

Экономика промышленности

МАЙМАКОВА ЛЮДМИЛА ВЛАДИМИРОВНА

к.э.н., доцент, кафедры «Экономика и организация производства»
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия,
e-mail: ludmilam80@mail.ru

ФАЙРУШИНА ИЛЬВИНА ХАЛИМОВНА

магистрант, кафедры «Экономика и организация производства»
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,
г. Казань, Россия,
e-mail: fzd1955@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2024-2-59-65

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация.** В данной статье проводится анализ такой стратегии развития бизнеса как диверсификация. Дается её определение, предоставляется историческая справка понятия «диверсификация» в контексте бизнес-экономики. Также, определяются виды диверсификации и требования к её эффективному осуществлению. Рассмотрена роль стратегии диверсификации в бизнес-системах в условиях цифровизации, в частности развитие технологий анализа и прогнозирования и использование систем поддержки принятия решений.*

***Ключевые слова:** Диверсификация, бизнес, развитие, стратегический анализ, предприятие.*

МАЙМАКОВА ЛЮДМИЛА ВЛАДИМИРОВНА

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Economics
and Organization of Production, Kazan State Energy University,
Kazan, Russia,
e-mail: ludmilam80@mail.ru

ФАЙРУШИНА ИЛЬВИНА ХАЛИМОВНА

Undergraduate student, Department of Economics and Production
Organization, Kazan State Energy University, Kazan, Russia,
e-mail: fzd1955@mail.ru

DIVERSIFICATION AS A DEVELOPMENT TOOL A MODERN ENTERPRISE

***Abstract.** This article analyzes such a business development strategy as diversification. Its definition is given, and the historical background of the concept of "diversification" in the context of business economics is provided. Also, the types of diversification and the requirements for its effective implementation are determined. The role of the diversification strategy in business systems in the context of digitalization is considered, in particular, the development of analysis and forecasting technologies and the use of decision support systems.*

***Keywords:** Diversification, business, development, strategic analysis, enterprises.*

1. Введение

Целью данного проанализировать преимущества применения диверсификации как инструмента развития современного предприятия.

В современном динамическом темпе развития информационных технологий одним из важнейших аспектов ведения бизнеса является диверсификация. Диверсификация – это стратегия, направленная на снижение рисков и увеличение стабильности путем распределения инвестиций или бизнес-активов по различным видам активов или рынкам. В контексте бизнеса диверсификация может относиться к расширению портфеля продуктов или услуг, входу на новые рынки, приобретению предприятий в других отраслях и т.д. Развитие науки с каждым годом вносит все большее влияние на бизнес, работу предприятий и экономику в целом. По этой причине проблема диверсификации является актуальной на сегодняшний день.

Понятие диверсификации предприятия имеет долгую и интересную историю, которая начинается задолго до его формулирования в современном виде. Идея разнообразия в бизнесе имеет корни еще в античности, когда предприниматели осознавали важность распределения рисков и необходимость вложения в различные отрасли.

Однако, понятие диверсификации как таковой стало широко известным в процессе развития современной экономики. Вторая половина XIX века стала свидетелем активного развития крупных корпораций и формирования монополий в различных отраслях. Это вызывало опасения и растущую нестабильность в экономике.

Первые упоминания о диверсификации как методе снижения рисков можно найти в работах американского экономиста Адама Смита, который рекомендовал вкладывать капитал в разные отрасли с целью минимизации возможных потерь. Однако, формальное определение диверсификации предприятия появилось в XX веке.

Подлинный прорыв в понимании диверсификации произошел в 1950-е годы, когда американский финансист Гарри Марковиц впервые предложил концепцию «портфеля максимальной эффективности». Он показал, что рациональный инвестор должен распределить свои инвестиции между различными активами таким образом, чтобы получить наибольший доход при минимальном уровне риска. Это положило основу для понимания диверсификации как стратегии, направленной на повышение эффективности использования ресурсов.

