікації видових проявів потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського. У словнику іноземних слів [1, с. 89] приводиться тлумачення терміна як «міць», «сила». В етимологічному словнику російської мови відзначається походження слова «потенційний» як запозиченого в 19 сторіччі з французької мови, де *potentiel* з латинського *potentialis* похідного від *potens* «здатний», буквально «здатний бути» [2, с. 169].

У Великій Радянській Енциклопедії приводиться визначення терміна «потенціал» як «засобу, запаси, джерела, що мають у наявності і здатні бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення визначених цілей, здійснення плану; рішення якої-небудь задачі; можливості окремого обличчя, суспільства, держави у визначеній області» [3, с. 542].

У книзі Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сушенко О.А. «потенціал» як економічна категорія трактується в такий спосіб: «Можливість і готовність суб'єктів ринку спеціалізуватися в тих видах діяльності і виробництва, по яких у кожен момент часу мають абсолютні чи порівняльні переваги» [4, с. 38].

Існує потенціал вищого і нижчого порядку. Нижчого порядку потенціали – це локальні потенціали. Потенціал вищого порядку складається з потенціалів нижчого по-

* Артем'єв Б.В. – асистент кафедри економіки підприємства Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, м. Луганськ.