

Белощенко Я.А.

СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЫБОЛОВЕЦКИХ КОЛХОЗОВ АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКОГО БАССЕЙНА

Постановка проблемы

Одна из традиционных отраслей экономического комплекса Крыма – рыбная, имеющая многовековой опыт своего функционирования, в настоящее время находится в стадии глубокого упадка.

Разрушен единый рыбохозяйственный комплекс, включавший ранее мощный рыбодобывающий океанический флот и суда прибрежного лова, развитую береговую инфраструктуру, налаженную систему сбыта.

Кардинальные изменения во внешней и внутренней среде, произошедшие на пути движения к рыночной экономике, способны в ближайшее время прекратить существование немногочисленных субъектов хозяйственной деятельности данной отрасли.

Налицо кризисная ситуация в отрасли, утрату которой нельзя допустить вследствие ее высокой экономической и социальной значимости. Речь идет, прежде всего, о продовольственной безопасности страны, о занятости, о росте экспортных возможностей, о здоровье нации.

Постановка цели

Цель данной статьи – поиск реальных механизмов поддержания и восстановления жизнеспособности предприятий рыбного хозяйства с использованием всех возможностей, предоставляемых и внешней, и внутренней средой функционирования.

Основной материал

Бесспорно, помощь государства в приобретении или строительстве промысловых океанических судов позволила бы быстро и эффективно решить проблему восстановления океанического промысла, но в ближайшее время данный путь не может быть реализован в связи со значительной суммой необходимых инвестиций и перегруженности расходной части государственного бюджета.

Восстановления другой части рыбного хозяйства – добыча и переработка рыбного сырья, добытого в рыболовной зоне Украины (прибрежное рыболовство), не требует таких значительных капитальных вложений, допускает участие частного капитала, позволяет применять разнообразные пути и методы решения проблемы.

Одним из таких решений может стать диверсификация хозяйственной деятельности рыбодобывающих предприятий Азово–Черноморского бассейна с целью освоения новых видов продуктов и услуг, которые связаны с существующими товарами и услугами через технологию.

Диверсификация производства как одна из активных стратегий развития предприятий стала привлекать к себе особое внимание в период перехода к рыночным отношениям в связи с увеличением степени экономической свободы, расширением конкуренции. Выбирать стратегию диверсификации производства стали многие украинские предприятия, преследуя самые разнообразные цели: от простого желания выжить до получения дополнительной прибыли.

Большая экономическая энциклопедия трактует диверсификацию производства как «расширение ассортимента, изменение вида продукции, производимой предприятием, фирмой, освоение новых видов производства с целью повышения его эффективности, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства» [1, с.386]

Несколько иные акценты в определении диверсификации расставлены учеными, занимающимися разработкой вопросов стратегического управления. Так, И. Ансофф считает, что: «диверсификация – это термин, применяемый к процессу перераспределения ресурсов, которые существуют на данном предприятии, в другие сферы деятельности, существенно отличающиеся от предыдущих» [2, с.108]. Мищенко А.П. еще более категоричен: «диверсификация – 1) одновременное развитие многих, несвязанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий; 2) вид стратегии маркетинга, направленной на расширение сфер деятельности фирмы на рынках новых продуктов, производство которых не связано с основным производством фирмы» [3, с.313].

Таким образом, обобщая различные терминологические подходы, можно сделать вывод, что все они могут быть сгруппированы в пределах двух концепций – «ассортиментной» и «без явных связей», т.е. определений имеющих различный смысл в зависимости от способа интерпретации исследуемого понятия.

По мнению автора, диверсификация касается, прежде всего, перехода на новые рынки, новые технологии, новые отрасли, к которым ранее предприятие не имело никакого отношения. Сама продукция (услуги) также должна быть совершенно новой. Данный переход неизбежно сопровождается новыми финансовыми инвестициями.

С учетом вышеизложенного, можно определить диверсификацию как стратегию развития предприятия, связанную с внедрением направления ранее не выпускавшихся товаров на основе новых технологий производства, управления, освоением новых рынков, осуществляемая на основе более рационального использования ресурсов.

