

Актуальность исследования определяется ролью факторов эффективной диверсификации как метода для обеспечения устойчивого развития предприятия. Выявление и учет этих факторов создает предпосылки повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Цель работы выявление факторов эффективной реализации стратегии диверсификации.

Объектом исследования является реализация стратегии диверсификации на ОАО «Агро-Мотоль».

Предмет исследования – причинно-следственные связи при реализации стратегии диверсификации.

Под понятием «диверсификация» подразумевают разные процессы [2, с. 27], поэтому вариант трактовки данной концепции, по нашему мнению, следует применять исходя из целей конкретного исследования.

К целям диверсификации относятся:

1. обеспечение успешной работы организации; 2. повышение конкурентоспособности предприятия; 3. максимизация прибыли и повышение доходности; 4. повышение устойчивости предприятия; 5. финансовая независимость и экономическая стабильность [1].

Мы трактуем понятие диверсификации как маркетинговую стратегию, которая позволяет предприятию эффективно развивать дополнительные направления бизнеса.

В качестве метода исследования использована диаграмма Исикавы [3] в комбинации с методом «мозгового штурма». В качестве исходного допущения использована возможность неэффективной диверсификации.

Результаты исследования представлены на рисунке.

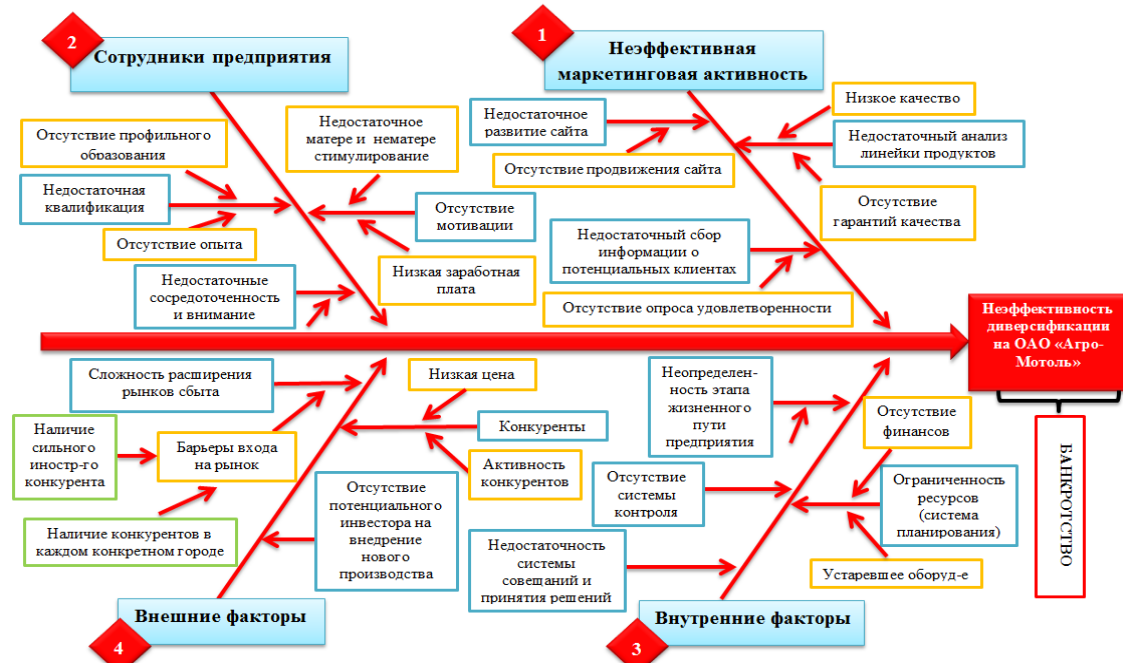


Рисунок – Факторы неэффективности диверсификации на ОАО «Агро-Мотоль»

Примечание – Источник: собственная разработка

Выявлены следующие факторы.

Факторы первого порядка: 1. неэффективная маркетинговая активность; 2. сотрудники предприятия; 3. внутренние факторы; 4. внешние факторы.

Факторы первого порядка могут включать в себя факторы второго порядка и т.д.

Таким образом, идентифицированы следующие факторы, которые могут отрицательно воздействовать на эффективность диверсификации ОАО «Агро-Мотоль».

1. Неэффективная маркетинговая активность. Она включает в себя факторы второго порядка: недостаточное развитие сайта, недостаточный анализ линейки продуктов, недостаточный сбор информации о потенциальных клиентах. В свою очередь факторы второго порядка включают в себя факторы третьего порядка: недостаточное продвижение сайта, низкое качество и отсутствие гарантий на продукцию, отсутствие опроса удовлетворенности потребителей.

2. Сотрудники предприятия. Факторы второго порядка: отсутствие мотивации, недостаточная квалификация, сосредоточенность и внимание. Факторы третьего порядка: низкая заработная плата, отсутствие материального и нематериального стимулирования, отсутствие опыта и профильного образования.

3. Внутренние факторы. Факторы второго порядка: неопределенность этапа жизненного пути предприятия, ограниченность ресурсов (факторы третьего порядка: отсутствие финансов, устаревшее оборудование), отсутствие системы контроля и системы принятия решений.

4. Внешние факторы. Факторы второго порядка: отсутствие потенциального инвестора на внедрение нового производства, конкуренты (низкая цена товара, активность конкурентов), сложность расширения рынков сбыта. Сложность расширения рынков сбыта, обусловлена факторами третьего порядка – барьерами входа на рынок, которые в свою очередь включают факторы четвертого порядка: наличие конкурентов в каждом конкретном городе, наличие сильного иностранного конкурента.

Заключение. Полученные результаты позволяют обеспечить эффективность диверсификации на основе своевременного принятия мер реагирования.

Список использованных источников

1. Все о стратегии диверсификации: Основные типы и пример разработки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/diversification/>. – Дата доступа: 15.03.2021.

2. Макаров, А. В., Гарифуллин, А. Р. Диверсификация как инструмент развития современного предприятия / А. В. Макаров, А. Р. Гарифуллин // Известия УрГЭУ. – 2010. - № 1 (27). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-instrument-razvitiya-sovremennogo-predpriyatiya>. – Дата доступа: 22.03.2021.

3. Метод Исикавы: Определение и пример построения диаграммы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://donpi.ru/samorazvitie/metod-isikavy-opredelenie-i-primer-postroeniya-diagrammy.html>. – Дата доступа: 15.03.2021.