

УДК 338.332

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Павлов А. Ю.

бакалавр,

Донской Государственный Технический Университет (ДГТУ),

Россия, г. Ростов-на-Дону.

Землякова Н. С.

к.э.н, доцент

Донской государственной технической университет (ДГТУ),

Россия, г. Ростов-на-Дону

Аннотация. В статье рассмотрены предпосылки, мотивы и цели диверсификации. Конкретизируются преимущества, недостатки и риски, непосредственно связанные с развёртыванием диверсификации деятельности и услуг, предлагаемых в рамках транспортного предприятия. Приведены фактические примеры успешной диверсификационной деятельности транспортных предприятий. Сделан вывод о неоспоримой пользе диверсификации в рамках транспортного предприятия, если все условия для её успешного применения соблюдены.

Ключевые слова: диверсификация, риски, родственная сфера, бизнес, преимущества, доход, Деловые линии, РЖД.

DIVERSIFICATION AS A STRATEGY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF A TRANSPORT COMPANY

Pavlov A.Y.

bachelor,

Don State Technical University (DSTU),

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Russia, Rostov-on-don

Zemlyakova N.S.

PhD, Associate Professor,

Don State Technical University (DSTU),

Russia, Rostov-on-don

Abstract. The article considers the prerequisites, motives and goals of diversification. The advantages, disadvantages and risks that are directly related to the development of diversification of the activities and services offered within the transport company are specified. The actual examples of successful diversification of transport enterprises are given. The conclusion is made about the undeniable benefits of diversification within the transport company, if all the conditions for its successful application are met.

Key words: diversification, risks, related sphere, business, advantages, income, Business lines, Russian Railways.

В странах с достаточно развитой рыночной экономикой вся вторая половина двадцатого столетия характеризовалась новым явлением – диверсификацией. Её применяли и применяют почти все предприятия любых масштабов. Это отнюдь не удивительно: если основной бизнес приносит неплохой доход, то можно использовать часть средств для открытия новых предприятий как в родственной, так и в неродственной сферах бизнеса.

На самом деле, это далеко не единственная причина, по которой предприниматели могут прибегать к диверсификации. В частности, это может быть:

– желание снизить хозяйственные риски, которые являются весьма существенными для большинства узконаправленных предприятий;

– стремление увеличить получаемую прибыль за счет постоянного перемещения бизнеса во всё более доходные сферы, когда не удаётся добиться

намеченных целей в рамках уже имеющихся товарных, производственных и акционных портфелей;

– шанс получения дополнительной прибыли даже при изменении обстоятельств внешней среды фирмы (внедрение на новые многообещающие рынки, снижение гнёта налоговых сборов и так далее.).

Диверсификация является довольно мощным инструментом привлечения прибыли, и любой достаточно умелый предприниматель с должным подходом вполне способен извлечь максимум пользы от его применения. Но многие предприниматели либо не имеют достаточно опыта, либо нерационально оценивают свои способности и ресурсы, что не принесёт предприятию прибыли, а приведёт к значительным убыткам и, возможно, к банкротству. Необходимо понимать, что диверсификация – это не панацея, и поможет она не всем предприятиям и не во всех случаях.

В современных суровых реалиях Российской рыночной экономики, где каждый предприниматель ставит перед собой или своей фирмой первоочередной задачей максимизацию доходов, где предприятия не стыдятся использовать «грязный» маркетинг, зачастую бывает очень сложно сохранить свою позицию на рынке, сохранить свою аудиторию, клиентуру, но в такой ситуации появляется выбор: быть агрессивным или же пассивным игроком рынка (активно захватывать различные перспективные области рынка или искать новые, ещё не развитые). Таким образом, цели у диверсификации могут быть разными - от обычного стремления удержаться на плаву, до получения максимально возможного дохода – руководство компании по своему усмотрению реализует наиболее важные из них, рассматривая в этот момент множество различных факторов, экономических показателей, в том числе учитывается переживаемый предприятием этап жизненного цикла предприятия. Однако нет конкретного момента времени, такой ситуации на рынке, когда можно со стопроцентной уверенностью заявлять, что диверсификация жизненно необходима. Зачастую решение о ней принимается именно в те моменты, когда предприятие попадает

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

в не самое лёгкое положение, но у него ещё присутствует некоторое количество ресурсов, которое она может направить на неё. Подробнее мотивы и цели диверсификации можно наблюдать на рис.1.