В последующие десятилетия понятие диверсификации распространилось на предприятия различных отраслей и стало интегральной составляющей стратегий роста и развития. Многие успешные компании, такие как General Electric, PepsiCo и Toyota, активно применяли диверсификацию в своих бизнес-стратегиях.

2. Основная часть

2.1. Диверсификация как стратегия роста

При планировании предприятия выйти на новый рынок, необходимо использовать такую стратегию роста как диверсификация. При использовании данной стратегии происходит расширение деятельности предприятия, так как новый рынок всегда подразумевает новых партнеров, клиентов и т.д.

Существует несколько видов диверсификации предприятия, каждый из которых имеет свои особенности и преимущества.

Различают четыре основных вида диверсификации: географическая диверсификация, вертикальная диверсификация, диверсификация по группам потребителей и диверсификация по направлению продуктов и услуг. Каждая из видов диверсификации имеет различный экономический эффект при определенных условиях и экономической ситуации предприятия.

– Географическая диверсификация заключается в расширении бизнеса предприятия на новые региональные или международные рынки. Примером может являться компания Coca-Cola. В 1920-е годы Coca-Cola начала активно расширяться за пределы Соединенных Штатов Америки, открывая заводы и запуская производство в различных странах мира. Этот шаг позволил компании установить международное присутствие и создать базу потребителей в различных регионах, что существенно увеличило ее доходы и глобальную популярность.

– Вертикальная диверсификация является расширением в уровне бизнеса т.е. компания рас-

ширяет свою деятельность на другие стадии производства или распространения своей продукции. Например, компания «Apple» применила вертикальную диверсификацию в 2011 году, когда начала разрабатывать и выпускать свои собственные процессоры для мобильных устройств, таких как iPhone и iPad. Этот шаг помог Apple укрепить контроль над производственным процессом и улучшить интеграцию между аппаратным и программным обеспечением своих устройств.

– Диверсификация по группам потребителей позволяет расширять группу потребителей за счёт уже производимых товаров и услуг. Примером компании, успешно выполнившую диверсификацию по группам потребителей можно назвать компанию «Procter & Gamble». В 2014 году компания приобрела бренд Dugacell, который изначально специализировался на производстве батареек и других электроэнергетических устройств. Это поглощение позволило «Procter & Gamble» расширить свою целевую аудиторию и охватить рынок потребителей электроники и бытовой техники, демонстрируя диверсификацию по группам потребителей.

– Диверсификация по направлению продуктов и услуг заключается в расширении ассортимента продукции или услуг, предлагаемых предприятием. Например, компания Nestle являющийся известным мировым производителем пищевых продуктов, применила диверсификацию по направлению продуктов и услуг. Она начала расширение своего ассортимента продукции. Таким образом, помимо производства продукции питания данная компания начала производить продукцию для здоровья, например, медицинское питание и продукты для ухода за животными [2]. Это позволило компании расширить свою клиентскую базу и удовлетворить потребности различных сегментов рынка.

Стратегия диверсификации является одним из самых надежных и эффективных способов поддержания конкурентоспособности бизнеса. Однако, применение данной стратегии требует грамотного и тщательного экономического и стратегического анализа. В целях диверсификации проводятся следующие аналитические исследования: анализ внешней среды, анализ внутренней среды, анализ отрасли и определение стратегических целей.

Анализ внешней среды охватывает оценку макроэкономических, политических, социальных, технологических, экологических и юридических факторов, которые могут оказать воздействие на деятельность организации. Для этой цели часто используется анализ PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal), который способствует выявлению существенных внешних факторов, влияющих на деятельность компании. Кроме того, внешнюю среду можно проанализировать с применением других методик, таких как анализ конкурентной среды, оценка рыночных позиций.

Анализ внутренней среды предприятия представляет собой процесс, осуществляемый путем оценки ресурсов, компетенций, финансового состояния, управленческого потенциала и других внутренних аспектов организации. Для достижения этой цели часто применяется SWOT-анализ, который включает в себя оценку сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз. Этот метод помогает выявить внутренние ресурсы и ограничения компании, а также выявить ее преимущества и недостатки. Кроме того, внутреннюю среду можно оценить с точки зрения структуры управления, корпоративной культуры, уровня инноваций и других факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности организации. Данный анализ необходим во избежание нехватки финансовых и трудовых ресурсов при реализации диверсификации [3].

