

Игонин В.Д.

*Научный руководитель: д.т.н. Л.И. Шулятьева
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: samuray_soul@mail.ru*

Разработка и реализации стратегии диверсифицированного роста предприятия за счет капитальных вложений на примере ЗАО «Управление Механизированных Работ-10»

Инвестиционная деятельность напрямую влияет на экономический рост страны, а, следовательно, и предприятий. Строительная отрасль переживает непростые времена, поэтому повышение инвестиционной деятельности в строительстве является одной из приоритетных задач страны. В течение года российская экономика продолжила адаптироваться к новым макроэкономическим условиям. Особенностью данной отрасли является высокая конкуренция, так как рынок довольно большой. Поэтому чтобы повысить конкурентно способность предприятия за частую прибегают к инвестированию своих средств.

Объект исследования – ЗАО «Управление Механизированных Работ-10». Основной вид деятельности предприятия – строительные работы разных видов, а также различные монтажные работы. В перечень строительных работ организации можно отнести строительство различных видов зданий, земельные работы, свайные работы, устройства бетонных и железобетонных монолитных конструкций. К монтажным работам, входящим в спектр деятельности данного предприятия можно отнести – монтаж металлических конструкций; монтаж, усиление и демонтаж конструктивных элементов зданий и сооружения, а также работы по теплоизоляции зданий, строительных конструкций и оборудования, по огнезащите строительных конструкций и оборудования. Основными клиентами предприятия являются ОАО «ВМЗ», ОАО «ОМК-Сталь» и администрация городского округа города Выкса.

В 2018 году наблюдается рост объемов выполненных работ в сфере строительства. Так, за 2018 год объем выполненных работ в абсолютных величинах составил 8,4 трлн. руб., что на 5,3% больше показателя 2017 года. [1] С 01.01.2018 года действует подпрограмма «Развитие строительства стандартного жилья в Нижегородской области» («Жилье для нижегородской семьи»). Подпрограмма является частью государственной программы «Развитие жилищного строительства и государственная поддержка граждан по обеспечению жильем на территории Нижегородской области», утвержденной постановлением Правительства Нижегородской области от 30.04.2014 года № 302. Следовательно, вклады в строительную отрасль будут расти.

Основываясь на приведенных статистических данных делаем вывод, что рост на строительные услуги значительно возрастет. Именно поэтому предлагается диверсифицировать капитальные вложения в покупку кирпичного завода, стоимость завода составляет 12 500 тыс. руб. Завод производит кирпич модели М-150, данная модель кирпича пользуется широким спросом на строительном рынке за свою устойчивость к внешнему воздействию и долговечность. Планируется взять кредит на сумму 10000 тыс. руб. под процент 9,9% на срок 5 лет. Остальную сумму взять из прибыли предприятия (2500 тыс. руб.) Для более полного рассмотрения данного предложения рассмотрим, что такое диверсификация, а также ознакомимся с ее видами.

Диверсификация – это процесс расширения активности предприятия, которые используют собственные накопления не только для поддержания и развития собственного бизнеса, но и для производства новых видов продукции, создании новых видов производств, а также для оказания различных новых видов услуг. Отметим положительные эффекты от стратегии диверсификации:

- повышает выживаемость любого хозяйственного субъекта на данном рынке, то есть повышается конкурентоспособность предприятия;
- способствует наиболее полному использованию ресурсов предприятия;
- наиболее полному насыщению рынка теми или иными товарами и услугами;

- повышение прибыльности предприятия.

Так же стоит отметить что непродуманная и экономически не обоснованная диверсификация производства может еще сильнее усугубить обстановку на предприятии.

Диверсификация бывает двух видов – связанная, несвязанная. Теперь опишем каждую из них:

1) Связанная – в основе данного способа диверсификации лежит принцип расширения и распространения возможностей предприятия. Главной целью является ярко выраженные эффект синергизма, то есть объединение производств принесет больше выгоды нежели их отдельные усилия. Существует горизонтальная и вертикальная связанная диверсификация, они и определяют выбор перспектив которое выбрало предприятие, а теперь коротко о них.

- Горизонтальная характеризуется выпуском сопутствующих товаров к ранее производимым в качестве стратегии расширения. Это влечет за собой потребность расширения хозяйственной части предприятия для производства отличного вида продукции, которое выделяется отдельной технологией производства, но связано с основным видом деятельности компании.

- Вертикальная характеризуется расширением ассортимента выпускаемой продукции при условии существующей материальной базы на предприятии.

2) Несвязанная – это использование существующих средств и капитала для освоения совершенно новой отраслевой деятельности, которое не будет связано с прошлой деятельностью предприятия.

Исходя, из представленной информации выше выбираем связанную горизонтальную диверсификацию. Теперь обоснуем выбор именно связанной диверсификации, во-первых предприятие расширяет свои возможности, во – вторых прослеживается эффект синергизма, то есть кирпич мы уже не покупаем по рыночной цене, а производим сами по его себестоимости, что значительно снижает затраты предприятия, в – третьих расширяется хозяйственная часть предприятия для производства новой продукции, которые имеет отдельную технологию производства, но связано с основной деятельностью компании.

Любая финансовая операция, то есть операция, связанная с получением доходов и (или) осуществлением расходов, порождает денежные потоки (потоки реальных денег).

Денежный поток - это зависимость от времени денежных поступлений и платежей при реализации порождающего его предложения, определяемая для всего расчетного периода. [2]

Проанализировав предложение можно сделать вывод, что выручка от реализации полностью окупит затраты. Стоимость одного кирпича данной марки на рынке в среднем равна 11 рублей за штуку, ежегодная потребность предприятия в кирпиче в среднем 3 150 тыс. шт. из этого следует, что затраты на покупку кирпича будут составлять 34 650 тыс. руб., если же производить собственный кирпич при средней его себестоимости 4 рубля, то затраты на производства на собственные нужды будут равны 12 600 тыс. руб. в год. Делаем вывод, что предприятие будет экономить 22 050 тыс. руб., кроме того покупаемый завод стоит на продаже с указанным показателем выпуска кирпича в год – 4 500 тыс. условного кирпича в год, значит остальную нереализованную часть продукции мы продаем по рыночной цене и получаем дополнительный доход в размере 14 850 тыс. руб. в год. Следовательно, мы не только снизим себестоимость продукции но и значительно увеличим выручку.

Литература

1. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/building/
2. "Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов" (утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 N ВК 477)