

УДК 658.5; 658.012.2

Сюзева О.В., Пышная Н.В.*Московский государственный областной университет***ПРОБЛЕМЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Аннотация. Статья рассматривает необходимость диверсификации производства на промышленном предприятии в современной рыночной экономике, в том числе причины диверсификации производства. Дано определение диверсификации, на основе которого выявляется, какими показателями необходимо измерять уровень диверсификации на промышленных предприятиях. Приведено сравнение процесса диверсификации со специализацией промышленных предприятий и описывается синергетический эффект при росте производственных возможностей. Классифицированы виды диверсификации деятельности на предприятии в отличие от собственно производственной диверсификации.

Ключевые слова: промышленность, предприятие, диверсификация, производственный потенциал; конкурентная среда; синергетический эффект.

O. Syuzeva, N. Pyshnaya*Moscow State Regional University***THE PROBLEMS OF DIVERSIFICATION OF PRODUCTION AT INDUSTRIAL ENTERPRISES UNDER MODERN MARKET ECONOMY**

Abstract. This article argues the necessity of diversification at the industrial enterprise and considers its reasons under modern market economy. The diversification is defined and the indices are revealed to measure its level. The industrial enterprise diversification is compared with industrial enterprise specialization and the synergetic effect is described at the growth of production capabilities. Differences are traced between the industrial diversification and the diversification of activity at the enterprise.

Keywords: industry, industrial enterprise, industrial diversification, production potential, competitive environment, synergetic effect.

Становление и развитие рыночных отношений в Российской Федерации, расширение внешнеэкономических связей, формирование конкурентной среды выдвинули на первый план проблемы совершенствования экономических механизмов, прежде всего, первичного звена национальной экономики – предприятия [3, с. 5]. Согласно принципу конкуренции все производители или продавцы хотят занять более выигрышные позиции для сбыта или производства своих товаров. По истечению определенного времени рост производства или расширение масштаба деятельности будет невозможен из-за отсутствия спроса

© Сюзева О.В., Пышная Н.В., 2014.

на дополнительный объем произведенной продукции: это явление отражает закон убывающей предельной полезности [law of diminishing marginal utility].

Сущность последнего определяется (Л.И. Лопатниковым) тем, что при потреблении блага общая полезность увеличивается, а предельная полезность по мере удовлетворения потребителя (насыщения потребности) сокращается с каждой дополнительной единицей блага [4, с. 104]. Вследствие того, что рынок старается полностью удовлетворить потребности общества, с течением времени рост производства промышленных предприятий становится невозможен из-за отсутствия спроса на дополнительный объем продукции. В результате проигрыша в конкурентной борьбе производственные предприятия не могут распределить свои активы среди других видов деятельности, где они могли бы быть конкурентоспособными. Все это говорит о том, что предприятиям необходимо обеспечивать поиск приложения высвободившихся средств в других сферах экономической деятельности. Данное обстоятельство обуславливает необходимость диверсификации производства.

Производственные предприятия прибегают к стратегии диверсификации для улучшения деятельности реального производственного процесса, для увеличения прибыли, а так же для создания многопрофильного производства. Суть соединения производственных процессов состоит в том, чтобы между различными предприятиями формировалось совместное корпоративное планирование и, как результат, однородное функционирование взаимосвязанных элементов

или синергия. Синергия (от греческого *synergia* – помощь, соучастие, сотрудничество) означает возрастание эффективности деятельности компаний в результате совместного или однородного слияния их отдельных элементов по сравнению с их деятельностью до объединения. Синергетический эффект достигается на предприятии путем слияния с новыми производственными сферами, путем выявления для себя тех новых преимуществ, которые возникают в результате объединения ресурсов предприятий.

