

УДК:330.3

АКТУАЛЬНОСТЬ ДИВЕРСИФИКАЦИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Змеева Александра Алексеевна

обучающаяся института экономики и управления

sashazmееva@yandex.ru

Мичуринский государственный

аграрный университет,

г. Мичуринск, Российская Федерация

Аннотация. В статье приведен анализ диверсификации производства и изучены основные преимущества развития организаций, применяющих данную стратегию, перед узкоспециализированными предприятиями. Описаны наиболее распространенные методы осуществления диверсификации, при определенных возможностях фирмы.

Ключевые слова: диверсификация, экономическая эффективность, конкурентоспособность

В условиях обостряющейся конкуренции на агропродовольственных рынках, основной целью предприятий является не только организация эффективного производства, но и возможность обеспечения стабильного сбыта [1-5].

Важную роль здесь может играть диверсификация производства, под которой понимается расширение ассортимента выпускаемой продукции, и, переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производств, с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства.

Развитие стратегии диверсификации направлено на поиск новых путей эффективной деятельности, что создает предпосылки для обеспечения наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей, формирования конкурентных преимуществ, ускорения развития, получения дополнительного дохода. Кризис большинства сфер промышленности спровоцировал высокую активность конкурентных процессов, сопровождаемых сокращением рынка сбыта, снижением ресурсных возможностей и преобразованием стратегических ориентиров - переходом от развития к выживанию, все перечисленное обуславливает актуальность исследования [6].

Узкоспециализированные фирмы часто приводят к следующим проблемам:

- наименее стойкое положение предприятия на рынке, может привести к провалу товара (или отказом от него), переключением целевого сегмента на продукты конкурентов;

- ограничение применения стратегий перекрестного субсидирования и глобальной сегментации. При использовании основными конкурентами диверсифицированных товаров, брендов и программ продвижения, положение фирмы применяющую стратегию узкой специализации крайне не устойчиво [7].

Все приведенные причины делают диверсификацию широкой распространённой стратегией развития деятельности компании.

Многие узкоспециализированные предприятия со временем сталкиваются с такими проблемами как неустойчивость рыночного положения, ограниченные возможности для экономического роста, в случае неустойчивости сферы бизнеса это может стать причиной банкротства, что приводит к необходимости принятия решения о диверсификации.

При неоднозначности рыночной ситуации, конъюнктуры, финансовых условий деятельности фирмы диверсификация применяется как средство:

- получения предприятием большей прибыли, экономия на масштабах производства;

- снижение степени предпринимательского риска, методом распределения его на различные виды и направления деятельности;

- перераспределение ресурсов в деятельность с наиболее высокой рентабельностью, формирование в них конкурентных преимуществ, которые влияют на общую конкурентоспособность фирмы;

- покинуть стагнирующие отрасли, находящиеся на пороге упадка и перейти на более перспективные направления деятельности с высокой рентабельностью, сформировать в них конкурентные преимущества, которые положительно влияют на общую конкурентоспособность фирмы, репутацию, а соответственно, рыночную стоимость;

- при выпуске технически не связанных продуктов уравновесить цикличность производства существующего, компенсировать дополнительные расходы при снижении экономических показателей по отдельным видам деятельности (возможные потери в одной сфере компенсируются за счет доходов в других);

- добиться эффекта синергии с другим бизнесом. [8]

Диверсификация позволяет оперировать новыми видами продуктов и рынками, используется как средство устранения диспропорций воспроизводства и перераспределения ресурсов, направлено на определенные цели и устанавливает дальнейшее направления реструктуризации фирмы [9].

Диверсификацию целесообразно проводить если:

- расширение ассортимента продукции увеличивает объемы реализации существующих;

- предприятие действует в отрасли, имеющей нулевой или небольшой рост, и имеет место высокая конкуренция;

- текущее производство дает средства, которые возможно вложить в разработку новых продуктов, чья реализация во времени будет происходить в противофазе с уже выпускаемыми.

В зависимости от числа новых видов деятельности диверсификация может быть широкой и узкой.

Выделяют три вида развития диверсификации.

1. Концентрическая (централизованная) диверсификация, предполагает увеличение позиций организации в прежней сфере производства, где осваивается выпуск существенно модифицированной основной продукции, увеличение существующей номенклатуры, с маркетинговой или технологической точки зрения аналогичной выпускаемой (использование имеющихся ресурсов для выпуска новой продукции), прежде всего на основе инвестиций в модернизацию и расширение уже действующего производственного аппарата. В некоторых случаях внедрение новых направлений производств может оказаться невозможным. [10]

Этот вид развития дает предприятию такие перспективы как сохранение существующего уровня деловой активности, снижение инвестиционного риска, применение накопленного опыта, использование возможностей экономии на масштабах, например за счет централизации руководства, объединение каналов сбыта.

Концентрическая диверсификация позволяет реализовать новые продукты по повышенным ценам и делает предприятие наиболее устойчивым, однако когда возможности близятся к исчерпанию, происходит внедрение в новые сферы производства – сначала в связанные, а после и в другие [11].

