ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

THE POSSIBILITIES OF USING DIVERSIFICATION FOR MODERN ENTERPRISES

КАЗИМИР А.Н.,
ШЕВЧЕНКО А.А.

KAZIMIR A.N.,
SHEVCHENKO A.A.

*Кубанский государственный аграрный
университет*

Kuban State Agrarian University

Anna.kazimir98@mail.ru

doi: 10.18411/emiip-03-2019-08

idsp: sciencepub-emiip-03-2019-08

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются возможности использования диверсификации на современных предприятиях. Это одна из самых актуальных проблем современной России. Более подробно раскрыты понятия диверсификации, определены стратегические выгоды от ее применения. Также исследованы ее стратегии, и выявлены основные преимущества и недостатки от использования диверсификации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: диверсификация, конкурентоспособность, риск, стратегический менеджмент, стратегии диверсификации, синергетический эффект, внутренняя и внешняя среда организации, концентрация.

ABSTRACT

The article discusses the possibility of using diversification in modern enterprises. This is one of the most pressing problems of modern Russia. The concepts of diversification are described in more detail, the strategic benefits of its application are defined. Its strategies are also investigated, and the main advantages and disadvantages of the use of diversification are revealed.

KEYWORDS: diversification, competitiveness, risk, strategic management, diversification strategies, synergetic effect, internal and external environment of the organization, concentration.

ВВЕДЕНИЕ

С целью повышения прибыльности предприятия, его конкурентоспособности, а также непосредственно и укрепления его позиций на рынке необходимо рассмотреть все возможности использования диверсификации на предприятии. Диверсификация представляет собой процесс расширения активности предприятия, которое использует собственные накопления не только для развития и поддержания собственного бизнеса, но и для направления их на освоение новых видов продукции, создание новых видов производств и оказание услуг.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью исследования является изучение возможностей использования диверсификации на современных предприятиях, а также определение основных преимуществ и недостатков от её использования.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Динамичные изменения внешней среды, существующие на сегодняшний день, приобретают все большей популярности на рынке среди современных компаний,

вынуждают их усиливать свои позиции, применять разнообразные типовые стратегии, направленные на развитие бизнеса. Мы остановимся на одной из таких стратегий, как диверсификация и более подробно раскроем данное понятие.

В экономической литературе встречается большое количество трактовок данного понятия. Проведенное нами исследование показало, что большинство практиков и теоретиков дают определение диверсификации в широком смысле, как увеличение ассортимента производимой продукции, предоставляемых услуг. Иными словами «диверсификация» - это распространение хозяйственной деятельности на новые сферы [7].

В узком смысле слова под диверсификацией понимают проникновение предприятий в отрасли, которые не наделены непосредственно прямой производственной связью либо не находятся в функциональной зависимости от их основной деятельности [1].

Однозначно, можно утверждать, что диверсификация напрямую связана с увеличением ассортимента выпускаемой продукции или оказываемыми услугами компании, следовательно, это приводит к тому, что бизнес не заикливается на выпуске именно одного вида товара или услуги, не зависит от его жизненного цикла, а в окончательном результате способствует повышению эффективности деятельности предприятия, что в свою очередь гарантирует наиболее стабильный рост [6].

Целью диверсификации является не только повышение прибыльности предприятия, но и повышение его конкурентоспособности, а также непосредственно и укрепление его позиций на рынке. Кроме того, хотелось бы отметить, что применение диверсификации предоставляет предприятиям определенные выгоды, какие неосуществимы при сосредоточении на одном виде бизнеса. К подобным стратегическим выгодам относят следующее:

- диверсификация считается более оптимальным методом для инвестиции капиталов и снижения риска;
- предлагая большой ассортимент товаров и услуг, предприятие способно тем самым повысить свои позиции в конкурентной борьбе;
- при диверсификации существует так называемый эффект разнообразия, он опережает эффект массового производства однотипной продукции и отводит его на второй план, и во многом это связано с тем, что при изготовления большого ассортимента продукции в рамках именно одной крупной компании, будет значительно выгоднее для предприятия, нежели чем производить те же виды продукции на нескольких небольших специализированных предприятиях, поскольку многоцелевое совместное производство предприятия дает значительную выгоду;
- рабочий штат компании накапливает существенные управленческие и технические навыки;
- предприятие способно за счет совместных НИОКР и обмена опытом во всеразличных единицах бизнеса получить технологический выигрыш;
- возникает способность увеличения дифференциации производимой продукции [5].

