

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ, ПОНЯТТЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ЗДІЙСНЕННЯ У МАШИНОБУДУВАННІ

Розглянуто зміст поняття “диверсифікація”, доведено необхідність активізації здійснення диверсифікації у машинобудівній галузі, виявлено причини низьких темпів диверсифікації машинобудування України.

The content of the concept of “diversification”, the necessity to enhance the implementation of diversity in the engineering industry, the reasons of low rates of diversification machinery in Ukraine.

Вступ. Сучасний стан розвитку економіки, поглиблення фінансово-економічної кризи ставлять вітчизняні підприємства в умови пошуку шляхів збереження життєдіяльності підприємства. З іншого боку вимагає вирішення проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, пошук напрямів реалізації потенційних можливостей підприємств. Одним із шляхів вирішення існуючих проблем є диверсифікація діяльності вітчизняних підприємств.

Важливість диверсифікації доведена можливістю отримання підприємствами варіантів виходу із кризи. Також в умовах інтенсифікації процесів глобалізації та інтеграції, активізації виходу підприємств на зовнішній ринок “диверсифікація представляється найбільш придатним шляхом для інвестиції капіталів і зменшення ступеня ризику” [1, с. 42–45].

Категорично заперечувати ймовірність ризиків у діяльності диверсифікованого підприємства є безглуздом. Але настання ризиків одночасно за всіма напрямками діяльності диверсифікованого підприємства значно менша, ніж у вузько спеціалізованого. За своєю суттю диверсифікованість – це “розпорошеність” ризиків за принципом: “не клади яйця в один кошик” чи “не тримай гроші в одній кишені” [2, с. 43–44]. Тому питання необхідності та визначення напрямів диверсифікації поряд із посиленням інтеграційних процесів у сучасних умовах набуває особливої актуальності.

Постановка завдання. Аналіз останніх досліджень і публікацій показав різноманітність тлумачень як самого терміну “диверсифікація” так і широку варіативність здійснення її на вітчизняних підприємствах. Питання диверсифікації, передумови та напрями її здійснення розглядалися у роботах зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів. Серед них: Аронов А.М., Жулина Є.Г., Касянчук Т.В., Козаченко Г.В., Комісаренко Д.А., Корінько М.Д., Куц Л.Л., Леман Р., Портер М., Томпсон А. Проте, зміна умов діяльності підприємств вимагає постійного дослідження даного питання.

Метою статті є розкриття сутності диверсифікації, а також проведення аналізу диверсифікованості вітчизняного машинобудування та виявлення причин, що заважають її здійсненню.

Результати дослідження. Для визначення продуктової диверсифікації варто уточнити визначення даного економічного явища. Різними авторами наводяться наступні визначення диверсифікації та її видів. Наведемо деякі з них. “Диверсифікація – (лат. *diversus* – різний *facere* – робити) розподіл інвестованих та позикових грошових капіталів між різними об’єктами вкладень з метою зниження ризику можливих втрат капіталу та доходів від нього. Диверсифікація вертикальна – розподіл інвестицій у виробництво, пов’язаних з різними стадіями обробки одного виду продукту. Диверсифікація горизонтальна – розширення асортименту за рахунок нових товарів-аналогів з метою зростання попиту на них у традиційних покупців. Диверсифікація концентрична – розширення асортименту шляхом випуску нових товарів в додаток до існуючих.

