

канд. экон. наук, профессор
О.В. Доможирова,
магистрант
К.Е. Костицына
Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА: ЗАТРАТЫ – ВЫПУСК

В настоящее время в России происходит усиление конкурентной борьбы, что принуждает управляющих организации устанавливать другие способы управления, а также рычаги конкурентоспособности.

Узкая специализация считается одним из главных факторов низкого уровня конкурентоспособности промышленности на внешнем и внутреннем рынках. В связи с этим, особого внимания заслуживает один из подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятия – диверсификация производства.

Расширение производства служит одним из важнейших факторов роста конкурентоспособности, которое необходимо для повышения эффективности производства и получения экономической прибыли.

Под процессом диверсификации подразумевается внедрение новой технологии и переход на новые рынки. Главной причиной расширения производства является повышение экономической эффективности производства, экономическая стабильность, прибыль, финансовая устойчивость, повышение активов [3]. Свое развитие диверсификация получила в 50 – х годах прошлого века. Этот момент характеризуется падением нормы прибыли на капитал, вложенный в производство.

Диверсификация является ключевым фактором, который способствует достижению цели государства, а именно – устойчивое экономическое развитие страны, вхождение страны в число 50 конкурентоспособных стран мира. Данный процесс характеризуется двумя показателями: [4].

- номенклатура товаров и услуг;
- соотношение основного производства и диверсифицированного.

Методы диверсификации требуют определенного подхода и анализа, так как очень тесно связаны с бизнесом и управлением:

- весь персонал и оборудование организации должны быть задействованы в достижении цели, а именно большого разнообразия товаров и услуг;

- объединение организаций, у которых одинаковы и схожи сферы деятельности;

– за счет увеличения оборудования, как результат выступает повышение производительности.

Предпосылки для использования диверсификации производства возникают тогда, когда у предприятия имеются какие-то свои технические разработки или, когда на предприятии происходит спад производства. В настоящее время на предприятиях сформировались различные предпосылки диверсификации производства. Так, в России наблюдается не эволюционный, а хаотичный характер развития. Направления диверсификации производства для предприятий является актуальным. Это подтверждается следующим [7]:

– советская экономика боролась за первое место по уровню специализации производства и создала монопродуктовые субъекты деятельности.

– диверсификация производства является инструментом межотраслевого перелива капитала и методом оптимизации структурных преобразований в экономике.

Для оценки реализации диверсификации существует целая система показателей, которая характеризует деятельность в четырех направлениях (рис.1.)