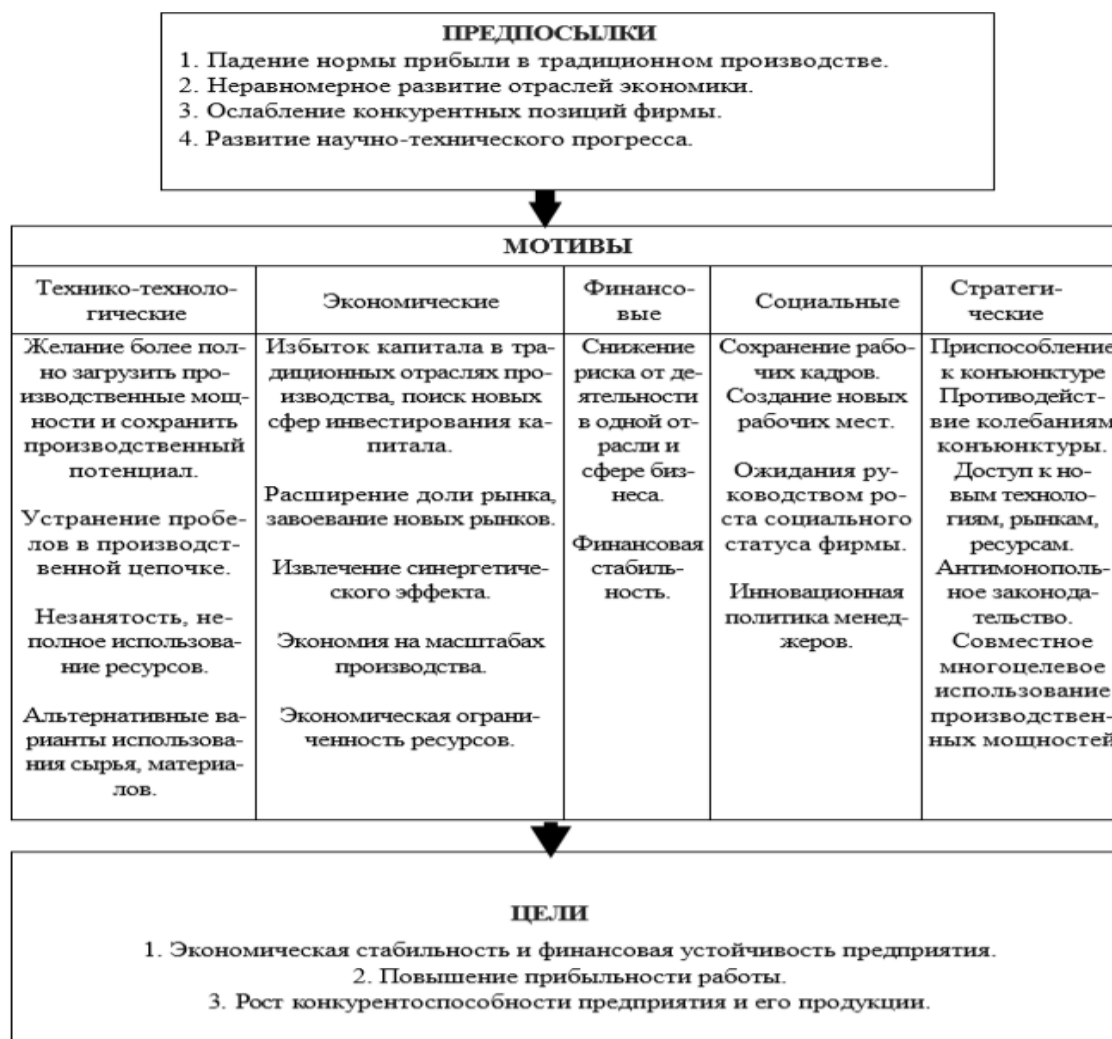


Рисунок 1 - Мотивы и цели диверсификации [1]

Так и с диверсификацией, хоть её суть и заключается в снижении рисков предприятия [2], она так же может нести свои собственные риски и у неё тоже есть свои недостатки. Для начала рассмотрим преимущества реализации диверсификационной деятельности:

- это весьма весомый повод для выхода из отрасли, находящейся на спаде;
- диверсификация помогает получить новые технологии или развить собственные за счет обмена технологиями с предприятиями, которые уже

обладают достаточным уровнем технологического развития производства;

- диверсификация позволяет снизить зависимость от продажи только одного вида продукции;
- при ее использовании возможно возникновение и использование потенциала образования синергии;
- возможна реализация большей степени дифференциации продукции с помощью направленной деятельности по повышению качества продукции, сервиса и маркетинга;
- позволяет сократить и распределить риски, что значительно увеличит экономическую устойчивость предприятия.

Отметим также и главные недостатки:

- необходимость большого количества инвестиций, в частности, финансовых;
- новая деятельность может потребовать совершенно других навыков, которые не были востребованы ранее, в прошлом виде деятельности фирмы;
- в большей степени она подходит не для малых, а для больших предприятий, которые гораздо менее чувствительны к перепадам цен.

Среди возможных рисков, связанных с развёрткой диверсификационной деятельности предприятия, выделяют следующие:

- каналов сбыта может оказаться недостаточно для продажи товаров всех предприятий-конкурентов;
- самих конкурентов в какой-то момент может стать слишком много, чтобы рынок имел возможность функционировать нормально;
- ожидаемый рост рынка может оказаться совсем не таким, как того обещали прогнозы;
- скорость и темпы внедрения новых технологий и методов сбыта могут оказаться настолько высокими, что далеко не все фирмы могут также оперативно к ним приспособиться. [3]

В современных реалиях рынка, огромное количество предприятий прибегает к развёртыванию диверсификационной деятельности, у кого-то получается не всё, а кто-то преуспевает в этом деле больше остальных.