Диверсифікація багатогалузева – об’єднання в межах однієї управлінської структури (фірми, корпорації) виробництв, що відносяться до різних галузей народного господарства. Диверсифікація продукції – розширення числа модифікацій однієї і тої самої продукції. Реальна диверсифікація продукції повинна задовольняти запити споживачів. Разом з тим, існує і уявна диверсифікація продукції, коли якісні характеристики товарів залишаються незмінними, а змінюються тільки його дизайн та упакування, але на ринку певний товар пропонується як новий за більш високою ціною. Диверсифікація продукції використовується на ринках зі стабільним попитом та пропозицією і жорсткою конкуренцією зі сторони пропозиції. Диверсифікація виробництва – одночасний розвиток багатьох, непов’язаних один з одним видів виробництва, розширення асортименту виробів цього підприємства. Диверсифікація економічної діяльності – розширення активності великих підприємств, об’єднань та цілих галузей за рамки основного бізнесу (мається на увазі виробництво товарів та послуг, що займають максимальні частки в чистому обсязі продаж порівнянл з іншими видами продукції що випускається). Найважливіша складова структури сучасних ринкових економік стимулює намагання фірм в умовах конкуренції зміцнити свою позицію на ринку, своєчасно відреагувати на зміни економічної кон’юнктури, забезпечити ефективність своєї діяльності. При цьому підприємства із спеціалізованих перетворюються в багатогалузеві комплекси, конгломерати, складові частини яких не мають між собою функціональних зв’язків [3, с. 161–162; 4, с. 185]. Борисов А.Б. наводить наступне визначення диверсифікації та її видів: “Диверсифікація – це розширення асортименту зміна виду продукції, що виробляється підприємством або фірмою, впровадження нових видів виробництв з метою зростання ефективності виробництва, отримання економічної вигоди, попередження банкрутства” [5, с. 174–175]. “Горизонтальна диверсифікація – розширення асортименту, складу продукції що виробляється за рахунок виробництва нових виробів, відмінних від тих що виробляються на певний момент часу”

[5, с. 136]. Тоорфлер Б.Е., Імбер Дж. у словнику маркетингових термінів наводять наступне визначення диверсифікації а також її видів: “Диверсифікація – це стратегія забезпечення зростання корпорації, при якій бізнес збільшує свої продажі шляхом придбання або створення нових виробництв, які виробляють інші товари. Існує три основних стратегії диверсифікації: концентрична диверсифікація, при якій новий бізнес виробляє продукцію за технічними характеристиками аналогічну тій продукції що випускається, але направлену на інші групи споживачів; горизонтальна диверсифікація, при якій новий бізнес виробляє продукцію, що абсолютно не пов’язана з тією що випускається, але направлену на ті ж групи споживачів та конгломератна диверсифікація, при якій новий бізнес виробляє продукцію абсолютно не пов’язану з тією що випускається, і направлену на абсолютно інші групи споживачів” [6, с. 131].

Самуельсон П. у своїй роботі “Економікс” визначає диверсифікацію продукції як “наявність таких характеристик які роблять подібні блага менш досконаліми порівняно із заміниками. Наприклад, відмінність у місцезнаходження попереджають однакові марки бензину, що продаються в різних місцях. Фірми які діють в умовах диверсифікації продукту мають перед собою спадаючу криву попиту, а не горизонтальну – як при досконалій конкуренції” [7, с. 781]. “Диверсифікація товарів фізичні чи інші відмінності між товарами різних фірм, що спонукають індивідуальних покупців віддати перевагу товарам однієї фірми перед товарами інших фірм (за умови що продавці продають їх за однаковою ціною). Диверсифікований товар – продукт, який за фізичними чи іншими товарами відрізняється від аналогічних продуктів, які виробляють інші фірми; продукт який подібний, але неідентичний іншим продуктам, а , відповідно, не являється їх повним заміником; продукт який покупці воліють купувати у одного продавця, не зважаючи на те, що ціни у всіх продавців однакові” [7, с. 386–387].

Підбиваючи підсумки, можна зауважити, що за видами диверсифікації виокремлюють: диверсифікацію продукції, виробництва, концентричну, горизонтальну, вертикальну, багатогалузеву та економічної діяльності. Визначення даних видів за своєю суттю ідентичні в трактуванні різних авторів. Окрім того, терміни “диференціація продукту”, “диференціація товарів”, “диференційований товар” та їх визначення, які використовує в своїй роботі Самуельсон П., за своєю суттю відповідають вищевизначеним визначеннями видів диверсифікації.

Деяка відмінність у змістовному навантаженні термінів видів диверсифікації все таки присутня як у роботах класиків економічної думки, так і в роботах сучасних економістів, які часто отожднюють поняття диверсифікації продукції та продуктової диверсифікації. Разом із тим є можливим виокремити основні показники, які характеризують рівень продуктової диверсифікації, а саме: широта асортименту (число асортиментних груп в номенклатурі); глибина асортименту (число асортиментних позицій в асортиментних групах); насиченість (число варіантів моделей за асортиментними позиціями); доля прибутку за асортиментними групами; доля активів за асортиментними групами; доля продукції за галузями (у випадку, коли підприємство виробляє продукцію за декількома асортиментними групами).