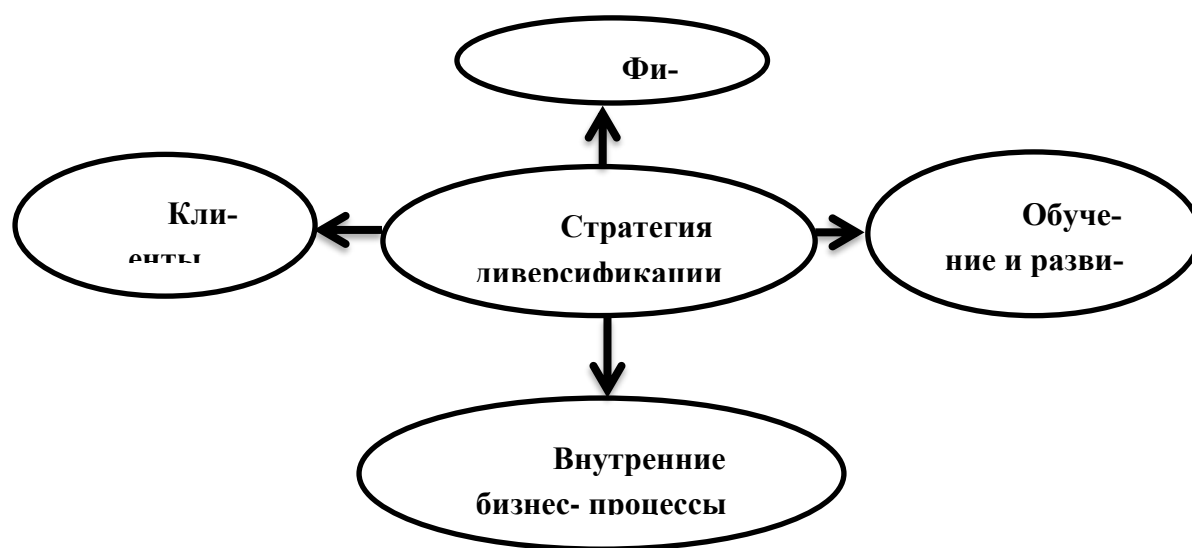


Рис. 1. Взаимосвязь четырех составляющих

Финансы предполагают взаимосвязь между стратегией расширения производства и финансовыми целями, которые гарантируют положительный финансовый результат. Основные показатели клиентской составляющей относят:

- доля рынка;
- целевая группа, расширение и сохранение клиентской базы.

Бизнес – процессы позволяют ориентировать основные характеристики внутренних бизнес – процессов на удовлетворённость потребителей и акционеров.

Высококвалифицированные кадры для ведения бизнеса являются немаловажной составляющей. Поэтому, необходимо учитывать благоприятный климат в коллективе и компетентность персонала.

Отличительной особенностью имеет существенное преимущество. Основное преимущество – это эффект от разнообразия и рынков сбыта, поддержка полной загрузки мощностей, привлечение финансовых средств.

Диверсификация на самом деле не так проста, как кажется. Предприятиям очень часто приходится завоевывать новые рынки, каждый раз приходится преодолевать многочисленные барьеры на рынке.

В своих трудах американский экономист Василий Леонтьев предложил, что главными характеристиками являются коэффициенты текущих материальных затрат на производство продукции являются расчеты по методу «затраты – выпуск». Леонтьев предложил макроэкономическую модель общего равновесия, которая построена на основе всех фаз воспроизводства, которые затрагиваются: производство, распределение, обмен и потребление [5].

В методе «затраты – выпуск» занимает особое место хозяйственный расчет, как метод планового ведения хозяйства, который основан на сопоставлении затрат предприятия на производство продукции с возмещением расходов доходами.

Метод межотраслевого баланса (или «Затраты – выпуск») подразумевает разработку статистической таблицы, которая описывает основные и главные параметры экономики.

Практика показывает, что расширение производства с организационно – производственной структурой более устойчивы на рынке. Данная стратегия снижает риски получения убытков в ходе изменения ценовой конъюнктуры на рынке по определённым видам товаров.

В настоящий момент расширение производства является основным и распространенным методом развития бизнеса. Отечественное сельское хозяйство сталкивается с многочисленными проблемами. Следовательно, необходимо создание или совершенствование методов восстановления. [1]. Однако в каждой отрасли существует ряд особенностей:

- земля является единственным и ограниченным ресурсом;
- нахождение производства находится на большой территории.

Наука становления обосновывает – земля – это самое главное богатство, где по цепочке экономического баланса влечёт за собой другие звенья, требующие системного подхода к хозяйствованию. Целостность зве-

на подразумевает, что организационно – экономический механизм и взаимодействующие отрасли АПК создают устойчивую производственную цепочку [8].

Например, Белгородская область презентует ряд интенсивных технологий связанных с приведением порядка на земле и определенную стабильную динамику развития аграрного производства. Это влечет за собой рост доходов в такой сфере, как животноводство, следовательно, позволит укрепить баланс между требованиями рыночной экономики и жизнеустройства в сельской местности. Существует региональная программа «Развитие жилищного строительства на сельских территориях», которая предназначена на создание благоприятных условий для жизни населения [9].

Данная стратегия является стержнем для эффективного использования земельных, трудовых и других ресурсов. Такая модель, как труд и капитал, партнерство и власть предполагает объединение усилий в расчетах по методу «затраты – выпуск» позволяет соизмерять баланс финансовыми и материальными вложениями.

Нововведением можно считать опыт ОАО «Молоко». В 90 – е годы директор предприятия сумел восстановить разоренные и опустошенные фермы, уберечь коров от гибели, которые должны были распределены на мясокомбинаты.