Анализ отрасли – это процесс оценки структуры, уровня конкуренции, потенциала для роста и входных барьеров, а также других факторов, влияющих на привлекательность конкретной отрасли. Для выполнения такого анализа обычно применяются различные методы, включая анализ пяти сил Портера. Этот метод позволяет определить силы, влияющие на прибыльность отрасли, такие как угроза появления новых участников, угроза продуктов-заменителей, сила покупателей и поставщиков, а также степень конкуренции между существующими участниками рынка. Кроме того, проводится оценка рыночных тенденций, перспектив развития, анализ внешних рыночных отношений и других аспектов, влияющих на отрасль.

Благодаря анализу отрасли, анализу внешней и внутренней среды производится определение стратегических целей предприятия. Оно проводится путем разработки конкретных и измеримых целей, которые предприятие стремится достичь в средне- и долгосрочной перспективе. Для этого необходимо учитывать внешнюю и внутреннюю среду компании, анализировать ее ресурсы,

конкурентное преимущество и потенциал развития. Стратегические цели должны быть выровнены с миссией и ценностями компании, а также быть специфичными, измеримыми, достижимыми, реалистичными и ориентированными на определенный срок [4]. На основе проведенных исследований и определенных целей ответственные в управлении лица принимают решение в направлении развития предприятия. В контексте диверсификации бизнеса определяется наиболее выгодный вид диверсификации и определяются основные объекты расширения. Данный процесс является наиболее ответственным, так как результаты данного решения определяют будущее развитие предприятия.

2.2. Преимущества диверсификации, как инструмента развития современного предприятия.

Диверсификация как стратегия роста и сохранения стабильности не является инновационным инструментом. Термин «диверсификация» в контексте бизнеса и экономики был введен и использован в начале XX века. Одним из первых стратегических теоретиков, который активно обсуждал и рекомендовал применение диверсификации, был Альфред Слоун. Слоун был известен своими исследованиями в области корпоративной стратегии и управления. Его работа в области диверсификации в рамках управления портфелем компаний привела к широкому распространению концепции диверсификации корпоративных портфелей.

Одним из ключевых преимуществ диверсификации является снижение рисков. Предприятие, осуществляющее диверсификацию, инвестирует в различные отрасли и рынки, что позволяет ему разнообразить свою деятельность. Таким образом, если одна из сфер бизнеса оказывается неуспешной или испытывает трудности, другие направления компании могут смягчить негативные последствия и сохранить стабильность предприятия.

Также диверсификация способствует увеличению капитализации предприятия. Данная стратегия позволяет привлечь новых инвесторов, которые имеют возможность видеть в компании больше потенциала и перспектив. Более широкий спектр деятельности и наличие разнообразных рынков также могут сказаться на росте стоимости акций и повышении цены предприятия на фондовом рынке.

Еще одним преимуществом диверсификации является увеличение конкурентоспособности предприятия. За счет развития в нескольких отраслях, компания получает широкий опыт и знания в различных областях бизнеса. Благодаря этому предприятие может быть более гибким и приспособиться к изменениям в экономической среде «[4]». Также, обладая возможностью удовлетворить потребности разных сегментов рынка, компания может предложить более широкий спектр товаров и услуг, что усиливает ее конкурентное преимущество перед другими предприятиями.

Наконец, диверсификация также способствует появлению новых возможностей для роста и развития предприятия. Представители компании приобретают опыт и знания в новых отраслях, что может стать основой для создания инновационных продуктов и услуг «[5]». Кроме того, возможность входа на новые рынки позволяет предприятию расширять свое присутствие и увеличивать объемы продаж, что может привести к дальнейшему росту и расширению бизнеса.