Проаналізуємо рівень диверсифікації машинобудування України. Важливість та зростаюча роль машинобудування визначається наступними факторами [8, с. 279]:

- саме в продукції машинобудування в значній своїй частині знаходять своє матеріальне втілення найновіші досягнення науково-технічного прогресу;

- машинобудування є головною капіталотворюючою галуззю господарства. Забезпечуючи в середньому 40–50 % та більше загального обсягу щорічних капіталовкладень в економіку, машинобудування у вирішальній мірі визначає рівень, темпи та масштаби техніко-технологічного переозброєння господарства, сприяє подальшому зростанню його економічної ефективності;

- продукція машинобудування відіграє важливу роль в задоволенні попиту населення на різноманітні технічні засоби. Роль його в цій області також неспинно зростає.

Машинобудування займає вагомe місце в формуванні фінансових результатів серед інших видів промислової діяльності. Переважна частина доданої вартості промислової продукції створюється саме на підприємствах машинобудування. За результатами 2010 р. частка машинобудування у загальному фінансовому результаті роботи промисловості становила 20 %, в натуральному виразі 5531,0 млн грн [9] при тому, що питома вага обсягу реалізованої продукції машинобудування в загальному обсязі реалізованої продукції промисловості становить 11,45 %. Попри теоретичну можливість проведення ґрунтовного аналізу рівня диверсифікації в машинобудівній галузі, практично використання даних показників є досить складним процесом.

Продуктова диверсифікація проявляється в машинобудуванні України наступним чином.

Найбільш перспективними в Україні галузями машинобудівного комплексу є вагоно-, суднобудування, авіаційна і аерокосмічна промисловість та автомобілебудування.

Вагонобудування – одна із найбільш експорторієнтованих галузей України. Всього у вагонобудуванні налічується біля 18 підприємств. Основною продукцією даної галузі є різноманітні моделі вантажних вагонів. Хоча обсяг виготовлення та експорт пасажирських вагонів на сьогоднішній день досить незначний, виробництво даного сегмента продукції починає впроваджуватись на декількох підприємствах, в тому числі на Харківському вагонобудівному заводі. Окрім забезпечення потреб “Укрзалізниці”, підприємства вагонобудування близько 80 % продукції експортують до Росії, Азербайджану, Німеччини, Угорщини, Естонії, Литви, Туреччини та інших країн. Основними представниками заданої галузі машинобудування є ВАТ “Крюківський вагонобудівний завод”, ВАТ “Дніпровагонмаш”, ВАТ “Стаханівський вагонозавод”, ВАТ “Азовмаш”, холдингова компанія “Луганськтепловоз”. Галузь є досить привабливою для інвесторів.

Суднобудування – галузь, яка дісталась “у спадок” Україні після розпаду Радянського Союзу разом із потужною суднобудівною базою. Вона об’єднувала 11 суднобудівних заводів, 27 окремих науково-дослідних інститутів і конструкторських бюро. Галузь забезпечувала одну третю від потреби світового військового кораблебудування. Різне зменшення державного замовлення на продукцію суднобудування зумовило значний спад у галузі. Зростання виробництва, яке спостерігалось у 2004–2005 рр., не стало початком позитивних зрушень у галузі. Завантаження потужностей за даними Мінпромполітики не перевищує 50–60 %. Особливо гостро підприємства галузі відчувають потребу в модернізації. Вирішення даної проблеми власними силами неможливе через брак коштів, а також залежність позикового капіталу. Галузь вкрай потребує інвесторів.

Автомобілебудування, на відміну від суднобудування, в роки незалежності перетворилось в одну із перспективних галузей машинобудування. Варто відзначити, що проблема заміни морально застарілого обладнання також торкнулась автомобілебудування, як і інших галузей машинобудівного комплексу. Виживання галузі у таких умовах було забезпечено здебільшого переорієнтацією автомобілебудівних підприємств від виробництва повного циклу до дрібноузлового та великоузлового складання із імпортованих машинокомплектів. Щоправда, такий шлях уникнення спаду в галузі зберігає також негативні тенденції: знижується частка виробництва повного циклу, знижується частка великоузлового складання, посилюється тенденція до зростання питомої ваги дрібно узлового складання імпортованих автомобілів на площах вітчизняних підприємств.

