

*Гу цзинхан
студент
2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного
образования
Московский педагогический государственный университет
Россия, г. Москва*

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ

Аннотация:

С момента разработки стратегии диверсификации предприятия и по настоящее время, с учетом изменений времени и окружающей среды, существуют относительно зрелые модели и теории. То, как предприятие выбирает стратегическую модель, как осуществлять диверсифицированное развитие, как анализировать окружающую среду и свои собственные условия, как избежать рисков, чтобы разработка диверсифицированных стратегий приносила предприятию устойчивые выгоды, - это сложная проблема, которую предприятиям необходимо решить сегодня.

Ключевые слова: Диверсифицированное развитие; стратегические типы; возможности; риски

*Gujinhan
student
2nd-year Master's student, Institute of social arts education
Moscow pedagogical state university
Russia, Moscow*

Analysis of corporate diversification strategy

Summary:

From the moment the company's diversification strategy was developed to the present, taking into account changes in time and the environment, there are relatively mature models and theories. How an enterprise chooses a strategic model, how to carry out diversified development, how to analyze the environment

and its own conditions, how to avoid risks so that the development of diversified strategies brings sustainable benefits to the enterprise is a complex problem that enterprises need to solve today.

Keywords: Diversified development; strategic types; opportunities; risks

Развитие предприятий в 21 веке сталкивается с различными жесткими соревнованиями и испытаниями, подъемом и упадком отраслей, развитием глобализации, изменениями в национальной экономической политике и влиянием глобальных экономических колебаний. Если предприятие хочет идти против течения в конкурентной борьбе и хочет продолжать развиваться, разработка диверсифицированной стратегии стала важным способом для предприятия расширить свои возможности. Предприятия могут распределять ресурсы между различными продуктами или отраслями промышленности, распределять и снижать операционные риски в рамках одного бизнеса, повышать устойчивость к рискам и сокращать потери от рисков. Конкурентоспособность многих предприятий, которые выросли в результате диверсифицированного развития, повысила их статус и позволила им лучше избегать рисков¹.

1. Модель стратегии диверсификации предприятия

Типы корпоративных стратегий диверсификации:

Стратегия концентрической диверсификации, также известная как централизованная диверсификация или концентрическая диверсификация. Относится к добавлению компанией новых продуктов или услуг, аналогичных существующим продуктам или услугам компании. При рассмотрении вопроса о реализации централизованной и диверсифицированной стратегии новые продукты или услуги должны соответствовать существующим знаниям и техническому опыту компании, ассортименту продукции, каналам сбыта или клиентской базе. Когда отрасль, в которой расположено предприятие, находится на стадии подъема,

¹ Ли Боян. Исследование инвестиционной и финансовой стратегии Dashang Group в Дацине [D]. Харбинский коммерческий университет, 2014.

централизованная диверсификация очень полезна и осуществима для укрепления собственных позиций в области знаний и опыта.

Стратегия вертикальной интеграции. Это стратегия роста, которая расширяет существующий бизнес предприятия в прямом и обратном направлениях. Прямая интеграция означает расширение бизнеса организации за счет отрасли, которая потребляет ее продукцию или услуги, а обратная интеграция означает расширение бизнеса предприятия за счет продукта или отрасли, которые предоставляют ее текущую продукцию в качестве сырья.

Комплексная стратегия диверсификации. Это стратегия роста, направленная на внедрение новых продуктов, которые существенно отличаются от существующих продуктов или услуг компании.

2. Возможности, открываемые диверсифицированной стратегией развития предприятий

Синергетические эффекты². Это означает, что эффективное сочетание нескольких факторов может дать больший эффект, чем индивидуальное действие каждого фактора. Для предприятия, реализующего стратегию диверсификации, при наличии определенной внутренней связи между различными продуктами и предприятиями в различных областях, таких как управление производством, маркетинг, кадровые технологии и т.д., благодаря взаимному сотрудничеству различные бизнес-подразделения могут оказывать синергетический эффект, что приводит к снижению затрат, повышению эффективности, совершенствованию процессов и т.д. другие эффекты, так что общая стоимость предприятия оказывается больше, чем простое суммирование стоимости каждого независимого компонента.

Повысить или приобрести основную конкурентоспособность. Основная конкурентоспособность - это конкурентное преимущество, формируемое за счет ресурсов предприятия в процессе накопления. Обычно оно проявляется в двух формах: во-первых, за счет использования существующей основной конкурентоспособности в новых отраслях для повышения основной

² Ли Боян. Исследование инвестиционной и финансовой стратегии Dashang Group в Дацине [D]. Харбинский коммерческий университет, 2014.

конкурентоспособности; во-вторых, для получения новой основной конкурентоспособности в новых отраслях и интеграции существующих и новых в одну для повышения основной конкурентоспособности.