2. Связанная диверсификация характеризуется вхождением в смежные области производства, освоение и выпуск иных, но родственных товаров, что достигается путем:

- поглощения уже существующих предприятий и производством необходимой продукции на ней. Этот вариант привлекателен своей оперативностью, быстрым решением проблем технического отставания, отсутствия опыта связей с поставщиками, невысокими расходами, влиянием фирмы на рынке. В то же время не всегда получается найти необходимую фирму.

- создание организации в отрасли под управлением материнской компании с нуля, это требует больших вложений капитала, преодоление барьеров вхождения в определенный сегмент рынка (в случае вхождения в другие отрасли), поиск источников сырья, обучение персонала, формирование каналов сбыта. Это целесообразно при наличии времени, затраты ниже, чем при покупке действующего предприятия, имеется нужный опыт, возможно увеличение сбыта выпускаемой продукции, нет необходимости напрямую конкурировать с крупными фирмами.

- учреждением совместных предприятий, объединение ресурсов создает структуру с наиболее значительными конкурентными преимуществами.

- участие в стратегических альянсах- документально оформленные соглашения о сотрудничестве, позволяет минимизировать издержки, формирует конкурентные преимущества [12, 13].

Стратегию связанной диверсификации применяют в случае если реализация нового вида продукции может происходить в противофазе с выпускаемой, а также для продвижения этих товаров можно использовать существующие каналы сбыта.

3. Конгломератная диверсификация, вхождение в не связанные отрасли в случае нахождения в них организаций, которые приобретаются на лучших условиях и имеют высокие перспективы развития.

Здесь отсутствуют общие рынки, ресурсы, технологии. Это диверсификация капитала, а не производства.

Использование этой стратегии целесообразно, если фирма имеет достаточный капитал и квалифицированный персонал для конкуренции в новой отрасли; имеет место возможность покупки бизнеса, который не связан с профильным и является надежным объектом вложения инвестиций. В то же время может сопровождаться падением продаж в базовой отрасли, увеличением трудностей в управлении, затрат на него.

Список литературы

1. Minakov I.A. Agricultural market development: trends and prospects / I.A. Minakov, A.V. Nikitin // International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering. - 2019. - Т. 9. - № 1. - С. 3842-3847.

2. Nikitin A.V. Problems of formation and development of agro-food market / A.V. Nikitin, D.S. Neuymin // The Journal of Social Sciences Research.- 2018. - Т. 2018. - № Special Issue 3. - С. 235-242.

3. Дубовицкий А.А. Обоснование перспектив экономического роста и развития овощеводства / Дубовицкий А.А., Греков Н.И. // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2014. № 6. С. 79-82.

4. Дубовицкий А.А. Проблемы и перспективы развития овощеводства / Дубовицкий А.А., Климентова Э.А. // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания. 2014. № 3 (3). С. 89-95.

5. Molotkova N.V. Small business in digital economy / N.V. Molotkova, D.L. Khazanova, E.V. Ivanova // SHS Web of Conferences (см. в книгах). - 2019. - Т. 62. - С. 04003.

6. Дубовицкий А.А. Формирование эффективной системы товародвижения на продовольственном рынке / А.А. Дубовицкий, Э.А. Климентова // Сб.: Формирование системы устойчивого развития сельского хозяйства на основе концепции стратегического управления (1 Шаляпинские

чтения): материалы всероссийской научно-практической конференции. – Мичуринск, 2018. - С. 80-84.

7. Заздравных А. В. Теория отраслевых рынков: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019.— 288 с.

8. Дубовицкий А.А. Оптимизация товародвижения на продовольственном рынке / А.А. Дубовицкий, Е.А. Евдокимова, Э.А. Климентова // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. - 2018. - № 11. - С. 53-57.

9. Минаков И.А. Экономика предприятий АПК: учебник (2-е изд., перераб. и доп.) / И.А. Минаков. - Мичуринск, 2019. – 275 с.

10. Минаков И. А. Экономика агропродовольственного рынка: Учеб. пособие/ под ред. И.А. Минакова. - М.: ИНФРА-М, 2014г. - 232 с.

11. Отварухина Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 336 с.

12. Орехова С.А. Корпоративное управление : учебник для академического бакалавриата / С. А. Орехов [и др.]; под общей редакцией — Москва: Издательство Юрайт, 2019.— 312 с.

13. Шифрин М.Б. Стратегический менеджмент: учебник для академического бакалавриата / М. Б. Шифрин.— 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 321 с.

THE RELEVANCE OF DIVERSIFICATION OF AGRICULTURAL PRODUCTION

Zmeeva A.A.,

student of the Institute of Economics and management

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russian Federation

Abstract: The article analyzes the diversification of production and examines the main advantages of developing organizations that use this strategy over highly specialized enterprises. The most common methods of diversification are described, given the firm's specific capabilities.

Keywords: diversification, economic efficiency, competitiveness.