Вплив світової економічної кризи не оминув також і автомобілебудування, як одну із складових машинобудівного комплексу України. Тому обрана стратегія виробничої діяльності українських підприємств є виправданою і досить ефективною на даному етапі. Обсяг виробництва автотранспортних засобів у натуральному вигляді за січень 2011 зріс майже на всіх підприємствах порівняно з аналогічним періодом 2010 року, так і з груднем 2010 р. (табл. 1) [10].

Таблиця 1

Обсяги виробництва підприємств автомобілебудування України

Підприємство	Січень, 2010 р.	Грудень, 2010 р.	Січень, 2011 р.	% до грудня 2010 р.	% до січня 2010 р.
ЗАТ “АЗ”	262	6503	3177	49	1213
ХК “АвтоКрАЗ”	109	191	42	22	39
ТОВ “ЛАЗ”	0	14	15	107	+
Корпорація “Богдан”	158	3106	0	0	0
ЗАТ “БАЗ”	29	152	77	51	266
ВАТ “КрАСЗ”	1429	527	756	143	53
ЗАТ “Єврокар”	302	923	317	34	105
ТОВ “Автомобільний завод “АнгоРус”	0	32	66	206	+
ВАТ “Часівоярський ремзавод”	36	12	14	117	39
ЗАТ “Чернігівавтозавод”	0	61	0	0	0
Всього	2325	11521	4464	39	192

Однією із найперспективніших галузей українського машинобудування залишається авіаційна і аерокосмічна промисловість. Україна є однією із дев’яти країн, які мають замкнений технологічний цикл створення і виробництва авіатехніки. Конкурентною перевагою українських виробників авіатехніки є спеціалізація на виробництві транспортних, а також пасажирських літаків для регіональних і середніх магістральних ліній. Розташування заводів, які займаються обслуговуванням та післягарантійним ремонтом літаків на ринках країн експлуатації авіатехніки дає можливість подолати деякі слабкості конкурентних позицій України на ринках регіональних та середньомагістральних літаків.

Важливим у напрямку підтримки розвитку вітчизняного машинобудування, а саме особливо його наукоємних, високотехнологічних виробництв, стало схвалення Кабінетом Міністрів України “Концепції реалізації державної політики України у сфері космічної діяльності на період до 2032 року”. Зважаючи на те, що розвиток космічної галузі вважається розвиненими країнами дієвим засобом утвердження своїх національних інтересів, значимість згаданої Концепції для України переоцінити важко.

Космічна діяльність, як вказано у згаданому документі [11], будучи продуктом світового науково-технічного прогресу, сама стала потужним рушієм цього прогресу, внаслідок безперервного постачання до інших галузей світової економіки суттєвого за значенням та безпрецедентного за обсягом потоку нових знань, технологій, наукових розробок, забезпечуючи значний внесок у сталий розвиток економіки країни.

Сьогодні в Україні найбільше вдалось вберегти науково-технічний потенціал саме в ракетно-космічній галузі. Тому подальший розвиток ракетно-космічної галузі сприятиме [11]:

- інноваційному розвитку інших галузей економіки держави за рахунок використання космічної техніки та технологій;
- забезпеченню державних інтересів у сфері національної безпеки та оборони;
- участі у вирішенні глобальних проблем людства за рахунок широкого використання космічних досліджень при вивченні глобальних змін довкілля;
- забезпеченню взаємовигідного міжнародного співробітництва в економічній, політичній та інших сферах;
- сприянню підвищенню ефективності транспортної системи країни.

Завдання, визначені Концепцією, є пріоритетними у державній політиці України і не суперечать реалізації положень Закону України "Про засади внутрішньої та зовнішньої політики" від 1.07.2010, № 2411-VI [12].

Одним із шляхів вирішення поставлених задач визначено поглиблення стратегічного партнерства з Російською Федерацією, Бразилією, Канадою, регіональними економічними угрупованнями (СНД, ЄС) та космічними державами – регіональними лідерами (США, Китаєм, Індією) за рахунок участі у міжнародних космічних програмах та створення передумов щодо набуття членства в Європейському космічному агенстві.

