

УДК 338.33

Доценко Г.О., аспірантка між кафедральної проблемної науково-дослідної лабораторії соціально – екологічної економіки (Сумський національний університет, м. Суми)

ДЕРЖЕВНА ПІДТРИМКА ТА РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ
Викладено підходи по удосконаленню організаційних заходів держави для здійснення структурної
перебудови в промисловості, а також аспекти підтримки диверсифікованих підприємств
The approaches to perfection of organizational measures of the state for realization of structural
reorganization in an industry, and also aspects of support enterprises of diversification are stated

Однією з основних умов структурної перебудови економіки в Україні, а також її виходу з критичного становища та зростання ефективного виробництва є підвищення техніко – економічного рівня, реалізація нових технологій для випуску конкурентоспроможної продукції. Необхідні для цього інвестиції вимагають економічного обґрунтування, оцінки економічної доцільності використання тих чи інших технологій у конкретних умовах виробництва. Криза і зумовлені нею втрати спонукали шукати стабільності у вітчизняному виробництві.

На сьогоднішній день положення економіки на мікро- та макrorівні характеризується деформованою структурою виробництва. Тому одним з стратегічних завдань найбільш ефективного розвитку виробничого потенціалу є структурна перебудова. Підприємці, які сягнули вершини конкретного бізнесу намагаються інвестувати у нові бізнеси. Які на цей момент є перспективнішими.

Диверсифікація виробництва (діяльності) – перехід від однобічної, що часто базується лише на одному продукті виробничої структури, до профільного виробництва з широкою номенклатурою випуску продукції. Тобто це засіб адаптації діяльності підприємства до ринкових відносин, шляхом проведення комплексу заходів організаційно – економічного, техніко – технологічного та фінансового характеру, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності та зміцнення фінансової стійкості.

Деякі аспекти цієї проблеми розглянуті в працях спеціалістів І. Ансоффа, А.Аккофа, М.Портера, Ф.Котлера, П.Друкера. С.Янга. А.Томпсона, А.Дж.Стрикленда, а також у вітчизняних вчених – В.А. Борисова, Н.Г.Маслак, М.Х. Корецького, І. Франчука, О. Семенова, О. Ткачова, Н.В. Бутенко та інших. Аналіз публікацій вчених дає підставу зробити висновок, що диверсифікація діяльності підприємства здійснюється на основі: об'єднання виробництв (створення нових підрозділів), поглинання або вертикальної інтеграції. Всі ці напрямки дають можливість отримати економію на охоплені – скорочення середніх витрат, що відбувається в результаті використання виробничих потужностей в одному підрозділі для виробництва великої різноманітності товарів.

Практика діяльності в умовах ринку показує, що планування над постачальниками або контроль збутової мережі може опинитися вирішальним фактором комерційного успіху за слідуєчих умов: економія витрат на придбання сировини та реалізацію готової продукції; отримання доступу до дешевих джерел сировини та нових ринків збуту; прибутковість збутової або закупівельної мережі; можливість використання передової технології в виробничо – збутовій діяльності [1].

Головною метою проведення диверсифікації є створення повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності, які здатні ефективно функціонувати в умовах переходу до транзитної економіки. Тому ціллю дослідження є викладення підходів по удосконаленню організаційних заходів держави для здійснення структурної перебудови, а також підтримка диверсифікованих підприємств.

Диверсифікація являє собою стратегія маркетингу, що має напрямом на розширення кількості сфер діяльності фірми на ринках збуту нових товарів чи послуг, які не пов'язані з основним виробництвом. Основний спосіб отримання переваг в даній стратегії – це ліквідація конкуренції та використання вже накопичених раніше факторів успіху: ринки збуту, канали збуту, методи збуту, виробничі потужності, системи управління, кваліфікований персонал, дешева робоча сила.

При диверсифікації виробництва та збуту фірма може орієнтуватися на використання прибутку та (або) доходів від реалізації частини продукції інших новостворених підприємств, ставити задачу по скороченню ризику капіталовкладень за рахунок розширення сфер діяльності або навіть добиватися підвищення престижу фірми.

Стратегія диверсифікації отримала широке розповсюдження серед великої кількості крупних фірм, проведення маркетингу не декількох ринках збуту одночасно знижує можливість банкрутства.

Однак в діяльності фірм та компаній є випадки, коли доцільно прийняти рішення про вихід з того чи іншого ринку, поступово згортаючи операції.

Диверсифікаційний ріст виправданий в тих випадках, коли галузь не дає фірмі можливостей для подальшого зростання або коли можливість росту за межами цієї галузі значно привабливіше [2].

Застосування стратегії диверсифікації позитивно впливає на конкурентне положення промислових підприємств. Така стратегія є особливо вигідною при зростанні нееквівалентності міжгалузевого обміну. Можливість диверсифікації сприяє підвищенню ефективності комерційної діяльності підприємств. Для багатьох українських підприємств, які функціонують в умовах транзитної економіки, вибір стратегії диверсифікації як концепції конкурентоспроможності обумовлюється непрозорістю ринку, недостатнім інформаційним забезпеченням, недосконалістю контактних відносин.

