

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2022.67.85.033

Диверсификация отечественных корпораций как основа экономического роста

Каширин Сергей Владимирович

Кандидат исторических наук, доцент,
Департамент менеджмента и инноваций,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125993, Российская Федерация, Москва, просп. Ленинградский, 49;
e-mail: ser-kashiri@yandex.ru

Аннотация

В условиях пандемии COVID-19 многие отечественные корпорации пострадали и были вынуждены сократить объем выпускаемой продукции или оказания услуг. Как показывает статистика, доходы многих корпораций в период 2020–2021 гг. резко упали. В целях мониторинга промышленного сектора экономики осуществляется наблюдение за производством промышленной продукции, рассчитывается индекс промышленного производства, регулярно проводится опрос руководителей организаций о прогнозе спроса и выпуска продукции, ее остатках с целью подготовки упреждающей информации об изменениях экономических переменных. В сложившихся обстоятельствах выпуск высокотехнологической продукции, с высокой добавленной стоимостью, будет одним из факторов роста российских корпораций и их стратегией диверсифицированной политики. Со стороны менеджмента и построения стратегий отечественных корпораций особого внимания заслуживает метод диверсификации И. Ансоффа. Лучшим подходом является стратегия разработки новой продукции, ориентированная на существующий рынок.

Для цитирования в научных исследованиях

Каширин С.В. Диверсификация отечественных корпораций как основа экономического роста // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 1А. С. 279-284. DOI: 10.34670/AR.2022.67.85.033

Ключевые слова

Диверсификация, корпорация, экономический рост, пандемия, продукция, услуга, менеджмент, стратегия.

Введение

Промышленное производство в России за весь 2020 г. сократилось на 2,9%. Значительные убытки потерпели такие направления, как добыча нерудных полезных ископаемых, в том числе песка и гравия (на 15,4%), производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов (на 12,7%), кожевенная промышленность (на 12,4%). Максимальный рост за год показало производство лекарств и медицинских материалов (на 23%), текстиля (на 8,9%) и химическое производство (на 7,2%). Обработывающая промышленность в целом в 2020 г. выросла на 0,3% [Росстат представляет данные о промышленном производстве в январе 2022 года, www.waw].

Отраслями, снизившими объемы производства по сравнению с 2019 г., являлись: добыча нерудных полезных ископаемых, в том числе песка и гравия – падение на 15,4% (в декабре снижение составило 8,0% к декабрю 2019 г. и 5,7% к ноябрю 2020 г.); производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов – падение на 12,7% (тем не менее, в декабре производство выросло на 13,1% к декабрю 2019 г. и на 1,0% – к ноябрю 2020 г.); кожевенная промышленность – падение на 12,4% (в декабре снижение составило 1,6% к декабрю 2019 г., однако по сравнению с ноябрем 2020 г. производство выросло на 6,2%); нефте- и газодобыча – падение на 8,1% (в декабре снижение составило 10,3% к декабрю 2019 г., однако добыча выросла на 3,6% по сравнению с ноябрем 2020 г.); добыча угля сократилась на 6,3% (в декабре снижение составило 1,1% к декабрю 2019 г., однако по сравнению с ноябрем 2020 г. зафиксирован ее рост на 1,3%); производство кокса и нефтепродуктов упало на 3,0% (в декабре снижение составило 6,1% к декабрю 2019 г., однако по сравнению с ноябрем 2020 г. зафиксирован рост на 3,8%); металлургическое производство снизилось на 2,4% (в декабре снижение составило 1,1% к декабрю 2019 г., однако по сравнению с ноябрем 2020 г. зафиксирован рост на 4,8%).

Таким образом, можно наблюдать, что пандемия затронула все отрасли экономики и, как следствие, привела к упадку экономического роста.

Основная часть

Отметим, что корпорация – это особая форма организации предпринимательской деятельности, регламентированная специальным законодательством, закрепляющим отделение ответственности корпорации от ответственности акционеров.