Оптимізму додає визначення джерел фінансування для реалізації державної політики України у сфері космічної діяльності на період до 2032 року. За Концепцією з необхідних 40,84 млрд грн більше 50 % фінансування передбачається за рахунок державного бюджету. Друга частина фінансування здійснюватиметься з інших джерел. Поряд із зростанням як валового так і чистого (комерційного) доходу передбачається вирішення багатьох соціальних проблем (починаючи із зростання кількості зайнятих у галузі). Разом із тим, варто відзначити, що розвиток машинобудування, а саме у космічній галузі, активно відбувається і сьогодні.

Проведемо аналіз зміни обсягів виробництва у розрізі галузевої структури машинобудування (табл. 2).

Таблиця 2

Індекси виробництва промислової продукції машинобудування та індекси цін виробників промислової продукції за видами діяльності (% до попереднього року) [10, 13 с. 109]

Індекс	Рік									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Промислової продукції	107,0	115,8	112,5	103,1	106,2	107,6	94,8	78,1	111,2	
Цін	–	–	–	116,7	109,6	119,5	135,5	106,5	118,7	
Продукції машинобудування	111,3	135,8	128,0	107,1	111,8	119,0	100,3	55,1	136,1	
Цін	–	–	–	110,1	104,3	109,9	120,0	111,3	-	
Виробництва машин та устаткування	100,4	121,4	118,9	112,2	102,9	103,0	98,2	62,4	121,1	
Цін	–	–	–	114,4	106,3	110,0	115,5	114,7	106,1	
Виробництва електричного, електронного та оптичного устаткування	108,1	119,2	149,3	90,8	110,7	129,1	93,2	71,8	124,2	
Цін	–	–	–	110,8	108,6	108,3	111,2	114,5	106,9	
Виробництва транспортних засобів та устаткування	129,6	162,1	124,6	112,4	119,1	130,0	105,7	42,1	161,9	
Цін	–	–	–	106,4	99,8	110,7	127,5	107,5	117,6	

Аналізуючи дані таблиці, можемо дійти висновку, що, незважаючи на позитивну динаміку виробництва промислової продукції загалом та продукції машинобудування в тому числі, реального зростання виробництва продукції машинобудування не відбувається. Статистика доводить, що зростання цін виробників промислової продукції у розрізі галузей машинобудування відбувається зазвичай швидшими темпами, ніж зростання самого виробництва цієї продукції. Хоча варто відзначити, зростання обсягів продукції на підприємствах з виробництва транспортних засобів та устаткування, а також у 2010 р. намітилась позитивна тенденція у виробництві електричного, електронного та оптичного устаткування. Індекси виробництва згаданих видів продукції випереджав індекс цін виробників відповідного виду продукції.

Не підлягає сумніву, що продукція машинобудування є матеріальною основою для розвитку науки і техніки. Продукція машинобудування використовується у всіх галузях економіки. Відповідно, її інноваційність та якість прямо впливає на якість, прогресивність, конкурентоспроможність продукції інших галузей економіки.

На жаль, сьогодення машинобудування характеризується зменшенням фінансування на дослідження та розробки, а також на впровадження передових технологій. Сьогодні існує тенденція зменшення використання досягнень науки і техніки, хоча за часів Радянського Союзу Україна була однією із перших у частині впровадження передових технологій, особливо у машинобудуванні.

Україна на початку своєї незалежності володіла надзвичайно потужним науково-дослідним потенціалом, отриманим у спадок від Радянського Союзу. За даними інформаційного довідника Держплану України у 1990 році нараховувалось 122 науково-дослідних, проектних, технологічних та інших інститутів та 92 конструкторсько-технологічні організації машинобудівного профілю, а також 268 підрозділів у складі виробничих об'єднань і підрозділів [15]. Якщо на початку незалежності кількість наукових організацій за усіма галузями наук залишалась незмінною, навіть спостерігалось незначне зростання їх кількості, то, що стосується технічних наук, залишається сталою тенденція до зменшення (табл. 3) [10].