ООО «Деловые линии» - транспортная компания, основанная в 2001 году и первоначально занимавшаяся первое время исключительно перевозками грузов для организаций. Позднее, когда компания уже имела некоторый вес на рынке и имело свою клиентуру, Фарид Мадани, генеральный директор, принял решение расширить сферы влияния своей фирмы, «Деловые линии» стали заниматься и частными перевозками, открыли 240 своих подразделений в более чем 180 городах по всей России (профильная диверсификация в рамках выхода с локального рынка на национальный), предоставляют услуги по доставке сборного груза автомобильным и воздушным транспортом, перевозке грузов еврофурами и автомобилями с малой тоннажной нагрузкой, контейнерами, а также складских услуг по хранению и обработке товаров. При необходимости клиентам предлагается мультимодальная транспортировка грузов. Благодаря довольно обширной сети подразделений и собственному современному автопарку «Деловые Линии» обеспечивают быструю и надежную перевозку грузов по всей России, и по территории Армении, Беларуси, Казахстана и Киргизии. Фирма разрабатывает и предлагает клиентам индивидуальные логистические решения для транспортировки крупногабаритных грузов и грузов, для которых необходимы особые условия перевозки, а также для обеспечения регулярных поставок товаров или материалов большому списку получателей. (Всё это примеры применения профильной диверсификации-расширения предлагаемых услуг в рамках специализации основного предприятия, перевозок)

Такой широкий спектр услуг и соответствующее качество их оказания привели к тому, что «Деловые линии» занимает 1 место (свыше 26% рынка) в сегменте перевозки сборных грузов (Infranews, 2017) и 1 место по объему складских площадей в управлении среди логистических компаний РФ (Knight Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Frank, 2017). [4]

ОАО «РЖД» - российская государственная вертикально интегрированная компания, владелец инфраструктуры общего пользования и самый крупный перевозчик российской железнодорожной сети. Образовано в 2003 году на базе Министерства путей сообщения России, 100 % акций которой принадлежат Правительству Российской Федерации. С самого основания (2003 год) основными задачами фирмы были: развитие грузовых и комплексных грузовых перевозок по путям железнодорожного сообщения, создание, поддержание и дальнейшее развитие инфраструктуры железнодорожного сообщения страны, пассажирские перевозки. На данный момент «РЖД» является негласным монополистом в сфере частных и государственных грузовых и пассажирских перевозок, что говорит о том, что компания заняла почти все возможные рынки, связанные с железными дорогами России в целом, а произошло это благодаря грамотной стратегии развития, использовавшей родственную диверсификацию. Список грузов, транспортировкой которых занимается компания, весьма внушителен и разнообразен: зерно, различные руды, лесные, уголь, строительные и многие другие. «РЖД», являясь основным игроком национального рынка, развивает логистику в пользу укрепления торговых связей с европейскими и азиатскими странами, что не может плохо сказаться на деятельности фирмы. Список основных видов деятельности в сфере транспортных услуг включает в себя: комплексную транспортно-логистическую услугу (перевозка груза и его перевалка в порту); железнодорожно-паромное сообщение; комплексные услуги (транспортировка грузов и предоставление транспортного средства); отслеживание перевозки грузов по железнодорожным путям России; услуги по организации работы с парком вагонов принадлежащих оператору; организация перевозок контейнерных поездов по графику с согласованным временем опрвления и прибытия[5]. Применение диверсификации позволило компании стать крупнейшим поставщиком логистических и транспортных услуг железнодорожного сообщения в России.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий **вывод**: диверсификация деятельности транспортного предприятия зачастую приносит стабильность в экономическую составляющую фирмы, так как спрос на услуги подобного рода показывает неуклонный рост в благоприятное время и стабильный уровень во времена, подобные нынешним. Это даёт возможность уверенного экономического роста, что в долгосрочной перспективе позволит расширить сферу влияния, выйти на новые рынки, расширить спектр услуг, а значит укрепить свои позиции, стать более конкурентоспособным и получить всё большие и большие перспективы для развития в будущем.

Библиографический список:

1. Абалонин С.М. Диверсификация деятельности транспортного предприятия, 2017. – 100 с.
2. Никитина Н.И., Патрон П.А. Макроэкономика: Учебное пособие. - М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016. – 119 с.
3. Гудкова Т.В., Заздравных А.В., Улупова В.Л. Современная фирма: поведение, стратегии и культура: учеб. М: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. — 96 с.
- 4.Официальный сайт компании «Деловые линии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.dellin.ru/company/> (дата обращения 09.05.2020.)
- 5.Официальный сайт ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://annrep.rzd.ru/reports/public/ru?STRUCTURE_ID=4392 (дата обращения 10.05.2020.)

Оригинальность 84%