Вивчення накопиченого досвіду з диверсифікації дозволяє викласти ієрархію завдань підприємства при прийнятті рішення про цю стратегію (рис.1).

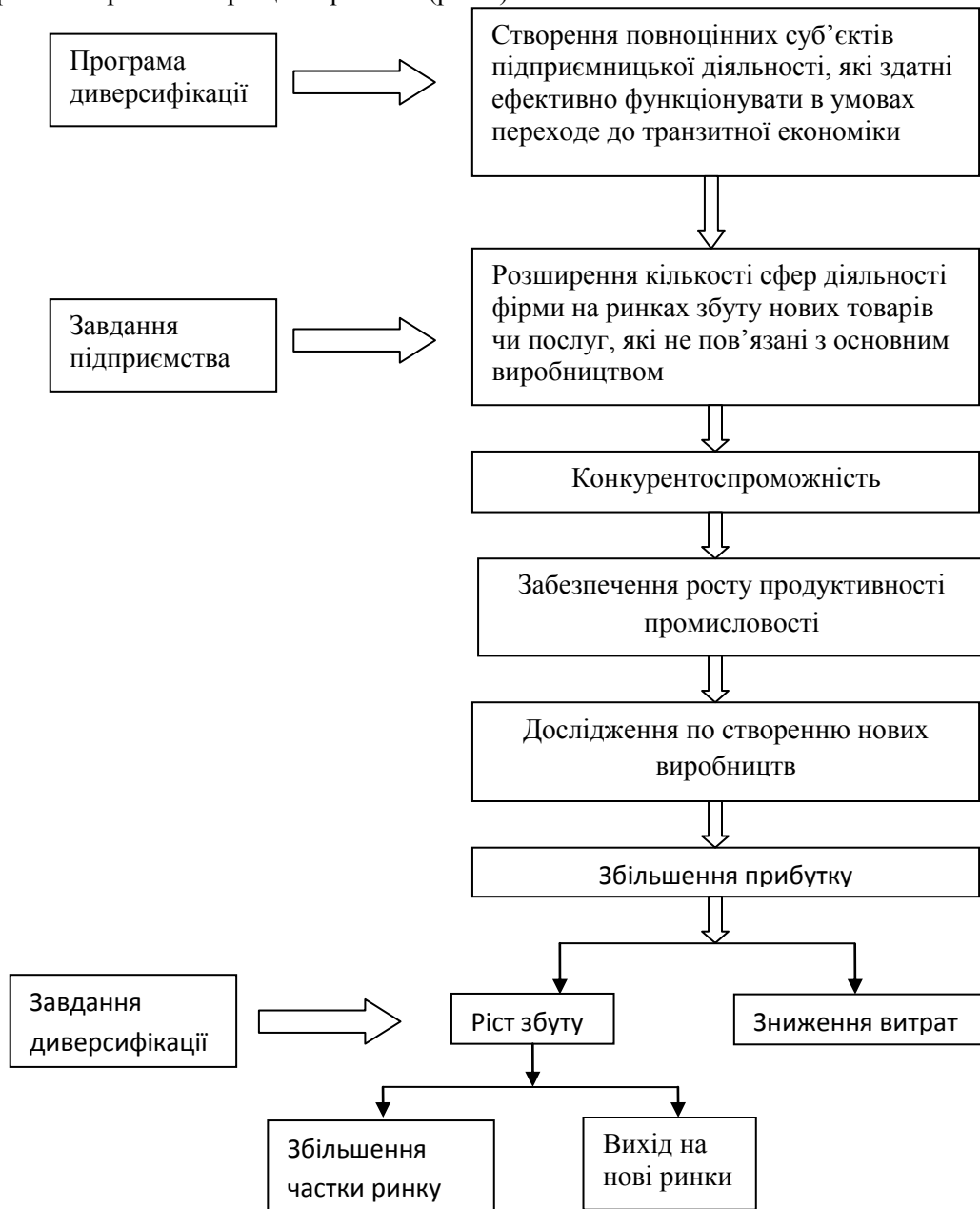


Рис.1. Ієрархія завдань підприємства при прийнятті рішення про диверсифікацію

Але ж при виборі стратегії диверсифікації підприємство має багато проблем, однією з них є кредитування нового бізнесу.

Банки охоче фінансують диверсифікаторів. Начальник управління розвитку кредитного фінансування банку «Надра» відмітив, що близько 60% звернень щодо кредиту пов'язані з розширенням бізнесу без змін товарів і послуг, 35-39% пов'язані з диверсифікацією бізнесу, спрямованої на випуск добре відомих на ринках товарів, але з новими споживчими якостями або відмінностями, добре, якщо старе і нове поєднується 50/50. Фінансування диверсифікаторів іде залюбки, так як цим компаніям не потрібно буде гатити кошти, аби пояснювати покупцям, що за товар, а шансів на отримання добрих фінансових результатів у них більше ніж у «застиглих» компаніях.

