

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ¹

Горький А.С.², Подборнова Е.С.³, Тюкавкин Н.М.⁴

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва, г. Самара

Ключевые слова: диверсификация, промышленность, предприятие, эффективность, виды, мотивы, цели, направления, стратегия, реализация, оборудование, модернизация.

В последнее время в научной литературе встречается довольно большое количество публикаций о диверсификации промышленного комплекса России. В данных публикациях большое внимание уделяется вопросам изменения структуры производства, модернизации оборудования, переход на новые технологии. Все эти изменения авторы связывают с понятием диверсификации. Причем диверсификации производства, предприятия в целом.

В переводе с латинского (*diversificatio*) диверсификация означает изменение и действие, т.е.: повышение разнообразия выпускаемой продукции, изменение рынков сбыта предприятия, организация новых производств с целью увеличения прибыли, повышения уровня конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия, предотвращения наступления банкротства. Данная диверсификация считается диверсификацией промышленного комплекса или диверсификацией производства [1].

Теперь подойдем к решению этого вопроса с другой стороны. Для чего производится диверсификация производства? Производится только с одной целью: выпускать продукт, востребованный на рынке. Другими словами: диверсификацию производства необходимо производить в целях повышения конкурентоспособных свойств выпускаемой продукции. Да, можно с помощью нового оборудования, новых технологий повысить качество выпускаемой продукции. Но это уже будет продукт с другими, более высокими потребительскими качествами. И, прежде чем его производить, необходимо оценить рынок, узнать спрос на новый, инновационный продукт. Здесь необходимо также и остановиться на цене нового продукта, она, естественно, будет выше, чем у старого. Но, если на рынке не востребован старый, более дешевый продукт, а ему предлагают новый, с более лучшими свойствами и качеством, но более дорогой, то возникает вопрос о его реализации [2].

¹Работа выполнена в рамках финансирования гранта: региональный конкурс «Волжские земли в истории и культуре России» 2016 – Самарская область. Тип проекта 16 – 12 –63004. Тема проекта: «Актуальные вопросы интеграции, диверсификации и модернизации регионального промышленного комплекса». Номер государственной регистрации НИОКР: АААА-А16-116041310109-7.

² Доцент кафедры Экономики инноваций, кандидат экономических наук.

³ Доцент кафедры Экономики инноваций, кандидат экономических наук.

⁴ Доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Экономики инноваций Самарского национального исследовательского университета им. академика С.П. Королева.

Таким образом, подход к диверсификации производства, предприятия, с позиций модернизации и смены технологий, не совсем корректен. Да, мы повышаем потребительские качества продукции за счет повышения цены. А продукт остается прежним.

Еще один вопрос: если на рынке насыщение данной продукцией, появление новых предприятий, выпускающих аналогичную продукцию, то доля рынка исследуемого предприятия однозначно понизится.

Что же является в таком случае диверсификацией промышленного комплекса? Целью диверсификации предприятия является диверсификация продукции. Нужно (после проведения маркетинговых исследований) просто сменить выпускаемый ассортимент продукции. Сменить ассортимент, предоставив на рынок новый вид продукции, по приемлемым ценам для потребителя. И, если мы говорим о диверсификации продукции, то однозначно понимаем смену ассортимента. Говорить о диверсификации предприятия получается не совсем правильно: в любом случае это будет диверсификация продукции.

Теперь еще одно замечание: существует мнение, что предприятие должно диверсифицировать продукцию, по мере снижения спроса на нее на рынке. На предприятиях периодически, привязываясь к спросу, производятся исследования, в которых конечным пунктом предлагается смена ассортимента. Иногда предлагается новый продукт, который ранее не выпускался предприятием, и требует приобретения нового (зачастую дорогостоящего) оборудования и технологий. Это влечет за собой и переподготовку сотрудников, требует новых производственных площадей, согласование различных вопросов с надзорными органами. Через определенный срок решение данных вопросов может повториться.

По мнению автора, подходы с повышением конкурентоспособности старой продукции и замена старой продукции на новые не является диверсификацией. Диверсификацией является такой уровень развития производства, при котором качество требуемой продукции соответствует требованиям рынка, а именно: соответствует уровню рыночного спроса [3]. Из данного положения мы получаем, что предприятию вопросами своей диверсификации необходимо заниматься каждодневно. И возникает опять вопрос: так диверсификация — это требуемый уровень технической, технологической и прочей оснащенности предприятия? Ответ - да. Диверсификация предприятия — это уровень соответствия его продукции рынку. Это соответствие его материальной, технической, кадровой, логистической и т.д. базы современным требованиям потребителей. Предприятие должно заботиться о реализации своей продукции, а для этого ему необходимо постоянно изучать требования рынка.