На рисунке 1 представлены разработанные стратегии диверсификации, которые с большим успехом используются в настоящее время.

Рисунок 1. Стратегии диверсификации

1. Стратегия связанной (концентрической) диверсификации, т.е. формирование новых производств, схожих с профилем компании. В данном случае в существующем бизнесе определяются возможности по производству новейших видов продукции, а имеющееся же производство остается центральным местом в бизнесе, соответственно новое возникает, отталкиваясь от тех возможностей, какие заключены в уже освоенном рынке, употребляемой технологии либо иных сильных сторон компании. Вследствие применения данного вида стратегии появляется производственное и управленческое соответствие, а также соответствие родственных рынков, образующих эффект стратегического соответствия, содействующий предпринимательству успех.

2. Стратегии несвязанной диверсификации, которые подразделяются на конгломератную и горизонтальную диверсификацию.

Конгломератная диверсификация - это освоение выпуска нового ассортимента товарной продукции, которая не схожа с классическим профилем организации, с целью дальнейшей реализацией на новых рынках. Главное условие такого рода диверсификации состоит в том, что любая фирма, способна приобрести по выгодным финансовым предложениям, а также имеющую удовлетворительные перспективы прибыли, предполагает собою оптимальный объект для диверсификации. В таком случае компании в основном приобретают уже существующую фирму, а не занимаются созданием филиалов собственной компании. Выгода от такого вида диверсификации естественно вероятна в результате оптимизации управления денежными потоками и инвестиционными ресурсами.

3. Горизонтальная диверсификация – это освоение выпуска новых видов непрофильной продукции, однако направленная на традиционных потребителей. В данном случае подразумевается отбор способов роста на уже существующем рынке за счет привлечения новой продукции, при условии, что новый вид продукции должен быть ориентирован на потребителя именно основного продукта, и по своим качествам в целом является сопутствующим уже произведенному ранее продукту [4].

Далее считаем значимым отметить, то, что утверждение руководством фирмы решения о применении диверсификации целесообразно только лишь в таком случае, когда первоначальная сфера или создаваемый продукт пребывают в периоде стагнации, функционирует антимонопольное регулирование, ограничивающее увеличение роста фирмы в этой сфере, главным считается достижение синергетического результата, в наличии крупные экономические ресурсы, требующие инвестиций. Это связано с тем, что диверсификация не обязана быть стратегическим приоритетом для фирмы, пока не исчерпаны способности ее роста на рынке.

Какую бы из перечисленных выше стратегий диверсификации фирма не приняла для себя, либо приобретение иных компаний различных областей деятельности, либо увеличение области деятельности посредством открытия собственных новых производств, следует помнить о том, что, диверсификация это очень сложный процесс, который способен принести не только преимущества, но и оказаться абсолютно нерентабельным и убыточным.

Именно по этой причине руководство и собственники фирмы должны принимать во внимание как преимущества, так и недостатки данной типовой стратегии формирования бизнеса [2].

Проведенное исследование показало, что главными достоинствами применения диверсификации являются:

- 1) диверсификация считается главным средством управления финансовыми рисками за счет того, что потери по одной сфере деятельности могут быть компенсированы за счет получения большого дохода от реализации продукта иных единиц бизнеса, при этом затраты по одному из сфер деятельности диверсифицированной фирмы не будут воздействовать на финансово-экономическое положение компании, потому как его удельный вес в доходах перестанет быть преобладающим;
- 2) кроме того, диверсификация даёт возможность фирмам более полно применять собственные ресурсы, благодаря чему возможно ослабить сезонность производства, получить вспомогательную прибыль от оперативной и продуманной отраслевой маневренности, увеличить занятость работников, стремительнее наращивать размеры производства тех типов продукции, на которые имеется спрос и создается требуемая цена, кроме того уменьшить те стратегические единицы бизнеса, согласно которым начала проявляться неблагоприятная ситуация рынка;
- 3) диверсификация даёт возможность фирмам получать синергетический эффект и тем самым, при схожих прочих обстоятельствах, увеличить свою эффективность [5].

