

УДК 338.5:338.242

Лыкин А.А.¹, Щолокова Е.М.²

РАЗВИТИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В ОАО «ММК ИМ. ИЛЬИЧА»

Рассмотрены вопросы диверсификации предприятия как часть общей стратегии развития бизнеса и эффективный способ снижения инвестиционных рисков. На примере ОАО «ММК им. Ильича» предложены менеджерские варианты диверсификационного развития. Одним из актуальных направлений предлагается организация и развитие туризма на предприятии. Предложены основные направления развития туризма, планируемая организационная структура управления, задачи, вопросы финансирования сферы услуг.

Риском для предприятия в случае концентрации на единственном виде деятельности является сосредоточение всех его усилий на одном направлении. В случае стагнации темпы роста такого предприятия и прибыль снижаются. Иногда изменения в потребностях клиентов, инновации или появление новых товаров – субституты могут подорвать позиции фирмы. По этой причине многие узкоспециализированные компании все больше обращают внимание на диверсификацию, когда их бизнес переживает пик развития.

Диверсификация представляет собой часть стратегии предприятий практически в каждой стране. Ее целью является увеличение стоимости акционерного капитала.

Развитие диверсификации на предприятии в настоящее время актуально, так как это лучший способ снижения инвестиционных рисков.

В конце 50-х годов прошлого века Гари Марковец разработал научный метод анализа рисков и заложил основы диверсификации [1]. А в 1990 году он получил за свое открытие Нобелевскую премию.

Определенный вклад в исследование теоретических, методологических и практических аспектов диверсификации внесли труды ряда ученых – экономистов. [2 – 4].

Диверсификация заставляет искать наиболее выгодные сферы приложения капитала, является инструментом межотраслевого перелива капитала и методом оптимизации структурных преобразований в экономике и требует дальнейшего поиска новых направлений диверсификации производства для предприятия.

В настоящее время ОАО «ММК им. Ильича» – многопрофильное объединение, включающее в себя, помимо основного металлургического производства, мощный аграрный и перерабатывающий комплекс, разветвленную сеть учреждений общественного питания и торговли, обширную социальную сферу. Динамично развиваются новые направления деятельности: производство строительных материалов, сельскохозяйственной продукции, товаров народного потребления и продукции химико-металлургической фабрики, что обуславливает развитие на комбинате широкой диверсификации.

Наибольший эффект от диверсификации на комбинате был достигнут добавлением в инвестиционный портфель активов различных отраслей таким образом, что падение стоимости одного актива компенсировалось ростом другого.

Одним из новых направлений диверсификации производства на комбинате может явиться туризм.

Цель работы – дальнейшее развитие диверсификации производства в ОАО «ММК им. Ильича» за счет создания туристического бизнеса.

На долю внутреннего туризма в мире приходится 80 – 90 % поездок. Расходы на него в 5 – 10 раз превышают расходы на международный туризм. [5]. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые.

¹ПГТУ, канд. техн. наук, доц.

²ПГТУ, ст. преп.

Значение туризма как источника валютных поступлений, расширения международных контактов, обеспечение занятости населения постоянно растет.

Туризм – один из немногих динамично развивающихся видов бизнеса. Интерес предпринимателей к туризму объясняется рядом факторов. Во-первых, для того чтобы заниматься туристическим бизнесом не требуется больших инвестиций. Во-вторых, на туристическом рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы. При этом туристический бизнес позволяет быстро оборачивать капитал.

Для достижения положительного баланса между ввозимыми в страну деньгами (въездной туризм) и вывозимыми из страны (выездной туризм) необходимо всячески поддерживать и развивать внутренний туризм с тем, чтобы деньги тратить внутри страны, а не за ее пределами.

Туризм, как торговлю услугами на мировом рынке можно назвать невидимый экспорт.

Экономический эффект от развития туризма в регионе проявляется прежде всего в создании дополнительных рабочих мест в туристической индустрии, повышение занятости населения, а также в стимулировании развития слабых в экономическом отношении регионов.

В настоящее время в связи с падением спроса на металлопродукцию ОАО «ММК им. Ильича» на мировом рынке необходимо развивать те производства, производственная деятельность которых достигает плановых показателей комбината по прибыли, которые не требуют значительных капиталовложений, производство которых имеет значительный потенциал для роста (например, сельское хозяйство, товары народного потребления, туризм).

Оздоровление и досуг работников – это одно из приоритетных направлений деятельности администрации комбината. С каждым годом увеличивается число работников, желающих отдохнуть в курортных городах Украины, однако информационная база о них очень ограничена.

В таблице 1 представлено количество туристов – ильичевцев, отдохнувших в различных регионах Украины в период с 2005 по 2007 годы и за 5 месяцев 2008 года.

Таблица 1 – Динамика роста количества туристов на комбинате

Регион	2005 г.	2006 г.	2007 г.	5 мес. 2008 г.
Крым (Ай-Даниль)	1590	1957	2034	1065
Одесса	123	156	219	171
Карпаты	53	76	100	121
Святогорск	205	246	273	183

Как следует из данных, представленных в таблице 1, темп роста туристов комбината за последние годы увеличивается.

