

УДК 33 DOI: 10.14451/1.243.592

Диверсификация предпринимательства как фактор экономического развития

© 2025 Мельникова Любовь Анатольевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес-аналитики. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: Lamelnikova@mail.ru

Ключевые слова: диверсификация, движущая сила, бизнес, риск, продукция.

Стратегическое управление организацией предполагает выбор различных путей роста, среди которых особое место занимает диверсификация. Эффективное управление и новые производственные связи формируются благодаря диверсификационным процессам. Расширение ассортимента, освоение перспективных рыночных ниш и укрепление позиций компании – все это достигается через диверсификацию производственной деятельности. Статья исследует основные факторы развития организации, где основным инструментом выступает диверсификация как метод наращивания производственных мощностей и расширения присутствия на существующих рынках.

Большинство успешных компаний, таких как Apple Computer, Ford Motor, Coca-Cola и Макдоналдс, добились лидирующих позиций благодаря фокусу на единственном направлении бизнеса. Такой подход позволяет максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы и закрепиться в выбранной нише. Специализация на конкретном виде деятельности, будь то производство товаров или оказание услуг, дает ряд стратегических преимуществ для развития организации. Однако, когда потенциал роста в выбранном сегменте исчерпан, компании часто прибегают к стратегии диверсификации (далее СД). Это означает расширение деятельности путем освоения новых рынков или запуска производства продукции в других отраслях [1].

В сложные экономические периоды бизнес часто прибегает к СД как к инструменту сохранения жизнеспособности предприятия. Особенно

это характерно для российского рынка, где данный подход никогда не теряет своей значимости. Суть диверсификации заключается в освоении компанией принципиально новых направлений работы, не связанных с текущей специализацией. При этом организация не только расширяет спектр производимой продукции, но и трансформирует сферу оказываемых услуг, осваивая дополнительные рыночные ниши. Конечная цель такой стратегии – создание востребованных товаров для реализации на новых рынках, что выгодно как бизнесу, так и потребителям.

Различия в стратегиях расширения бизнеса для компаний разного масштаба имеют существенное значение. Слияния и поглощения – это один из популярных методов, к которому прибегают предприниматели для распределения рисков. Особенно заметны преимущества такого подхода у крупных корпораций, которые успешно

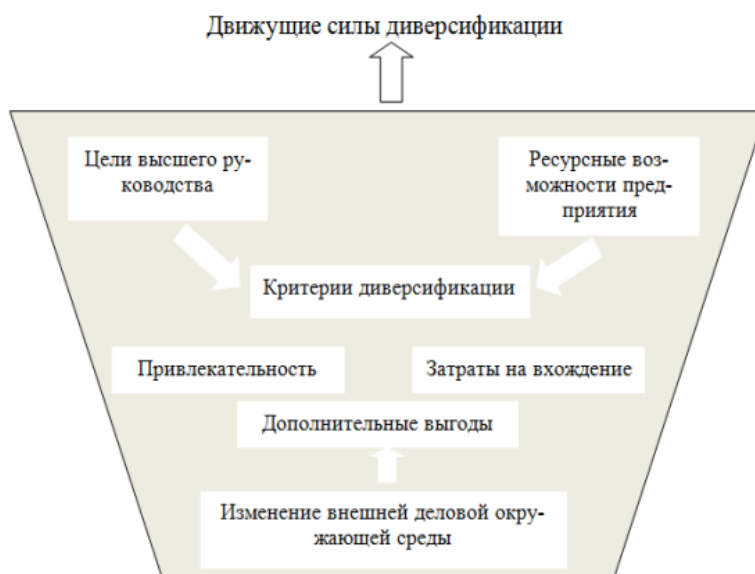


Рис. 1. Движущие силы и критерии осуществления СД производства [9].

противостоят конкурентной борьбе благодаря грамотному распределению активов по разным направлениям. Начинающие предприниматели стремятся как можно быстрее освоить этот принцип и применить его на практике, следуя примеру опытных бизнесменов. Последние давно усвоили старую мудрость о том, что не стоит складывать все ресурсы в одно место. Однако важно понимать, что процессы диверсификации для малого и крупного предпринимательства протекают совершенно по-разному [9].