2.3. Стратегия диверсификации в бизнес-системах в условиях цифровизации

В настоящее время цифровизация играет ключевую роль в трансформации бизнес-систем, предоставляя компаниям возможность эффективнее использовать данные для анализа и выявления потребностей потребителей. Большой объем доступных данных позволяет компаниям лучше понимать предпочтения и поведение потребителей, что, в свою очередь, способствует более точной аналитике рынка и планированию стратегий диверсификации. Также, благодаря цифровизации полностью видоизменяется способ коммуникации сотрудников внутри компании, что также изменяет скорость принятия решений, скорость бизнес-процессов и коммуникацию с потребителями.

Цифровизация играет ключевую роль в адаптации бизнес-систем к новой рыночной среде по ряду причин:

– цифровизация позволяет автоматизировать процессы, оптимизировать рабочие процессы и повышать производительность;

- цифровые системы могут обеспечить более удобный и доступный способ взаимодействия с клиентами, партнерами и сотрудниками;
- цифровые технологии обеспечивают возможность сбора и анализа большого объема данных, что помогает более точно прогнозировать, анализировать и принимать стратегические решения;
- цифровые бизнес-системы могут легко масштабироваться и адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям;
- цифровизация позволяет внедрять новые технологии и инновационные подходы в бизнес-системы, что способствует конкурентоспособности и росту компании[4].

Цифровизация открывает новые возможности для компаний в плане диверсификации и позволяет им успешно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. Наибольшее влияние цифровизация оказала на сферу маркетинга, бухгалтерскому учету и анализу данных. Благодаря огромной популярности интернет-технологий такой аспект бизнеса как маркетинг во многом преобразовался. Сети интернет позволяют доставлять и получать информацию с любой точки мира за считанные секунды, что открыло новые горизонты для рекламы своих товаров и услуг. Инновационные технологии вычислительной техники оптимизировали большинство процессов бухгалтерского учета, благодаря чему сократились финансовые издержки. В вопросе диверсификации цифровые технологии также предоставили массу возможностей, благодаря которым вероятность успеха данной стратегии значительно выросла.

В первую очередь стоит отметить, что менее чем за 10 лет произошло резкое развитие технологий анализа и прогнозирования. Одним из таких технологий можно назвать систему поддержки принятия решений (СППР). «Система поддержки принятия решений» – это комплекс программных и аппаратных средств, а также методов и моделей, предназначенных для организации процесса принятия решений в условиях неопределенности и сложности. СППР предоставляет руководителям и управленцам информацию, аналитические инструменты и модели, необходимые для принятия обоснованных и эффективных решений. СППР позволяют производить анализ различных данных, включая финансовые показатели, рыночные тенденции, потребительское поведение и другие ключевые показатели. На основе этих данных системы поддержки принятия решений могут предоставлять прогнозы и предсказания, которые помогают определить наиболее перспективные направления для диверсификации. Также, системы поддержки принятия решений позволяют проводить оптимизацию решений и моделирование различных сценариев диверсификации. Путем анализа данных и использования математических моделей они помогают определить оптимальные стратегии диверсификации и их влияние на бизнес.

Одной из важнейших задач для осуществления эффективной диверсификации является анализ рисков. Данная задача является необходимой частью стратегического планирования, так как при грамотной оценке рисков в процессе реализации диверсификации, возможно избежать огромных финансовых и трудовых потерь компании. СППР позволяют выполнять анализ рисков с высокой точностью, а также не требует высокого уровня знаний от пользователя.

Системы поддержки принятия решений позволяют анализировать данные и принимать решения с минимальными временными затратами, что значительно оптимизирует процесс диверсификации. Благодаря данной технологии бизнес-система становится более адаптированной к изменениям внешних условий. Такой подход позволяет поддерживать экономическую стабильность компании и удерживать высокое положение в конкурентной среде [3].