Акционерное общество сумело сохранить прежние оставшиеся колхозные коллективы и фермы, юридически сделав их собственниками предприятия и предоставив каждому долю от общего дохода. Предприятие дало более 700 рабочих мест с соответствующей заработной платой. Это есть один из факторов социальных затрат, которые укрепляют ресурсный потенциал.

Когда диверсификация выгодна структурным подразделениям и повышает конкурентоспособность, то ее можно считать успешной. Для этого необходимо:

- производить постоянный поиск возможности разделений производств в уже существующих структурах;
- проводить ревизию взаимосвязей между существующими структурными подразделениями;
- производить оценку возможностей последующей реорганизации бизнеса;
- при проведении диверсификации использовать накопленный опыт.
- Можно выделить следующие причины, почему руководитель организации должен задуматься о разработке и стратегии предприятия:

– предприятие всегда нуждается в стратегии, чтобы составить себе определенный маршрут к желаемым результатам, чтобы защитить себя от конкурентов;

– стратегия фокусирует свои действия и энергию на определенных результатах, то есть, стратегия помогает сплотиться всей организации в одном направлении;

– стратегия помогает определить лицо, характер и индивидуальность организации.

На основании вышеизложенного, можно сделать следующие основные выводы:

1. Диверсификация является одним из главных элементов достижения результата компании, выступает своеобразной областью финансового инжиниринга, требующей высокого уровня знаний и особой подготовки специалистов.

2. Диверсификация может осуществляться в различных вариантах организационного производства продукции.

3. Существующая аграрная политика требует привлечения инвестиций в развитие агропромышленного комплекса, а также грамотно сформированная законодательная база.

Библиографический список

1. Бершицкий Ю.И. Теоретико-методические аспекты инновационного развития агроэкономики / Ю.И. Бершицкий, А.Р. Сайфетдинов, Н.Р. Сайфетдинова. // В сб. трудов «Российская экономическая модель-7: от стагнации к развитию», Краснодар, ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ "РЭА" Минэнерго России, 2017. С. 288–304.

2. Доможирова О. В. Управление затратами предприятия (организации): учебное пособие для студентов направлений подготовки 38.03.01 - Экономика, 38.03.01 – Менеджмент / О. В. Доможирова. Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. 335 с.

3. Жукова Т.В. Диверсификация производства как один из современных методов развития российской экономики. Новые технологии, 2015. 167 с.

4. Кузнецова Е.Ю. Факторы диверсификации производства/ Е.Ю. Кузнецова, О.О. Подоляк, В.В. Кузьмин// Организатор производства. 2016. Т.69. №2. С.5–13.

5. Леонтьев В. В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика / В.В. Леонтьев. М.: Политиздат. 1990.

6. Селиверстов Ю.И., Доможирова О.В., Григорьев Е.С., Букин, Е.А. Управление рисками инновационной деятельности, как основа устойчивого экономического развития предприятия // Белгородский экономический вестник. 2017. №4. С.73–78.

7. Татуев С.В., Зиядин С.Т., Ибраева А.К. Диверсификация в промышленности: понятие, сущность, этапы развития и проблемы применения/ С.В. Татуев, С.Т.Зиядин, А.К. Ибраева// Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2015. №1. С.175–181.

8. Ушачев И. Г. Научное обеспечение Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельхозпродукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. / И. Г. Ушачев // Доклад на общегодичном собрании Россельхозакадемии. 2013.

9. Департамент агропромышленного комплекса и воспроизводства окружающей среды Белгородской области URL: <https://www.belark.ru>.

10. Учёт, аудит и налогообложение в условиях цифровой экономики: монография / под общ. ред. проф. И. А. Слабинской. / Раздел – Белгород: Изд-во БГТУ, 2020. С. 20–52.

Рекомендовано кафедрой
экономики и организации
производства БГТУ

канд. экон. наук, доцент

Н.В. Дубино,

магистрант

А.А. Вязовиченко

Белгородский государственный
технологический университет
им. В. Г. Шухова

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОМПАНИЙ

В организационно-экономическом механизме управления конкурентоспособностью предприятия маркетинговая служба представляет собой подсистему управления. На сегодняшний день, место маркетинга в системе управления конкурентоспособностью трудно переоценить. Маркетинг постоянно меняется, и меняется его роль в деятельности предприятия.