Сегодня корпорация Google – это гораздо больше, чем просто система поиска в интернете. На протяжении своей деятельности этот технологический гигант присоединил к себе свыше сотни самостоятельных фирм, включая такие знаменитые бренды как Android, YouTube и Motorola. Благодаря грамотному распределению активов между различными направлениями бизнеса, компания способна сохранять устойчивость даже при неудачных инвестициях. Если несколько последующих приобретений окажутся нерентабельными, это не пошатнет общую стабильность корпорации. Такая стратегия диверсификации является отличной иллюстрацией того, как крупный бизнес может минимизировать риски и укреплять свои позиции на рын-

ке [9].

Расширение сфер деятельности для небольших компаний часто оказывается фатальным решением. Статистика показывает, что около 80% малых предприятий, пытающихся освоить новые направления бизнеса, терпят крах, нередко теряя при этом и основной бизнес. Главная проблема кроется в дефиците доступных ресурсов – и человеческих, и материальных, которыми располагают небольшие фирмы. Попытка развивать параллельно несколько направлений приводит к тому, что владелец бизнеса разрывается между разными сферами, что негативно влияет на качество принимаемых решений. В результате страдает не только эффективность управления, но и отношения с персоналом – сотрудники теряют веру в руководителя. Даже при стабильном положении дел, распределение ограниченных ресурсов между разными отраслями создает серьезную угрозу для выживания компании [2].

Руководствуясь исследовательскими наблюдениями, компании принимают решение о расширении ассортимента продукции под влиянием трех ключевых аспектов. В первую очередь, это амбиции и стратегические намерения топ-менеджмента. Также существенную роль играют

имеющиеся в распоряжении организации материальные и нематериальные активы. Кроме того, постоянные изменения во внешнем бизнес-окружении заставляют предприятия адаптироваться через диверсификацию. Движущие силы и критерии осуществления СД производства представлены на рисунке 1.

Таким образом, золотая середина в виде умеренной диверсификации предпочтительнее любых крайностей. Хотя многие эксперты рекомендуют

придерживаться узконаправленной специализации и концентрироваться на основном бизнесе, разумное расширение сфер деятельности создает своеобразную подушку безопасности. Такой подход повышает адаптивность компании к рыночным изменениям. При выборе направлений для диверсификации следует учитывать три основных параметра: рыночный потенциал нового направления, стоимость выхода на рынок и возможные синергетические эффекты от объединения бизнесов.

Библиографический список

1. Ансофф И. Стратегическое управление : пер. с англ. — М. : Экономика, 2014. — 519 с.
2. Михальченкова М. А. Применение программы «Ваш финансовый аналитик» при оценке финансовых результатов деятельности предприятия // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: информационные технологии. — 2019. — 1(13). — С. 60–65.
3. Петров А. М. Общественное питание : 6 в 1 : учетная политика, документооборот, калькулирование себестоимости, бухгалтерский учет, налоги, отчетность. — 2011. — EDN PDAWVB.
4. Петров А. М. Организационный механизм контроля за движением дебиторской и кредиторской задолженности // Экономический анализ: теория и практика. — 2006. — 18(75). — С. 54–62. — EDN HUVUSD.
5. Петров А. М., Антонова О. В. Концептуальные подходы к анализу платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия // Вопросы экономики и права. — 2013. — № 60. — С. 93–97. — EDN RTOFHH.
6. Петров А. М., Мельникова Л. А. Формирование отчетности в соответствии с требованиями МСФО как объективная необходимость на современном этапе развития экономики РФ // Проблемы современной экономики. — 2017. — 2(62). — С. 105–107. — EDN ZMYZCV.
7. Петров А. М., Петрова О. А. Арктическая зона Российской Федерации: социально-экономическое развитие и возникающие проблемы // Экономические науки. — 2022. — № 213. — С. 162–166. — DOI: [10.14451/1.213.162](#). — EDN VCUHYS.
8. Петров А. М., Шнайдер В. В., Гаврилов Д. В. Внутренний финансовый контроль и внутренний финансовый аудит - инструменты устранения финансовых нарушений // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2020. — Т. 9, 4(33). — С. 271–276. — DOI: [10.26140/anie-2020-0904-0064](#). — EDN WHRBNX.
9. Хвостенко Т. М. Важность диверсификации в развитии бизнеса // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. — 2019. — № 14. — С. 94–96.
10. Karpova T. P., Petrov A. M., Antonova O. V. Directions of accounting development in the conditions of digitalization // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. — 2018. — Vol. 10, 7 Special Issue. — P. 117–125. — EDN YBWDID.