Улучшить рыночные позиции предприятий. Компании, которые стремятся занять более высокое положение на рынке и увеличить долю рынка, часто используют диверсифицированную бизнес-модель, поскольку группы компаний, работающие в смешанных отраслях, имеют больше преимуществ, чем компании, работающие в одиночку³.

Предотвращение рисков. Многие компании применяют стратегии диверсификации, чтобы снизить бизнес-риски и тем самым обеспечить устойчивое и стабильное развитие своих компаний. Если компания использует только один продукт, когда продукт незаметно вступает в период спада жизненного цикла или меняются потребительские предпочтения клиентской базы, компания, скорее всего, столкнется с неудачным исходом.

3. Условия для реализации стратегии диверсификации

Внутренние условия предприятия. Прежде всего, предприятие должно располагать оставшимися ресурсами и выбрать соответствующую степень диверсификации, исходя из оставшихся ресурсов. Одновременное участие в слишком большом количестве проектов приведет к распылению корпоративных ресурсов, особенно если это превышает возможности руководства, легко привести к неправильному управлению и провалу проекта. Во-вторых, необходимо, чтобы первоначальный бизнес находился в хорошем состоянии и мог обеспечивать непрерывный и стабильный приток денежных средств. Наконец, диверсификация и расширение деятельности предприятия зависит от его сильных сторон. Типичная форма расширения масштабов деятельности предприятия при диверсифицированном управлении и модель развития предприятия, придерживающегося диверсифицированного управления, имеют глубокие внутренние закономерности. Внутренний рост

³ Ци Иньфэн, Ван Маньшу, Хуан Фугуан, Ли Ли, Ли Сян, Ли Шэннань, Хэ Цин, Гу Чжихуэй, Сян Гуаньчунь. Исследование инвестиционного и финансового поведения китайских предприятий - анализ, основанный на результатах опроса с помощью анкеты [J]. Управление миром, 2005, 03:94-114.

предприятия способствует диверсификации значимости и противодействует развитию диверсификации, не имеющей отношения к делу.

Внешние условия деятельности предприятия. Концентрация рынка очень высока. В компаниях с высокой концентрацией рынка несколько компаний имеют преимущество с точки зрения рынка сбыта и затрат. Если предприятие хочет достичь более высоких темпов роста, чем темпы промышленного роста, оно может выйти только на новые рынки, отличные от своего собственного. Высокая концентрация рынка удорожает для компаний увеличение темпов роста в их собственной отрасли, что побуждает их к диверсификации с целью развития в других отраслях.

Существует множество компаний, которые внедрили стратегии диверсификации и добились успеха. Эти компании могут добиться экономии за счет масштабов и синергетического эффекта при разработке стратегий диверсификации. Существуют определенные внутренние связи между различными продуктами и предприятиями в различных областях, таких как управление производством, маркетинг, кадровые технологии и т.д. Благодаря взаимному сотрудничеству различные бизнес-подразделения могут оказывать синергетический эффект, обеспечивая экономию затрат, повышение эффективности, совершенствование процессов и другие эффекты, так что общая ценность предприятия будет больше, чем простое суммирование ценности каждого независимого компонента. Однако, в то же время, есть и такие компании, которые не учли недостатки при разработке своих стратегий диверсификации, научно не проанализировали свои собственные условия и условия внешней среды и без разбора расширили масштабы своей деятельности. В то же время они были вовлечены в слишком большое количество отраслей, управление перегружено, основная конкурентоспособность предприятия снижается, ресурсы предприятия расходуются впустую, эффективность их использования низкая, а оборачиваемость капитала не может быть восстановлена, что в конечном итоге приводит к банкротству.

Литература:

1. Петров А.П. Методология выработки стратегии развития предприятия. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1992. - 196с.
2. Петров А.Н. Стратегическое планирование развития предприятия. Изд-во СПбУЭФ, 1993.-268с.
3. Ван Мэйин.Исследование инвестиционной и финансовой стратегии предприятия [D].Сианьский университет архитектуры и технологий, 2001 год.
4. Ли Боян.Исследование инвестиционной и финансовой стратегии Dashang Group в Дацине [D].Харбинский коммерческий университет, 2014.
5. Ци Иньфэн, Ван Маньшу, Хуан Фугуан, Ли Ли, Ли Сян, Ли Шэннань, Хэ Цин, Гу Чжихуэй, Сян Гуаньчунь. Исследование инвестиционного и финансового поведения китайских предприятий - анализ, основанный на результатах опроса с помощью анкеты [J]. Управление миром, 2005, 03:94-114.
6. Цзоу Вупин, Чэнь Жун.Новое понимание корпоративных инвестиционных и финансовых стратегий в контексте низкоуглеродной экономики [J]. Экономический форум, 2013, 06:121-122+132.