Таким образом, диверсификация - это стратегия расширения ассортимента продукции предприятия и переориентация ее сбыта (в случае необходимости) на новые сегменты рынка (или новые рынки), формирование и освоение новых, ранее неиспользованных производств, для повышения

конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятия, повышение уровня прибыли и избежание банкротства [4].

По своей сущности, диверсификация промышленного предприятия - это переход от односторонней, зачастую использующей один вид продукции, один тип организации производства предприятия, к комплексному, многопродуктовому производству с обширным ассортиментом выпускаемой продукции. Другими словами, диверсификация производства - это повышение активности промышленных предприятий и отраслей в целом, выходящих за рамки основного вида бизнеса, где под новым, более широким бизнесом, понимается производство продукции, имеющей максимальные объемы в объеме реализации, по сравнению с другими видами деятельности предприятия.

Диверсификация продукции дает возможность промышленным предприятиям устойчиво функционировать при усложнении конъюнктуры рынка, за счет расширения ассортимента продукции. Причем затраты, появляющиеся в следствие выпуска новых, невостребованных (временно) рынком изделий перекрываются доходом от производства других видов продукции. Исходя из вышесказанного, диверсификация позволяет предприятиям [5]:

- возможности по расширению деятельности в сферах, не имеющих отношения или функциональных связей от основного производства;

- возможности по расширению производства в новых видах деятельности (обновление номенклатуры продукции).

Отсюда получаем, что диверсификация производства - это способ по устранению диспропорций воспроизводства и правильное распределения финансовых средств предприятия.

Как правило, диверсификация предприятия в направлении одновременного развития определенного количества не связанных между собой видов деятельности и может расширять ассортимент выпускаемых видов изделий. А ее следствием является увеличение товарного ассортимента, что улучшает экономическое положение предприятия. В связи с тем, что диверсификация включает в себя широкий спектр деятельности, то ее подразделяют на следующие виды: диверсификацию продукции, диверсификацию капитала, диверсификацию производства, конгломератную диверсификацию, горизонтальную диверсификацию, концентрическую диверсификацию, связанную диверсификацию. Здесь необходимо заметить, что диверсификация предприятия может осуществляться с использованием его внутренних ресурсов, а также с привлечением сторонних источников финансирования [6].

Связанная диверсификация представляет собой новую сферу функционирования промышленного предприятия, совмещенную с существующими видами деятельности в производстве продукции, обеспечении производственного процесса, маркетинге, технологическими процессами и пр. В свою очередь, связанная диверсификация подразделяется на горизонтальную и вертикальную. Горизонтальная диверсификация - это переход предприятия на

производство продуктов на одном уровне производственной цепи. Новая продукция может производиться под имеющейся торговой маркой или брендом. При проведении вертикальной диверсификации производство продукции на предыдущей или последующей ступени производственного процесса изменяется.

Виды несвязанной диверсификации всегда выражаются в переходе предприятия в другую сферы и виды деятельности, к новым производственным технологиям и на новые рынки. В этом случае предприятие нацелено на увеличение прибыли и на минимизацию производственных рисков. При осуществлении данной стратегии, узкоспециализированные предприятия, превращаются вырастают в многопродуктовые промышленные комплексы или конгломераты, составляющие структуры которых, не имеют общих функциональных связей друг с другом. Осуществление несвязанной диверсификации является более сложным процессом, чем связанной [7;10].

В экономике присутствует мнение, что связанная диверсификация более востребована, чем несвязанная, потому, что предприятия функционируют в стабильной, известной обстановке, при минимальном риске. Но в случае, когда имеющиеся и вновь приобретённые технологии, и навыки невозможно предоставить другим подразделениям предприятия, а имеющихся возможностей у предприятия для роста и развития осталось немного, то в данном случае оптимальнее рискнуть, а предприятию воспользоваться уже несвязанной диверсификацией.

Определившись с понятием и основными видами диверсификации промышленных предприятий, далее необходимо конкретизировать ее цели. В настоящее время существует ряд мотивов, а также имеется набор целей, которые стимулируют расширение производственных возможностей и масштабов их деятельности.

Предпосылки для осуществления диверсификации [8]:

- нестабильное состояние экономики, подверженность кризисам;
- изменения потребностей потребителей на рынке;
- старение производства, производственных технологий;
- конкуренция на рынках реализации продукции;
- насыщение рынка аналогичной продукцией;
- действие инноваций и НТП;

На промышленных предприятиях существует потребность полнее загрузить производственные мощности и, тем самым, стабилизировать производственный потенциал. Предпосылки для осуществления диверсификации определяют мотивы предприятий для проведения диверсификации. Основные из них: расширение доли рынка; экономические; технические и технологические; дефицит ресурсов; финансовые; кадровые; переход на новые рынки; слияние и поглощение предприятий; выполнение госзаказа; экономия на объёмах производства; страховка будущих производств; стратегические.