Однако, необходимо отметить что при синергии может возникать как положительный, так и отрицательный эффект. Как отмечают С.В. Рогожин и Т.В. Рогожина, в социальных системах, одной из которых является предприятие, возможно изменение энергии в сторону как увеличения, так и уменьшения. Объективно это связано с тем, что понятие энергетического ресурса организации включает не только материальные ресурсы, но и социально-психологический ресурс коллектива, определяемый интеллектуальной и эмоциональной энергией, уровнем профессиональной подготовки каждого члена организации, а также в значительной мере степенью взаимодействия членов коллектива в реализации общей цели организации [8, с. 80–82]. Поэтому необходимо отметить, что для промышленных предприятий, прибегающих к стратегии диверсификации, целесообразным является непрерывное управление как энергетическим и производственным потенциалом, так и регулирование прироста энергии.

Диверсификация производственной деятельности промышленных предприятий является выражением

направленности на расширение номенклатуры товаров производства, внесение изменений в основной род деятельности, модификацию конфигурации производимой продукции, овладение новыми видами производства, а так же существенное изменение в стратегии развития. Стратегической целью для диверсификации является повышение эффективности производства, получение дополнительной экономической выгоды, предотвращение риска банкротства. Уровень диверсификации промышленного предприятия определяется границами подвижности деятельности, и чем разнообразнее основной вид деятельности у предприятий, тем уровень выше. Если промышленное предприятие выбирает только коррекцию в основной деятельности, то такое направление диверсификации называется узкоспекторным. Если же диверсификация предприятия ориентирована на изменения в стратегии развития, которая не ограничена основным производством, то ее называют широкоспекторной.

Дэвид Аакер дает определение диверсификации как стратегии выхода на товарный рынок, отличный от текущих товарных рынков фирмы [1, с. 384]. Диверсификация рассматривается им в двух типах стратегии роста: стратегии увеличения товарной номенклатуры и стратегии расширения рынка. Стратегия диверсификации может относиться к новому рынку и/или товару, она может реализовываться путем слияния с другим предприятием (поглощением) или подразумевать создание нового предприятия. Предприятия применяют стратегию диверсификации для реализации следующих целей [9, с. 90] :

- выхода на новые отрасли и рынки сбыта с высокими перспективами роста и рентабельности продукции;

- оптимизации соотношения внешних и внутренних доходов предприятия;

- баланса рискованных и менее рискованных капиталоемких операций в сфере услуг;

- баланса между рискованными наукоемкими операциями и менее рискованным производственным процессом;

- достижения оптимального коэффициента между промышленными товарами и потребительскими услугами;

- достижения сбалансированного равновесия между предлагаемым ассортиментом и цикличностью спроса на товар.

Потребность развития при новых хозяйственных условиях вынуждает промышленные предприятия искать более выгодные направления использования производственного потенциала. Такие предприятия находятся в непрерывном поиске вариантов диверсификации своего производства, что впоследствии может дать толчок для движения капиталов, а так же способствовать снижению монополизма в промышленном секторе экономики и стимулированию важной для рынка конкурентной среды. Оснований, которые побуждают предприятия производить новые товары и затем выходить с ними на рынок, может быть множество, например, обеспечение устойчивого финансового положения, желание проникнуть в новые отрасли, снижение финансовых рисков и т. д.

На промышленных предприятиях уровень диверсификации можно измерить несколькими типами показа-

телей. К первому относится выявление числа, номенклатуры отраслей товаров (услуг), которые охватывает производственная деятельность предприятия. Этот показатель допускает в ряде случаев значительные деформации, особенно для небольших предприятий с разнообразными производственными процессами. Положительной стороной измерения уровня диверсификации по данному показателю является простота и быстрый способ вычисления. Показатель используется для первоначальной оценки уровня диверсификации предприятия. Второй показатель измеряется как соотношение основного и диверсифицированного производства, что исправляет недостатки первого, и основан на «энтропийном индексе диверсификации» рассчитанном по формуле [5]:

$$DT = \sum P_i \ln(1/P_i), i = 1, 2, \dots, n,$$

где $i = 1, 2, \dots, n$ – продукты, производимые и продаваемые фирмой, а P – доля от реализации i -го продукта в общей выручке фирмы, DT – энтропийный индекс диверсификации, P_i – доля производства продукции или услуг вида i в общем объеме производства предприятия. Показатель энтропии будет показывать значения от нуля до бесконечности, отражая степень диверсификации на предприятии.