Акционеры несут ответственность в пределах своего акционерного капитала. Как правило, корпорации создаются в виде акционерных обществ или финансово-промышленных групп, если последние в своей организационно-производственной структуре имеют банки или другие финансовые инвестиционные институты.

Таким образом, корпорация – это коллективное образование, организация (компания), признанная юридическим лицом, основанная на объединенных капиталах, предусматривающая долевую собственность, осуществляющая социально-полезную деятельность и характеризующаяся значительной концентрацией управленческих функций на верхнем уровне своей структуры управления.

Главной функцией корпоративного управления является организация деятельности корпорации (ее менеджеров) в интересах акционеров как источников финансовых ресурсов путем выхода корпорации со своими ценными бумагами на финансовый рынок.

Современные корпорации имеют сложную организационно-производственную структуру.

В Российской Федерации, как правило, корпорации создаются в виде холдингов или финансово-промышленных групп.

Холдинг – это организация, владеющая контрольным пакетом акций своих дочерних предприятий с целью управления их деятельностью и контроля за их деятельностью. Примером такой корпорации является «Газпром», который к тому же имеет свой коммерческий банк «Газпромбанк». Таким образом, «Газпром» представляет собой корпорацию в виде акционерного общества, имеющего элементы финансово-промышленной группы (наличие в его структуре банка) и холдинга, управляющего деятельностью своих дочерних компаний.

ОАО «Газпром» относится к смешанным холдингам, т.е., кроме финансово-кредитной деятельности, он занимается производственной, торговой и другими видами деятельности.

Холдинговые структуры в РФ начали формироваться путем преобразования основных отраслевых министерств в акционерные общества (РАО «ЕЭС России», «Газпром» и др.), а также путем вертикальной и горизонтальной интеграции промышленных предприятий («Лукойл», «Сургутнефтегаз», ОАО «Красный октябрь», «Кондитерский концерн Бабаевский» и др.). В настоящее время роль холдингов в экономике страны возрастает. Они проникают в те отрасли, которые в свое время были недоступны частному капиталу, и выводят предприятия, входящие в корпорацию, на рыночный уровень. Это относится, прежде всего, к формированию государством крупных оборонно-промышленных корпораций как каркас российской экономики в будущем.

Финансово-промышленные группы (ФПГ), в основном функционируют в развитых зарубежных странах. Так, в США имеется 100 многоотраслевых корпораций, представляющих собой высокоинтегрированные финансово-промышленные группы. На их долю приходится до 60% ВВП США; занято около 45% рабочей силы, сюда направляется до 60% инвестиций; каждая ФПГ (из 100) включает в себя предприятия 25 отраслей; 35 фирм работают в промышленности США; 10 – в 50 странах [Каширин, 2016].

ФПГ бывает двух видов: традиционные концерны во главе с крупной компанией (корпорацией); универсальные, многоуровневые ФПГ, сформированные вокруг банков («Альфа-Групп» Фридмана; «ЮКОС групп», сформированные вокруг банка «Минатеп», и др.). В США – «Дюпон»; «Дженерел электрик» и др., которые, в свою очередь, владеют банками или финансовыми компаниями. Основная черта ФПГ заключается в преобладании вертикальной интеграции над горизонтальной.

По нашему мнению, вся промышленность в РФ должна разбиваться на промышленные комплексы, которые должны включать в свой состав корпорации и финансово-промышленные группы.

Другой важной проблемой корпоративного развития является диверсификация их деятельности с учетом институциональных факторов изменения и нормативных ограничений и санкций, которые предприняли зарубежные партнеры по отношению к отечественным предприятиями.

Со стороны менеджмента и построения стратегий отечественных корпораций особо стоит отметить метод диверсификации, который описан был Игорем Ансоффом. Матрица Ансоффа была разработана Игорем Ансоффом и впервые опубликована в «Harvard Business Review» в 1957 г. в статье под названием «Стратегия диверсификации». Матрица научила маркетологов и бизнес-лидеров анализировать и прогнозировать риски роста. Матрицу Ансоффа иногда называют матрицей «Товар / рынок». Она показывает четыре стратегии, которые можно использовать для роста (рис. 1).