Исходи из мотивов, определим цели диверсификации [6;9]:

- повышение конкурентоспособности продукции;

-восстановление доходности предприятия;
-стабилизация экономики предприятия и повышение его финансовой независимости.

Далее необходимо остановиться еще на одном аспекте диверсификации, а именно: диверсификация является мерой разнообразия, используемая в совокупности. Чем больше имеется разнообразий для изменения видов деятельности или продукции, тем больше вероятность успешного осуществления диверсификации.

Диверсификация является важная концепцией инвестиционной политики. Она понижает риски портфеля инвестиций, не снижая уровня его доходности. Максимальный эффект от проведения диверсификации достигается за счет добавления в инвестиционный портфель новых активов различных видов. Диверсифицированный портфель используется таким образом, чтобы уменьшение стоимости одного актива могло быть компенсировано повышением другого.

Список использованных источников:

1. Анпилов С.М., Безлепкина Н.В., Тюкавкин Н.М. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ // Коллективная монография / под общей редакцией: Л. А. Сараева, А. Н. Сорочайкина, Н. М. Тюкавкина. Самара, 2011. Том 9 Инновации в управлении: интеграционные формы и кластеры.
2. Безлепкина Н.В. Реиндустриализация: новое видение, подходы, практика реализации: монография / Н.М.Тюкавкин, Н.В.Безлепкина, О.А.Невзоров // Самара, 2016.
3. Новая концепция развития региональной экономики: кластерная основа. Монография. Под общей редакцией н.М.Тюкавкина/ Агаева Л.К., Анисимова В.Ю. и др. Изд-во: «Самарский университет», Самара, 2014.
4. Медведева Е.В. Теоретические аспекты обеспечения устойчивого развития предприятия / Е.В. Медведева // Мир науки и инноваций. 2015. Т. 9. № 2 (2). С. 65-68.
5. Медведева Е.В. Элементы методологии исследования стратегии управления в хозяйствующих субъектах / Е.В. Медведева // Школа университетской науки: парадигма развития. 2010. № 1-2. С. 77-81.
6. Сараев А. Л. Динамическая многофакторная модель модернизации производственного предприятия / А. Л. Сараев // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 5(127). С. 224–232.
7. Современная парадигма управления инновациями: теория, методология, моделирование, практика монография / В.Ю. Анисимова, Е.А. Башкан, М.Г.Беляева; под общ. ред. Н.М. Тюкавкина. - Самара: Самарский государственный университет, 2015. - 211 с.
8. Тюкавкин Н.М. Анализ современных концепций устойчивого развития отраслей экономики в условиях вызовов XXI века. В сборнике: Динамические и структурные проблемы современной российской экономики. Сборник научных статей. Под редакцией Н.М. Тюкавкина. 2015. С. 110-123.

9.Тюкавкин Н.М. Концепция формирования стратегии устойчивого развития/ Н.М.Тюкавкин//Основы экономики, управления и права. 2013. № 2 (8). С. 93-97.

10.Хмелева Г.А. Современные методические подходы к оценке инновационного развития регионов/Г.А.Хмелева, Н.М.Тюкавкин // Вестник Самарского муниципального института управления. 2016. № 2. С. 18-26.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ¹

Иваненко Л.В.²

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва, г. Самара

Ключевые слова: регион, организация экономики, инновационный региональный экономический кластер, модернизация промышленного комплекса.

В регионах страны исторически сформировались разнообразные формы организации экономики: агломерация и промышленная агломерация, промышленный узел, территориально-производственный комплекс (ТПК), холдинг, финансово-промышленные группы (ФПГ), свободные экономические зоны, оффшорные зоны, технополисы или наукограды, кластеры и др..

Следует отметить, что все рассматриваемые организационные формы экономики были неоднократно исследованы, изучены и применены на практике [1;2;3;4;5;6;7].

Для Самарского региона характерно наличие всех этих видов интегрированных структур. Однако в данной работе особое внимание уделено такой форме организации экономики в Самарской области, как промышленная агломерация и кластеры.

Агломерация - это территориальное экономическое образование, характеризующееся мощной концентрацией различных предприятий, инфраструктуры, инновационных научных исследовательских учреждений и весьма значительной плотностью населения [2].

Практика свидетельствует, что промышленная агломерация позволяет сократить необходимую площадь примерно на 30%, число зданий и сооружений – на 25%, в среднем на 20% сокращаются затраты вследствие использования общей инфраструктуры и объектов подсобно-вспомогательного назначения.

¹Работа выполнена в рамках финансирования гранта: региональный конкурс «Волжские земли в истории и культуре России» 2016 – Самарская область. Тип проекта 16 – 12 –63004. Тема проекта: «Актуальные вопросы интеграции, диверсификации и модернизации регионального промышленного комплекса». Номер государственной регистрации НИОКР: АААА-А16-116041310109-7.

²Профессор кафедры Управления человеческими ресурсами, доктор экономических наук.