В основе диверсификации, прежде всего, лежат экономические выгоды для предприятий, выражающиеся в смягчении последствий экономических кризисов, уменьшении рисков бизнеса, выравнивании де-

нежных потоков, снижении зависимости от конъюнктуры рынка, усилении конкурентных позиций, улучшении финансовых результатов деятельности. Данные выгоды позволяют реализовать те цели, которые формулирует фирма, выбирая стратегию диверсификации. Это может быть предотвращение или выход из кризисной ситуации, рост предприятия, социальные цели. Сложившаяся ситуация и сформулированные цели определяют выбор вида диверсификации.

Наиболее часто в экономической литературе различают концентрическую, горизонтальную, конгломеративную диверсификацию. Первая предполагает создание новых производств, совпадающих с профилем организации. Горизонтальная диверсификация основана на освоении выпуска новых непрофильных продуктов, но для традиционных потребителей. Конгломеративная диверсификация предполагает освоение выпуска новых продуктов, несовпадающих с традиционным профилем организации.

Многочисленные авторы, разрабатывающие теорию стратегического управления, рекомендуют использовать стратегию концентрической диверсификации в случаях, когда:

- основная отрасль деятельности организации испытывает уменьшение объема продаж и прибылей;
- добавление новых, но связанных с имеющимися, товаров значительно стимулирует продажи имеющихся товаров;
- новые, но связанные с имеющимися, товары имеют сезонные уровни продаж, которые сбалансируют существующие пики и спады в деятельности организации;
- новые, но связанные с имеющимися, товары могут быть предложены по высококонкурентным ценам [4, с.187].

Все эти условия можно привести в качестве аргументов при обосновании возможности освоения рыбодобывающими предприятиями прибрежного рыболовства Крыма (а это, в основном, рыболовецкие колхозы) такой сферы деятельности как рыболовный туризм.

Во всем цивилизованном мире рыболовный туризм занимает достойное место среди прочих видов активного отдыха.

Географическое положение Крыма, его благоприятный климат, протяженные морские побережья с бухтами и заливами, значительное количество солоноватых прибрежных озер, пригодных для рыболовства (около 64,5 тыс.га) – все это создает идеальные природные условия для рыболовного туризма.

Негативные факторы, осложняющие в последние годы деятельность рыболовецких колхозов (ухудшение промысловой обстановки, сезонность добычи основных промысловых видов рыб, катастрофическое устаревание и выбытие промыслового флота, технологически устаревшее рыбообрабатывающее оборудование, высокий уровень конкуренции цен на рынке рыбного сырья и т.д.) не будут пагубно влиять на новый вид деятельности.

Наиболее привлекательные для рыбной ловли виды рыб ловятся, в основном, в летний период, тогда как промысловые породы добываются в осеннее-зимний период. Таким образом, сезонный спад в промысловой деятельности рыболовецких колхозов может быть нивелирован за счет приема и обслуживания как украинских, так и иностранных рыболовов–любителей в летний период.

Рыболовецкие колхозы уже сегодня располагают многим, что необходимо для быстрого освоения нового вида услуг:

- 1) все они располагаются в прибрежной зоне, наделены земельными участками (зачастую, довольно значительными), что позволит создать инфраструктуру рыболовного туризма;
- 2) рыболовецким колхозам выделяются квоты на добычу водных живых ресурсов;
- 3) они располагают разнообразными плавсредствами (сейнеры, байды, моторные лодки), которые могут быть использованы при необходимой модернизации для обслуживания рыболовов–туристов;
- 4) квалифицированные кадры, не занятые летом промысловой добычей, могут выступать в роли опытных инструкторов, знающих особенности добычи отдельных видов рыб, рыболовные хитрости и тонкости.

Выводы

Таким образом, основные капиталоемкие составляющие рыболовного туризма уже имеются в наличии в производственной деятельности рыболовецких колхозов. Необходимо предпринять усилия организационного характера, чтобы это направление превратилось в прибыльный тур-продукт:

- следует внести дополнения в «Закон о туризме», определяющие правовой статус рыболовного туризма наравне с другими оговоренными в Законе видами (пешеходный, зеленый, этнический, охотничий, и т.д.);
- создать инфраструктуру рыболовного туризма (базы отдыха и т.п.);
- провести рекламную кампанию, включить рыболовный туризм в сферу интересов туроператоров и турагентов.

Реализация нового направления деятельности рыболовецких колхозов позволит выжить им в сложных экономических условиях, сохранить производственный, трудовой потенциал одной из жизненноважных отраслей народнохозяйственного комплекса страны.