МАТРИЦА АНСОФФА		
рынок \ товар	товар	
	СТАРЫЙ товар	НОВЫЙ товар
СТАРЫЙ рынок	ПРОНИКНОВЕНИЕ на рынок	РАЗВИТИЕ товара
НОВЫЙ рынок	РАЗВИТИЕ рынка	ДИВЕРСИФИКАЦИЯ

Рисунок 1 – Матрица И. Ансоффа: 4 стратегии развития

Матрица Ансоффа может помочь ответить на следующие вопросы:

- 1) Проникновение на рынок: как повысить эффективность продаж, сократить время обработки заказов, улучшить все этапы процесса продажи и т.д.
- 2) Развитие рынка: подтверждают ли данные по доли рынка спрос на продукт в других сегментах; можно ли поддержать этот спрос существующими ресурсами.
- 3) Продукт и разработка: можно ли разрабатывать новые продукты, используя более дешевые производители, улучшенное качество, обновленную упаковку и т.п.
- 4) Диверсификация: оценка опыта, технических ноу-хау (можно ли выйти на новый рынок с новым товарным предложением, используя существующие навыки; есть ли у нас сильная управленческая команда, которая поддержит продажи нового продукта).

Именно выпуск высокотехнологической продукции, с высокой добавленной стоимостью, будет одним из факторов роста российских корпораций и их стратегией диверсифицированной политики .

Разработка продуктов в матрице Ансофф относится к компаниям, которые имеют хорошую долю на существующем рынке и, следовательно, могут нуждаться в выпуске новых продуктов для расширения. Лучшим подходом является стратегия разработки новой продукции, ориентированная на существующий рынок. Примером служит «Сбербанк» с его новыми продуктами «Сбермаркет» и «Сбераптека». Сейчас многие компании уходят в онлайн-сектор, открывают систему удаленного взаимодействия с клиентом, что тоже дает конкурентные преимущества.

Также важно продолжать, помимо наращивания экономической стратегии, производство товаров для клиентов, так как современный рынок стал все более клиентоориентированным и требует новых моделей диверсификации и изменения направления деятельности корпораций.

Заключение

Сегодня Правительство РФ организует корпорации в основном по казенным предприятиям, которые находятся в федеральной или региональной собственности, прежде всего в оборонном промышленном комплексе. По нашему мнению, этого недостаточно для страны, где функционируют десятки тысяч самостоятельных частных или государственно-частных предприятий.

В организационную структуру управления корпорацией, наряду с типовыми установленными функциями управления, действующими в настоящее время, должны быть включены инвестиционный банк, страховая компания, соответствующие образовательные учреждения (колледжи, вузы, технические училища) по подготовке рабочих и инженерных кадров для предприятий корпорации (отрасли), научно-исследовательский, конструкторский и технологический институт, НИИ экономики, управления или технико-экономическая лаборатория корпорации, отдел научно-исследовательской и патентной информации.

Библиография

1. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпораций. М.: Дело, 2006. 288 с.
2. Каширин С.В. Финансовое обеспечение развития социально-ориентированного кластера. М.: Спутник, 2016.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Ростинтэр, 1996. 704 с.
4. Магомедова З.Г. Диверсификация экспорта как условие экономического роста России // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. № 3. С. 35-40.
5. Митрофанова И.В., Сизов Ю.И. Институциональные ловушки инвестиционного фонда РФ // Финансы и кредит. 2009. № 3 (339). С. 35-38.
6. Новицкий Е.Г. Проблемы стратегического управления диверсифицированными корпорациями. М.: Буквица, 2001. 163 с.
7. Росстат представляет данные о промышленном производстве в январе 2022 года. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/document>.
8. Рудык Н.Б. Конгломеративные слияния и поглощения: книга о пользе и вреде непрофильных активов. М.: Дело, 2005. 220 с.
9. Рязанов В.Т. Экономика рентных отношений в современной России // Христианское чтение. 2011. № 4 (39). С. 149-175.
10. Raynor M., Bower J. Lead from the Center: new to Manage Divisions Dynamically // Harvard Business Review. 2020.