Кроме рассмотренных ранее достоинств диверсификация содержит и недостатки, которые сопряжены с тем, что она не всегда дает возможность использовать преимущества специализированного производства и поэтому является рискованной для фирмы. Риск в этом случае связан с тем, что одновременное формирование нескольких типов деятельности растрчивает ресурсы фирмы, а вследствие того зачастую не удается достигнуть по отдельным из них рациональной концентрации, в следствие чего фирма утрачивает эффект масштаба производства.

Диверсификация, как правило, характеризуется переходом на новые разработки и технологии, отрасли и рынки, кроме того, сам продукт и услуги для фирмы считаются новейшими, что тоже увеличивает риск в деятельности организации [8].

Также необходимо иметь в виду, что управлять диверсифицированной фирмой существенно труднее по сравнению с концентрированной. По этой причине руководители подобных фирм должны иметь более разностороннюю профессиональную подготовку, так как им приходится исследовать значительно больше факторов внешней и внутренней среды, данное увеличивает риск принятия мало аргументированных решений, что способно послужить причиной снижения экономического результата от деятельности фирмы.

Исходя из проанализированных недостатков диверсификации, необходимо еще до начала ее внедрения изучить более подходящие виды диверсификации, которые обещают принести наибольшую прибыль при наименьших издержках материальных, временных и человеческих ресурсов[4].

По этой причине, принимая во внимание доводы «за» и «против» диверсификации, любая фирма обязана найти решение, до какой степени ему рационально диверсифицировать собственное производство. При этом необходимо принимать во внимание состояние внешней среды (устойчивая или неустойчивая экономика, платежеспособность населения, конъюнктура рынка, и т.д.), а также масштабы фирмы и фактическое экономическое состояние. Несомненно, то что большие по объему компании обладают значительно больше возможностей для диверсификации, таким образом их

ресурсы и возможности более значительны и дают возможность им совершенствовать новые для них сферы с рациональной концентрацией производства, тем самым ликвидируя либо значительно сглаживая отличия между диверсификацией и концентрацией, достигая при этом наилучших результатов хозяйствования [3].

Кроме того такие компании обладают больше финансовых ресурсов для формирования новых производств, что значительно сокращает необходимость в заемных средствах, что следовательно уменьшает затраты на их привлечение и наоборот, небольшие компании с невысоким уровнем концентрации производства не в состоянии увеличивать отрасли, а потому они обязаны больше стремиться к концентрации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хотелось бы привести суждение о том, что, несмотря на все трудности при применении стратегий диверсификации, в любой период для любой концентрированной фирмы способна поменяться рыночная ситуация, что способно спровоцировать за собой затруднение сбыта, повышение конкурентной борьбы, снижение спроса на ее продукцию, именно в подобных условиях диверсификация становится единственным верным выбором.

1. Бобков К. А., Евсеева А. А. Диверсификация деятельности предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 3566–3570.
2. Гумерова, Г.Ф. Диверсификация производства: сущность, причины, преимущества и недостатки, классификация // Современные тенденции развития науки и технологии. – 2015. - № 8-7. – 35-40 с.
3. Дударева, А.Б. Мониторинг факторов, влияющих на повышение уровня рентабельности // Вестник сельского развития и социальной политики. – 2018. - № 1 (17). – С. 26-29.
4. Маркова, И. Д., Стенюшкина, С.Г., Наконечная, Ю.А. Управление рентабельностью предприятия в рыночных условиях // Сб. «Экономика. Общество. Человек». Материалы Международной научно-практической конференции. – Белгород, 2014 – С. 214-227.
5. Махнушина В.Н., Шинкевич А.Н. Эволюция понятия «диверсификация» в экономической мысли / Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2014. № 3.
6. Мировая экономика и международные экономические отношения (в схемах и таблицах): учебное пособие / А.Б. Мельников [и др.]. – Краснодар: КубГАУ, 2013. – 240 с.
7. Свиридов О. О., Белова Л. А. Экономическая безопасность организаций холдингового типа // Эпомен. – 2018. – № 15. – С. 309-314.
8. Шабалтун М.И., Леманова П.В. Значимость стратегии диверсификации в условиях конкуренции // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 4-4.
9. Электронный ресурс // Диверсификация бизнеса: понятие, основы, этапы. Разработка бизнес-плана диверсификации деятельности предприятия // <https://businessman.ru>. (дата обращения: 20.05.2018).
10. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/19168/%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F/> (дата обращения 28.12.2018).