Источники и литература

1. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И.Ансофф; [сокр.пер. с англ.; научн.ред. и авт.предисл. Л.И. Евенко]. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Мищенко А.П. Стратегическое управление: Учебное пособие. / Мищенко А.П. – Днепропетровск: Издательство ДУЭП, 2003.– 332с.
4. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: [Учебное пособие для вузов] / Зуб А.Т. –М.: Аспект Пресс, 2002. – 415с.
5. Василенко В.А. Стратегічне управління: [Навчальний посібник] / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.:ЦУЛ,2003. – 396с.
6. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: [Навчальний посібник] / В.Д. Немцов, Л.Е. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2002. – 560с.

Донской Д.В.**МЕТОДЫ ПОТОКОВОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ: ИННОВАЦИОННО–ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД****Введение и основные используемые понятия**

Данная работа посвящена организации потокового процесса управления рекреационным предприятием. Этот процесс основывается на анализе и прогнозировании интенсивности входного потока рекреантов, выборе основных параметров рекреационного предприятия согласованно с интенсивностью входного потока, адаптации состава и качества предоставляемых услуг с целью перераспределения общего однородного входного регионального потока рекреантов в пользу управляемого предприятия. Являясь по своей сути динамическим, потоковое управление позволяет оперативно регулировать деятельность рекреационного предприятия, отслеживая динамику изменений внешней среды посредством анализа и прогнозирования её «отражения» в текущей интенсивности входного потока рекреантов.

Изучению потоковых методов управления в широком смысле посвящена логистика, которую учёные-экономисты ещё недавно определяли преимущественно как науку о потоках материально-технического снабжения и сбыта или просто как науку об управлении материальными потоками. А. И. Семенов [7] определяет логистику следующим образом: «... наука, направленная на организационно–аналитическое совершенствование, доводку (оптимизацию) потоковых процессов в экономической деятельности. Универсальная концепция такого научного направления в современной экономике строится на следующих четырёх постулатах: объектом исследований и приложений являются потоковые (материальные, финансовые, информационные или их сочетания) процессы в экономике; предметом исследования является оптимизация (совершенствование, *доводка*) соответствующих потоков». В логистике закрепился термин «*доводка*» – доработка, совершенствование потокового процесса производства, в результате которого получают высший кондиционный результат [7].

В работе [6] отмечено: «Одним из важных факторов повышения конкурентоспособности современных туристских фирм является логистическое управление с учетом современных требований бизнес–структур. И как свидетельствует мировой опыт в области туризма, лидерство в конкурентной борьбе за рынки сбыта туристического продукта сегодня завоевывает тот, кто умело пользуется разработками и рекомендациями логистики». Здесь речь идёт об инновационной логистике – наиболее актуальной составляющей логистики, которая занимается изучением возможности и реальным внедрением инноваций в организацию текущего и стратегического управления потоковыми процессами путем их оптимизации. Однако в работах, пропагандирующих логистические методы в управлении рекреационными предприятиями, нет конструктивных результатов: по сути дела присутствуют только логистические декларации [5, 6].

Практическая полезность и актуальность настоящей работы определяются её конструктивностью, наличием доведенных до расчетных методик результатов, направленностью на повышение эффективности деятельности рекреационных предприятий за счет использования потоковых (по своей идеологии инновационно-логистических) методов управления. При этом собственно логистика, – начиная от достаточно неудачного названия этой науки и вплоть до разночтений в определениях, терминах и решаемых задачах, – не является той единственной понятийной основой, без которой излагаемый в данной статье подход нельзя усвоить и применять. Логистика использована автором для того, чтобы экономисты и менеджеры получили ответ на вопрос: почему можно трактовать рекреационный поток и процесс управления так, как это делается в настоящей работе, и почему предлагаемые модели и методики непременно приведут к повышению эффективности функционирования рекреационных предприятий.

Что же представляет собой входной рекреационный поток, находящийся в центре рассматриваемых далее процессов управления? Особенность этого понятия состоит в том, что оно может быть определено с позиций каждой из совокупности наук, вносящих свои приемы и методы в изучение рекреационных процессов и систем: экономики, географии, социологии. Рекреационный поток можно рассматривать как реализо-