Существуют множество СППР, используемые в качестве инструмента анализа рынка и оценки рисков. Среди наиболее популярных можно выделить SAP ERP, Oracle E-Business Suite и Microsoft Dynamics 365. SAP ERP (Enterprise Resource Planning) – это модульная бизнес-платформа, разработанная компанией SAP SE. Она включает в себя множество приложений, позволяющих компаниям автоматизировать и управлять своими бизнес-процессами. SAP ERP включает модули для управления финансами, управления отношениями с клиентами, управления человеческими ресурсами, управления поставками и производством, управления складом и т.д. SAP ERP обеспечивает централизованное хранение данных, что позволяет предприятиям улучшить принятие решений, повысить эффективность и автоматизировать бизнес-процессы. Эта система широко используется в различных отраслях и организациях по всему миру благодаря своей гибкости, масштабируемости и возможностям интеграции с другими бизнес-приложениями.

В рамках интегрированного приложения Oracle E-Business Suite (EBS) существует несколько систем поддержки принятия решений, которые обеспечивают аналитику, отчетность и поддерживают принятие бизнес-решений. Одной из ключевых систем поддержки принятия решений в Oracle E-Business Suite является Oracle Business Intelligence (BI). Она предоставляет возможности для анализа данных, создания отчетов и дашбордов, а также для визуализации информации для пользователей на всех уровнях организации. Oracle BI взаимодействует непосредственно с данными, хранящимися в EBS, что обеспечивает точность и достоверность информации. Также в Oracle E-Business Suite присутствует инструмент Hyperion Enterprise Performance Management (EPM), который обеспечивает возможности для планирования, бюджетирования, прогнозирования, закрытия финансовых периодов и анализа финансовых показателей. Этот инструмент позволяет руководству и бизнес-аналитикам принимать обоснованные решения на основе финансовых данных. Основными преимуществами систем поддержки принятия решений в рамках Oracle E-Business Suite являются интеграция с основными бизнес-процессами, возможность работы с данными в реальном времени, создание персонализированных отчетов и дашбордов, а также возможность анализа больших объемов информации для выявления ключевых трендов и паттернов.

Microsoft Dynamics представляет собой семейство бизнес-приложений, включающее в себя ERP (планирование ресурсов предприятия) и CRM (управление взаимоотношениями с клиентами). Системы поддержки принятия решений в рамках Microsoft Dynamics предоставляют возможности для анализа данных, создания отчетности, управления процессами и принятия стратегических решений на основе данных. Одной из ключевых систем поддержки принятия решений в Microsoft Dynamics является Power BI, инструмент для визуализации данных и создания интерактивных отчетов и дашбордов. Power BI интегрируется непосредственно с данными из Microsoft Dynamics, а также других источников, что позволяет пользователям получить полное представление о бизнес-процессах и принять обоснованные решения. Также в рамках Microsoft Dynamics доступен Microsoft Dynamics 365 Business Central, интегрированная система управления предприятием (ERP), предоставляющая возможности для управления финансами, производством, продажами, операциями и предоставления отчетности. Эта система позволяет легко анализировать данные, прогнозировать тренды и принимать оперативные решения в реальном времени. Системы поддержки принятия решений в Microsoft Dynamics также включают возможности аналитики данных, машинного обучения и искусственного интеллекта через ряд инструментов, таких как Microsoft Dynamics 365 Customer Insights и Microsoft Dynamics 365 Fraud Protection. Эти инструменты позволяют компаниям анализировать информацию о клиентах, предотвращать мошенничество и оптимизировать бизнес-процессы.

Выводы

Таким образом, диверсификация является эффективной стратегией развития бизнеса. Она представляет собой процесс расширения предприятия в одном или нескольких из следующих направлений: расширение в географическом плане, вертикальное расширение, то есть внедрение новых методов и технологий, увеличение групп потребителей и расширение ассортимента продукции и услуг. В целях эффективной диверсификации необходимо проведение подробного стратегического анализа, включающего в себя анализ внутренней и внешней среды, анализ отрасли и определение стратегических целей предприятия. Благодаря стратегическому анализу понижается риск неэффективной диверсификации и потери финансовых ресурсов.