Кредитування в таких випадках зазвичай розраховується на п'ять років з пільговими двома першими роками (за основними виплатами). Але ж треба звернути увагу на те, що існують певні фактори, які впливають на ухвалення рішення по кредитуванню заявника:

1. Наявність власних накопичених грошових коштів у розмірі не менш як 20% вартості проекту і ще 10% - у вигляді інтелектуальної власності, нерухомості тощо;
2. Наявність команди менеджерів – сучасних управлінців;
3. Комплект документації, який доводить, що цей проект – не примха, а свідоме рішення, серйозно опрацьована технологія щодо всіх компонентів бізнесу, з варіантами його розвитку – і песимістичними, і оптимістичними.

Цікаво, що менше 1% звернень припадає на візити вчених або друзів учених, які мають тільки патенти і мріють про бізнес на відомих або не відомих товарах і послуг.

Щодо страхування диверсифікаторів, то треба відмітити, що страхування втрати бізнесу або неотримання прибутків – новинка для України. Але це комплексна послуга, до якої входить страхування нерухомості, майна, персоналу, фінансових ризиків (контракти) і втрати бізнесу. Саме такий комплексний вид страхування доцільний для диверсифікованих та інноваційних проектів.

В цьому зацікавлені і клієнти і страхові компанії. Страхування втрати бізнесу не має єдиного тарифу, але вираховується в межах 3-5% запланованого річного прибутку або можливих втрат.

Треба відмітити, що існує спеціальна група експертів – економістів, які аналізують бізнес клієнта і прогнозують ризики навіть в умовах дефіциту інформації та неможливості застосувати звичні методи аналізу і розрахунків (коли йдеться про інноваційні бізнеси, де жодні маркетингові дослідження не дають точного прогнозу). Якщо клієнт ідеально підготував документи, для експертизи досить 1 тижня. Нажаль, ще мало клієнтів обізнаних з новою послугою.

Важливим питанням є прийняття організаційних заходів держави для здійснення структурної перебудови в промисловості. До таких заходів можна віднести:

1. Введення пільгових податків для підприємств, які здійснюють капітальні вкладення в розвиток та модернізацію виробництва, в створення матеріальної бази соціальної сфери, тобто можна звільнити від податків на прибуток, який іде на реконструкцію та модернізацію активної частини виробничих фондів, на нове будівництво, розширення, застосування та освоєння нових потужностей з виробництва товарів;
2. Створювати матеріальні умови для розвитку підприємництва, в тому числі шляхом використання об'єктів виробничої інфраструктури, яка є державною власністю, для обслуговування підприємств;
3. Необхідно створювати систему інформаційного забезпечення підприємств.

Для покращення торгівельного балансу в окремих галузях необхідно вводити заходи щодо стимулювання експорту та обмеження імпорту продукції.

Повинна бути передбачена підтримка держави товаровиробників: найбільш важливі експортні види продукції повинні звільнитися від експортних податків.

Підприємствам – товаровиробникам під реальні програми нарощування випуску продукції та опанування нових видів товарів для експорту та внутрішніх потреб необхідно надавати пільги та субсидії з бюджету.

В сучасних умовах у регіональних органів виконавчої влади важелі прямого впливу на економічні об'єкти практично відсутні. Враховуючи ці обставини, їх задачею в розв'язанні цієї проблеми є створення в рамках наявних у них повноважень системи, що забезпечує зацікавленість підприємства в проведенні структурних перетворень та узгодження інтересів всіх сторін (диверсифікованих підприємств, їх власників, працівників та кредиторів).

Задача кожного диверсифікованого підприємства – вибрати та економічно обґрунтувати їх конкретну стратегію. При цьому підприємствам, що проводять диверсифікацію, може бути надана підтримка, яка має на меті:

1. Забезпечення стабілізації та покращення фінансового стану;
2. Сприяння підвищенню конкурентоспроможності, інвестиційній привабливості та виходу на зовнішній ринок;
3. Стимулювання інших підприємств до проведення структурних перетворень

В цілому диверсифікація виробництва промислових підприємств дає не малий ефект, перед усе це стосується можливості підйому промислового виробництва.

Коли пряме втручання в діяльність господарюючих суб'єктів практично неможливе, а вплив економічними методами стримується із-за відсутності фінансових засобів, основною задачею регіональних органів управління є створення необхідних умов для функціонування підприємства,

зростання прибутку, підвищення конкурентоспроможності продукції та відповідно збільшення абсолютної величини відрахувань в місцевий бюджет.

1. Абрамова Г.А. Маркетинг: вопросы и ответы. – М.: Агропромиздат, 1991. – 159с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. С англ./Общ.ред и вступ. Ст.. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогрес, 1990. – 736с.
3. <http://www.ukrindustrial.com>
4. Bigbn.com.ua