Диверсификация, как динамичная форма организации, оказывает значимое воздействие на конкуренцию, результативность производственного процесса, порядок разделения труда, является важным элементом современной рыночной экономики и все больше привлекает к себе внимание практических работников и специалистов. Многие направления диверсификации для промышленных предприя-

тий являются важными и актуальным в связи с тем, что диверсификация производства становится механизмом переливания капитала в различных отраслях. Часто диверсификацию сравнивают со специализацией. Под специализацией понимается единичное разделение труда предприятия и его производств, производство узкого круга продукции, товаров и услуг. Существуют различные типы специализации: предметная и детальная специализация, а также специализация по различным производственным стадиям и узлам изделия, вспомогательным процессам, а также однородным технологиям [6, с. 9].

Диверсификация и специализация на промышленных предприятиях могут проявляться как элементы всего производственного процесса, которые перетекают один в другой. На разных этапах производственной деятельности и при различных экономических условиях на промышленных предприятиях преобладает либо сужение, либо расширение масштабов деятельности. На практике предприятия могут быть свободно разделяемыми, но с доминирующей направленностью к специализации и наоборот. Это связано с экономической ситуацией, в которой находится промышленное предприятие. В ряде случаев диверсификация промышленного предприятия становится невозможной и дальнейшим путем развития будет дальнейшая специализация. Например, если производится узкоспециализированная продукция, то с диверсификацией является повышенный риск непокрытия расходов связанных с выпускаемой продукцией, нехватки ресурсной базы для расширения производствен-

ной деятельности, запреты со стороны государственных регуляторов и другие проблемы. Напротив, когда финансовые поступления от основной деятельности оказываются недостаточными, возрастает конкуренция, меняются желания и вкусы потребителей, а перспективы диверсификации будет более выгодна с позиции предприятия.

Предприятия, прибегающие к диверсификации в своей деятельности, должны учитывать тот факт, что она может осуществляться только при наличии большей прибыли и экономического эффекта, что это не просто отказ от безубыточного производства и переход к более прибыльному бизнесу. Большое значение имеют цели предприятия, его стратегия, миссия, экономико-правовое положение. Для любого предприятия существует такой набор ресурсов, при котором его производственные возможности всегда будут либо больше простой суммы потенциалов входящих в нее технологий, персонала, оборудования и т. д., либо меньше. Особое значение так же имеют взаимосвязанные производственные процессы.

Экономическая эффективность на промышленном предприятии может быть получена при рассмотренном ранее эффекте синергии. При применении стратегии диверсификации синергетический эффект возрастает, поэтому чем больше производственных возможностей у промышленного предприятия, тем выше возможности синергии. Это происходит по причине снижения на предприятиях с крупными масштабами производственных процессов издержек на производство единицы продукции. При одинаковых нормах и объемах инвестиций у про-

мышленного предприятия, производящего широкий спектр товаров, издержки на производство будут меньше конкурирующих предприятий с меньшей номенклатурой товаров. Для достижения данного эффекта промышленному предприятию необходимо более избирательно выбирать рынки и товары, а так же занимать крупные рыночные позиции, предлагая выгодные цены и тем самым привлекая новых инвесторов.

Причиной диверсификации на промышленном предприятии может так же является сохранение производственного аппарата, занятости работников. Такая позиция считается более правильной, даже если первоначальная масса полученной прибыли не будет выше той, что была при концентрации предприятия на одном виде деятельности. Объяснением тому является одна из важных особенностей диверсификации, а именно, создание лучших условий труда, что является связующим звеном к решению социальных задач.

Основное направление выигрышной стратегии для промышленных предприятий в современных условиях – гибкое манипулирование ассортиментом, приближение сортности выпускаемой продукции к специфическим требованиям потребителя [7]. Отличают диверсификацию производственную от диверсификации деятельности на предприятии. Диверсификация деятельности более широкое понятие, которое включает в себя также диверсификацию производства. Диверсификация деятельности подразделяется на группы: к первой относится производственная группа, за ней идет коммерческая группа, ее за-

дачей является развитие фирменных продаж, а так же развитие филиалов и дочерних предприятий, сюда же включается и оптовая торговля. Третьей группой принято считать группу управления, четвертой – финансовую группу и последней, пятой – группа социальной сферы.