Для дальнейшего развития туризма как одного из направлений диверсификации производства на предприятии целесообразно создать на базе профсоюзного комитета туристический информационный центр (ТИЦ). Это самостоятельный хозяйственный субъект, главной целью которого является обеспечение аккумуляции и реализации информации о туристических регионах работникам комбината, создание благоприятных условий для их отдыха, составление договоров с предприятиями регионов по оказанию туристско – экскурсионных услуг, обеспечение экономических и социальных интересов трудового коллектива за счет полученной прибыли.

Основными направлениями деятельности ТИЦ будут:

- предоставление работникам комбината льготных туристических путевок в любой регион;
- предоставление информационных услуг работникам комбината по размещению ресторанов, кафе, проведению культурных и спортивных мероприятий, маршрутов общественного транспорта, предоставлению развлекательных услуг, которые предлагаются в выбранном работником регионе;
- сбор, обработка и постоянное обновление справочной информации (календарь событий, новые услуги, специальные предложения и т.д.);
- осуществление рекламно-информационной деятельности, формирование позитивного культурно-туристического имиджа региона;
- разработка, приобретение и реализация продукции туристического назначения: туристическая литература – путеводители, географические карты, листовки; значки, сувениры, видео – и аудио кассеты, компакт-диски и т.д.;
- периодическое информирование администрации комбината об основных мероприятиях ТИЦ и потребностях работников;
- предоставление услуг перевода;
- предоставление доступа к вэб-ресурсами сети Интернет, электронных баз данных по культурным, спортивным учреждениям, музеям и историко-архитектурным комплексам,

развлекательным мероприятиям и акциям, объектам туристического посещения с планами туристических маршрутов и туристической инфраструктуры;
 – работа по составлению договоров с предприятиями, которые занимаются предоставлением туристических, экскурсионных, транспортных услуг и услуг проживания.

Основными задачами ТИЦ являются создание необходимых условий для высокопродуктивной работы, оздоровление работников комбината, содействие развитию туристско-экскурсионного движения среди молодых работников комбината, улучшение микроклимата в трудовых коллективах и семье, и т.д.).

Перечень туристических мест, предоставляемых работникам комбината, представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Перечень основных туристических мест, предлагаемых работникам комбината

Регион или город	Достопримечательности
Чернигов	Исторические и культурные памятники
Каменец-Подольский	Памятник средневековой военной архитектуры
Полтава	Множество архитектурных памятников, музей-заповедник, «поле Полтавской битвы» и т.д.
Львов	Музей под открытым небом
Закарпатье	Курорты: Трусковец, Моршин, Миргород, Кобылецкая поляна, Квасы, Шаян, Свалява, Славское, множество заповедников
Херсонес-Таврический	На территории заповедника античный и средневековый музеи
Керчь	Уникальный историко-культурный комплекс
Полуостров Тархан кут	Наиболее популярное место дайвинга
Ужгород	Ботанический сад
Кавказ	Излюбленное место отдыха туристов
Донецкая область	Заповедник «Каменные могилы»
Луцк и другие города	Зеленые парки, цветники, чистый воздух

Финансирование ТИЦ будет осуществляться за счет профсоюзных взносов работников комбината (50 %), а также финансовой поддержки комбината (50 %). Ориентировочные затраты на создание ТИЦ составит 3,5 млн. долларов. При динамическом развитии туризма на комбинате доход его к 2010 году может составить более 7 млн. долларов в год.

Выводы

1. Чтобы добиться высоких результатов деятельности хозяйственных подразделений, входящих в портфель деловой активности диверсифицированного ОАО «ММК им. Ильича», менеджерам предприятия необходимо эффективно распределять имеющиеся ресурсы – направлять их из сферы с низкими возможностями в сферы с высокими возможностями.
2. Широкая диверсификация – лучший способ снижения инвестиционных рисков.
3. Создание туристско – информационного центра на комбинате позволит оздоровить работников предприятия, знакомить их с памятниками культурного наследия, содействовать развитию туристско – экскурсионного движения среди молодых работников комбината, реализовать путевки работников по льготным ценам, создать необходимые условия для высокопродуктивной работы. Все эти мероприятия будут способствовать эффективному внедрению туризма как одного из направлений развития диверсификации производства на комбинате и являются весьма выгодным вложением капитала (коэффициент эффективности капитальных вложений равен двум).

Перечень ссылок

1. *Markowitz H.* “Portfolio Selection / *H. Markowitz* // Efficient Diversification of Investments. – New York: John Wiley, 1959. – 115 с.
2. *Brinson Gary P.* Determinants of Portfolio Performance / *Gary P. Brinson, I. Randolph Hood, Gilbert I. Beebower* // Financial Analysts. Journal, July – August, 1986. – 93 с.
3. *Gibson Roger C.* Balancing Financial Risks / *Roger C. Gibson* // McGraw Hill, 2000. – 172 с.
4. *Francois – Serge Lhabitant* “Hedge Funds: Myths and Limits”, John Wiley, New York, 2002. – 205 с.
5. *Боди Зви* Принципы инвестиций / *Зви Боди, Алекс Куйн, Алан Дж. Таркус.* – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2002. – 193 с.

Рецензент: Н.Г. Билопольский
 д-р экон. наук, проф., ПГТУ

Статья поступила 28.01.2009