Диверсификация является важным инструментом развития современного предприятия, обладая преимуществами, такими как снижение рисков, увеличение капитализации, повышение конкурентоспособности и появление новых возможностей для роста. Этот подход позволяет предприятию быть более устойчивым, адаптироваться к изменениям в экономической среде и успешно конкурировать на рынке. Большинство крупных компаний для поддержания экономической стабильности используют цифровые технологии в качестве инструмента анализа и оценки риска при диверсификации. Основным продуктом ИТ-сферы, используемым современными компаниями, являются системы поддержки принятия решений, которые способны проводить анализ внешнего рынка, оценку рисков и предоставлять решения с помощью экспертных систем. Наиболее популярными СППР являются SAP ERP, Oracle E-Business Suite и Microsoft Dynamics 365, используемые во всем мире.

Литература

1. Диверсификация фермерского хозяйства: общие положения диверсификации фермерского хозяйства в отрасль туриндустрии / С. А. Баркалов, И. В. Буркова, Н. А. Канаева, А. Б. Толбин // Экономика и менеджмент систем управления. – 2014. – № 4-1(14). – С. 127-131.
2. Кононенко, Т. Е. Методологические аспекты диверсификации производства. Особенности диверсификации в строительстве / Т. Е. Кононенко // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2015. – № 4-5. – С. 77-80.
3. Желтова, А. А. Анализ отрасли как важная составляющая стратегического анализа деятельности организации / А. А. Желтова, Е. И. Фомичева // Контекстус. – 2015. – № 6(35). – С. 142-149.
4. Ерохина, В. Н. Анализ и оценка деятельности организации по данным стратегического анализа / В. Н. Ерохина, Р. А. Иванов // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – № 1(145). – С. 58-70.
5. Гумба, Х.М. Диверсификация деятельности строительных предприятий в условиях экономического кризиса / Х.М. Гумба // АСВ. – 2018. – С. 185-384.
6. Мангер, Т.Э. Диверсификация системы непрерывного образования в социально-культурной сфере / Т.Э. Мангер // LAP Lambert Academic Publishing. – 2018. – 39- 296 с.
7. Оболенский, В.П. Внешнеэкономическая специализация России. Особенности эволюции и перспективы диверсификации / В.П. Оболенский // ГОУВПО ВАВТ Минэкономразвития России. – 2020. – 89- 234 с.

References:

1. Diversifikaciya fermerskogo hozyajstva: obshchie polozheniya diversifikacii fermerskogo hozyajstva v otrasl' turindustrii / S. A. Barkalov, I. V. Burkova, N. A. Kanaeva, A. B. Tolbin // Ekonomika i me-nedzhment sistem upravleniya. – 2014. – № 4-1(14). – S. 127-131.
2. Kononenko, T. E. Metodologicheskie aspekty diversifikacii proizvodstva. Osobennosti diversi-fikacii v stroitel'stve / T. E. Kononenko // Sovremennyye tendencii razvitiya nauki i tekhnologij. – 2015. – № 4-5. – S. 77-80.
3. Zheltova, A. A. Analiz otrasli kak vazhnaya sostavlyayushchaya strategicheskogo analiza deyatel'nosti organizacii / A. A. Zheltova, E. I. Fomicheva // Kontentus. – 2015. – № 6(35). – S. 142-149.
4. Erohina, V. N. Analiz i ocenka deyatel'nosti organizacii po dannym strategicheskogo analiza / V. N. Erohina, R. A. Ivanov // Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya. – 2022. – № 1(145). – S. 58-70.
5. Gumba, H.M. Diversifikaciya deyatel'nosti stroitel'nyh predpriyatij v usloviyah ekonomicheskogo krizisa / H.M. Gumba // ASV. – 2018. –S. 185-384.
6. Manger, T.E. Diversifikaciya sistemy nepreryvnogo obrazovaniya v social'no-kul'turnoj sfere / T.E. Manger // LAP Lambert Academic Publishing. – 2018. – 39- 296 c.
7. Obolenskij, V.P. Vneshneekonomicheskaya specializaciya Rossii. Osobennosti evolyucii i perspektivy diversifikacii / V.P. Obolenskij // GOUVPO VAVT Minekonomrazvitiya Rossii. – 2020. – 89- 234 c.