В результате диверсификации деятельности создается предприятие, которое может эффективно управлять всеми процессами своей хозяйственной деятельности. Причем диверсифицированной будет считаться та продукция, которая получена в определенный отрезок времени в тех производственных условиях и для тех потребительских потребностей, которые возникли в процессе диверсификации, а не предлагались потребителю ранее. На промышленном предприятии, прошедшем диверсификацию определяют плановую, договорную и техническую документацию.

Диверсификация, которая проводится на промышленных предприятиях, считается трендом технического прогресса. Она задает связи по механизации и автоматизации производственного процесса. Та продукция, которая ранее эффективно осваивалась в других отраслях, начинает осваиваться за счет диверсификации. До того как стать диверсифицированной, продукция промышленных предприятий должна пройти стадии различных видоизменений, а выход на рынок происходит постепенно. Выявление больших возможностей для использования диверсифицированной продукции и ее новшество можно оценить только в пределах производящего его промышленного предприятия. На некоторых промышленных предприятиях, напри-

мер, относящихся к машиностроению, принципиальной замены продукции обычно не происходит, от предыдущей продукции изделия могут отличаться некоторыми технико-экономическими характеристиками.

Продукция диверсифицированного предприятия может стать предельно новым продуктом, который производится в стране в первый раз с использованием новых технологий, а может быть усовершенствованием или заменой ранее производимого продукта, может обладать различными новыми технико-эксплуатационными характеристиками или обеспечивать потребность в дополнительной комплектации. Поэтому каждый диверсифицированный процесс на промышленном предприятии является сбытом отдельных, но все же зависящих друг от друга производственных процессов. Каждый из таких процессов выступает непрерывной последовательностью в пределах определенного временного отрезка [2].

Отсутствие в действительности возможности оценить и увидеть процесс диверсификации в полном объеме, а так же нехватка информационных ресурсов для данного процесса производства, является весомым обстоятельством при выборе методов диверсификации. Такие обстоятельства как возрастающая конкурентная борьба, слабый рост экономики и внедрения технического прогресса, стали требовать от промышленных предприятий производственно-хозяйственных преобразований, одним из которых является диверсификация. Диверсификация не может являться основным направлением при выборе стратегии для промышленного предприятия

до того момента, пока не будут остановлены все возможности для роста в центральной сфере деятельности предприятия. В этом случае, принимая решение вопроса о диверсификации, предприятию предстоит выбрать, как и в каких масштабах ее осуществлять. Какие возможности для предприятия более приемлемы – диверсификация в родственные или иные отрасли, где навыки и опыт компании будут являться основными критериями успеха, где существуют возможности для выхода на новые рынки, а инновационные технологии будут позволять добиваться существенного конкурентного преимущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / 7-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
2. Андрианов А.С. Диверсификация экономических отношений хозяйствующих субъектов в конкурентной среде : дисс. ... канд. эконом. наук: Казань. – 2006. – 225 с.
3. Батова Т.Н. Экономика промышленного предприятия / Т.Н. Батова, О.В. Васюхин, Е.А. Павлова и др. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010. – 249 с.
4. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки / 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2003. – 520 с.
5. Матвеева Н.А. Диверсификация высокотехнологичных предприятий на основе теории нечетких множеств / Современные научные исследования и инновации: научно-практический журнал [2012. – № 1 (9)] [Электронный ресурс]. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/01/6074> (дата обращения: 30.12.2013.)
6. Поздняков В.Я., Казаков С.В. Экономика отрасли: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 309 с.
7. Платонов В. С. Введение в бизнес. Основы рыночной экономики. – Ростов н/Д: Феникс, 1997. – 576 с.
8. Рогожин С.В, Рогожина Т.В. Теория организации: учебное пособие. – М.: Экзамен, 2002. – 320 с.
9. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент / 2-е изд. – СПб.: Питер: 2006. – 384 с.