Таблиця 3

Кількість наукових організацій

Показник	Рік									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
Усього	1490	1479	1477	1487	1505	1510	1452	1404	1378	
Технічні науки	881	863	806	804	806	800	740	692	666	
Питома вага	59,13	58,35	54,57	54,07	53,55	52,98	50,96	49,29	48,33	

Разом з тим, варто зауважити, що, попри зменшення кількості наукових організацій, спостерігається стабільність у кількості інноваційно-активних підприємств у машинобудуванні й у кожній із його галузей

Таблиця 4

Кількість інноваційно-активних підприємств у структурі машинобудування

Показник	Рік			
	2006	2007	2008	2009
Промисловість	1118	1472	1397	1411
Машинобудування	360	421	400	406
Виробництво машин та устаткування	157	189	174	181
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	135	162	156	152
Виробництво транспортних засобів та устаткування	68	70	70	73

Промислові підприємства, в тому числі підприємства машинобудування, впроваджували виробництво інноваційної продукції, інноваційні процеси, проводили маркетингові та організаційні інновації. Оптимізму додає те, що, починаючи з 2000 року, динаміка кількості впроваджень прогресивних технологічних процесів та освоєння виробництва нових видів продукції у промисловості є переважно позитивною, хоча показники 1995 року ще не досягнуті.

Позитивним є впровадження переважною кількістю підприємств за період із 2006 р. по 2008 р. саме інноваційної продукції. Хоча впровадження не обмежується лише цим типом інновацій (табл. 5) [10].

Таблиця 5

Підприємства, що впроваджували інновації за видами діяльності (2006–2008 рр.)

Вид діяльності	Інноваційна продукція	Інноваційний процес	Організаційні інновації	Маркетингові інновації
Промисловість	1063	1026	415	408
Машинобудування	351	266	139	122
Виробництво машин та устаткування	157	129	65	66
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	134	94	49	35
Виробництво транспортних засобів та устаткування	60	43	25	21

Аналізуючи наведені дані, зазначимо, що в структурі впроваджень інновацій як у загальному по промисловості так і у структурі машинобудування найбільшу питому вагу займає кількість впроваджень інноваційної продукції на підприємствах виробництва машин та устаткування. Її частка становить 44,73 % у структурі машинобудування та 14,77 % у загальній кількості впроваджень інноваційної продукції у промисловості.

На завершення аналізу впроваджень інноваційної продукції варто звернути увагу на ефективність цих впроваджень – реалізацію інноваційної продукції (табл. 6).

Таблиця 6

Реалізація інноваційної продукції (2000–2009 рр.)

Показник	Рік						
	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Усього, млн грн	12148,3	18784,0	24995,4	30892,7	40188,0	45830,2	31432,3
у т. ч. принципово нової, млн грн	3813,6	9542,3	10755,4	18194,9	22305,8	14688,7	8511,5
Із загального обсягу поставлено на експорт, млн грн	3023,6	7984,4	12494,8	12797,0	14666,6	23633,1	13200,9
Індекс реалізації інноваційної продукції, % до попереднього року	100,0	154,6	133,07	123,6	130,1	114,04	68,58
Індекс реалізації експорту, % до попереднього року	100,0	264,1	156,5	102,4	114,6	161,1	55,9
Питома вага експортної продукції у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції, %	24,89	42,51	50,00	41,42	36,49	51,57	42,00

Дані таблиці свідчать, що, у структурі реалізації інноваційної продукції значну частку займає продукція експортного спрямування. Ринок все менше потребує продукції невисоких ступенів обробки – сировини та напівфабрикатів. Високотехнологічні, інноваційні товари, які відповідають світовим вимогам і стандартам, навпаки характеризуються високим попитом і є більш конкурентоздатними. Тому питання подолання проблем на шляху активізації диверсифікації потребує нагального вирішення, особливо у сучасних умовах.

Висновки. Проведений аналіз існуючих досліджень довів, що значення терміна “диверсифікація” змінювалось разом із зміною економічних формацій. На сьогоднішній день під диверсифікацією розуміють: урізноманітнення номенклатури, асортименту, зовнішнього виду продукції без змін її властивостей, розширення сфер діяльності підприємства, урізноманітнення капіталовкладень тощо.

