

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ВИДОВ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

Л. Л. Соловьева

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Республика Беларусь*

Диверсификация товара занимает особое место в товарной политике предприятия. Согласно матрице Ансоффа [1, с. 85] стратегия диверсификации применяется, когда фирма начинает производить товары, которые планируется предложить на новые рынки сбыта.

Существует различное деление диверсификации на виды, однако четкости в формулировании этих видов нет.

Когда говорят о диверсификации товара, то выделяют горизонтальную, вертикальную, концентрическую и конгломератную [2, с. 366]. В более ранних изданиях по маркетингу выделяют только три вида – горизонтальную, конгломератную и концентрическую [1, с. 584] или горизонтальную, вертикальную и концентрическую [3, с. 265]. В определениях трудно уловить разницу в концентрической и горизонтальной диверсификации. Определения одинаковых видов диверсификации у разных авторов противоречат друг другу. Поэтому необходима их конкретизация.

Когда говорят о стратегии диверсификации, то выделяют связанную и несвязанную диверсификацию [4], конгломератную и синергетическую [5].

Сведем все используемые деления диверсификации на виды и проанализируем их содержание. Названия, которые вводят в заблуждения, рассматривать не будем [1]. Возможно, при переводе с языка оригинала понятия концентрическая и конгломератная были перепутаны.

Итак, согласимся с выделением двух стратегий диверсификации – связанной и несвязанной. Несвязанная (конгломератная) диверсификация охватывает такие направления деятельности, которые не имеют прямой непосредственной связи с основной деятельностью предприятия. Данная диверсификация оправдана, если возможности для роста предприятия в рамках производственной цепочки ограничены, позиции конкурентов очень сильны, а рынок базовой продукции находится в стадии спада. При несвязанной диверсификации могут отсутствовать общие рынки, ресурсы, технологии, а эффект достигается за счет обмена или разделения активов/сфер деятельности. В качестве примера можно привести Гомельскую фирму «Гарант», оказывающей услуги интернет, телевидения и туристические услуги.

Связанная диверсификация [4] означает развитие продуктов или рынков, связанных с основным профилем деятельности компании. То же означает и синергическая диверсификация [5] – основана на идее о том, что диверсификация должна осуществляться путем выхода за рамки промышленной цепочки, внутри которой действовала фирма, и поиском новых видов деятельности, дополняющих существующие в технологическом или коммерческом плане с целью получения эффекта синергизма.

В свою очередь синергетическую (связанную) диверсификацию делят на три вида: горизонтальную, вертикальную и концентрическую. В содержании каждого вида опять появляется путаница. Деление на виды осуществляется исходя из схожести потребности, потребителя, технологии, поставщиков и посредников. Для более четкого разделения данных видов диверсификации составим таблицу.

Основная трудность – определить различие в горизонтальной и концентрической диверсификации. Поэтому определимся с вертикальной.

Вертикальная диверсификация заключается в том, что фирма обращается или к более ранним (вертикальная диверсификация назад), или к следующим стадиям деятельности (вертикальная диверсификация вперед). Например, ОАО «Гомельский домостроительный комбинат» производит строительные конструкции, которые использует при строительстве многоквартирных домов (вертикальная диверсификация назад).

Содержание видов диверсификации

Показатель	Горизонтальная диверсификация	Вертикальная диверсификация	Концентрическая диверсификация	Конгломератная диверсификация
Цель	Завоевание и удержание рыночной доли, занятие позиций технологического лидера, создание определенного образа в глазах общественности, лидерства в издержках			Финансовая цель – получение прибыли
Потребность	Схожая	Конечная потребность та же	Та же	Новая
Технология	Новая	Новая	Схожая	Новая
Потребитель	Схожий	Один и тот же	Один и тот же или новый	Новый

При концентрической диверсификации производство новых продуктов основывается на базе существующего бизнеса исходя из существующих технологий, отходов производства и освоенного рынка. Если новое производство связано с переработкой отходов, то технология и потребитель может поменяться. Но в других случаях при концентрической диверсификации технология остается схожей. Можно

производить продукцию, схожую по удовлетворяемой потребности, но для другого потребителя – холодильники бытовые и промышленные у Минской фирмы ОАО «Атлант».

Горизонтальная диверсификация допускает развитие на традиционном, освоенном рынке деятельности фирмы за счет освоения выпуска новой продукции (удовлетворяющей схожие потребности), которая требует технологий, отличных от той, которая используется при производстве основного продукта. Например, фирма СП «Санта Бремор» ООО производит продукты питания, требующие разных технологий – рыбпродукты, мороженое, пельмени и вареники, питьевая вода.

Данная систематизация позволит более четко определять стратегические зоны хозяйствования компании, а также повысить эффективность теоретического анализа маркетинговой среды предприятия в процессе стратегического планирования.

Л и т е р а т у р а

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – Новосибирск : Наука, 1992. – 736 с.
2. Маркетинг : учеб. пособие / под ред. А. М. Немчина, Д. В. Минаева. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2001. – 512 с.
3. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учеб. для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под ред. Г. Л. Багиева. – М. : Экономика, 1999. – 703 с.
4. Менеджмент организации : учеб. пособие для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки менеджера / под общ. ред. В. Е. Ланкина. – Таганрог : ТРГУ, 2006. [Электронный ресурс] / Административно-управленческий портал. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m98/3_8.htm. – Дата доступа: 23.07.13.
5. Виды диверсификации [Электронный ресурс] 22.10.12 / Центр управления финансами. – Режим доступа: <http://www.center-yf.ru/data/economy/Vidy-diversifikacii.php>. – Дата доступа: 23.07.13.