Diversification of domestic corporations as a basis for economic growth

Sergei V. Kashirin

PhD in Historical Sciences, Associate Professor,
Department of management and innovation,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125993, 49 Leningradskii av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: ser-kashiri@yandex.ru

Abstract

In the context of the COVID-19 pandemic, many domestic corporations have been affected and have been forced to cut back on products or services. As statistics show, the income of many corporations in the period 2020-2021. fell sharply. In order to monitor the industrial sector of the economy, the production of industrial products is monitored, the index of industrial production is calculated, and the heads of organizations are regularly surveyed about the forecast of demand and output, its balances in order to prepare proactive information about changes in economic variables. In the current circumstances, the release of high-tech products with high added value will be one of the growth factors of Russian corporations and their diversified policy strategy. From the side of management and building strategies of domestic corporations, I. Ansoff's method of diversification deserves special attention. Product development in the Ansoff matrix refers to companies that have

a good share of an existing market and therefore may need to release new products to expand. The best approach is a new product development strategy targeting an existing market.

For citation

Kashirin S.V. (2022) Diversifikatsiya otechestvennykh korporatsii kak osnova ekonomicheskogo rosta [Diversification of domestic corporations as a basis for economic growth]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (1A), pp. 279-284. DOI: 10.34670/AR.2022.67.85.033

Keywords

Diversification, corporation, economic growth, pandemic, products, service, management, strategy.

References

1. Gurkov I.B. (2006) *Strategiya i struktura korporatsii* [Strategy and structure of corporations]. Moscow: Delo Publ.
2. Kashirin S.V. (2016) *Finansovoe obespechenie razvitiya sotsial'no-orientirovannogo klastera* [Financial support for the development of a socially oriented cluster]. Moscow: Sputnik Publ.
3. Kotler F. (1996) *Osnovy marketinga* [Fundamentals of marketing]. Moscow: Rostinter Publ.
4. Magomedova Z.G. (2009) Diversifikatsiya eksporta kak uslovie ekonomicheskogo rosta Rossii [Export Diversification as a Condition for Russia's Economic Growth]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 3, pp. 35-40.
5. Mitrofanova I.V., Sizov Yu.I. (2009) Institutsional'nye lovushki investitsi-onnogo fonda RF [Institutional Traps of the Investment Fund of the Russian Federation]. *Finansy i kredit* [Finance and Credit], 3 (339), pp. 35-38.
6. Novitskii E.G. (2001) *Problemy strategicheskogo upravleniya diversifitsirovannymi korporatsiyami* [Problems of strategic management of diversified corporations]. Moscow: Bukvitsa Publ.
7. Raynor M., Bower J. (2020) Lead from the Center: new to Manage Divisions Dynamically. *Harvard Business Review*.
8. Rosstat predstavlyaet dannye o promyshlennom proizvodstve v yanvare 2022 goda [Rosstat presents data on industrial production in January 2022]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/document> [Accessed 12/12/2021].
9. Rudyk N.B. (2005) *Konglomerativnye sliyaniya i pogloshcheniya: kniga o pol'ze i vrede neprofil'nykh aktivov* [Conglomerate Mergers and Acquisitions: A book about the benefits and harms of non-core assets]. Moscow: Delo Publ.
10. Ryazanov V.T. (2011) *Ekonomika rentnykh otnoshenii v sovremennoi Rossii* [Economics of rent relations in modern Russia]. *Khristianskoe chtenie* [Christian reading], 4 (39), pp. 149-175.