Основними особливостями діяльності диверсифікованого підприємства в сучасних умовах, є збільшення складності продукції та послуг; зростання вимог до системи менеджменту якості; збільшення капіталу

ємності, кількості та асортименту продукції та послуг; зменшення життєвого циклу продукції та послуг, а також терміну їх виходу на ринок; використання передових технологій та різноманітних каналів розповсюдження.

Основними проблемами на шляху активізації процесу диверсифікації на машинобудівних підприємствах є відсутність виконання галузевих програм; відсутність коштів на проведення реорганізації підприємств; зменшення притоку інвестицій на українські підприємства; відсутність довгострокового кредитування та високі відсотки по кредитах; значний податковий тиск; нестабільне правове середовище здійснення діяльності.

Аналізуючи наведені особливості діяльності машинобудівних підприємств, вважаємо за необхідне докладніше звернути увагу також на зміну частки накладних витрат (без збільшення яких неможливе проведення змін на підприємстві) в загальній структурі затрат та необхідності розробки інструментів та методів планування затрат, що дозволить врахувати дані особливості, і активізувати проведення диверсифікації як на машинобудівних підприємствах, так і в цілому по галузі. Але це буде темою наших подальших досліджень.

Література

1. Попова С. М. Этапы диверсификации деятельности промышленных предприятий / С. М. Попова // Управління розвитком : зб. наук. статей. – Х. : ХДЕУ, 2002. – С. 42–45.
2. Машина Н. І. Економічний ризик та методи його вимірювання / Н. І. Машина. – К., 2003. – 187 с.
3. Экономическая энциклопедия / науч.-ред. совет изд-ва “Экономика” ; Ин-т экон. РАН ; гл. ред. Л. И. Абалкин. – М. : ОАО “Издательство “Экономика”, 1999. – 1055 с.
4. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / за заг. ред. Б. М. Данилишина. – Ніжин : ТОВ “Вид-во “Аспект-Поліграф”, 2007. – 308 с.
5. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2001. – 895 с.
6. Тоорфлер Б. Э. Словарь маркетинговых терминов / Б. Э. Тоорфлер, Дж. Имбер. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 432 с.
7. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, Д. Нортхауз. – М. : Бином Кно Рус, 1997. – 799 с.
8. Мировая экономика: глобальные тенденции за 100 лет / под ред. И. С. Королева. – М. : Юристъ, 2003. – 604 с.
9. Експрес-ви́пуск. Фінансові результати діяльності підприємств України за січень–грудень 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
11. Концепція реалізації державної політики України у сфері космічної діяльності на період до 2032 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nkau.gov.ua/nsau/newsnsau.nsf/HronoU!open>.
12. Про засади внутрішньої та зовнішньої політики [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верх. Радою 1.07.2010 р., № 2411-VI[2]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2411-17>.
13. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
14. Кто есть кто в машиностроении Украины : информ. справочник / А. В. Ворошнина, Л. В. Занкина, Н. П. Савченко [и др.] / УкрНИИТИ Госплана УССР. – К., 1991. – С. 3–75.
15. Глобальний конкурентний простір : монографія / О. Г. Білорус [та ін.] / Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України, Міжнар. асоц. “Україна–Рим. клуб”, Міжнар. ін-т глобалістики. – К. : КНЕУ, 2007. – 680 с.

УДК 339.187

А. В. ФЕДОТОВ

Финансово-технологическая академия, г. Королев (Московская обл.)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Розглядається вплив зовнішнього середовища на інноваційний розвиток підприємств. Аналізуються економічні фактори зовнішнього середовища та їх вплив на інноваційну діяльність підприємств. Досліджується найважливіша властивість зовнішнього середовища - необхідність зміни під впливом внутрішніх системних факторів. Розкривається процес негативного впливу окремих економічних чинників зовнішнього середовища на інноваційний розвиток підприємств. Даються рекомендації по формуванню інноваційного підходу до зовнішніх економічних чинників, що впливають на розвиток інноваційної діяльності підприємств.

In the article the action of environment on the innovation development of enterprises is examined. The economic factors of environment and their influence on the innovation activity of enterprises are analyzed. Is investigated the most important property of environment – need for change under the action of internal system factors. The process of the negative influence of the separate economic factors of environment on the innovation development of enterprises is revealed. They are given to recommendation regarding the formation of innovation approach to the external economic impulsees, the influencing the development of innovation activity enterprises.