# Диверсификация деятельности фирмы

Диверсификация деятельности компании — одна из важнейших экономических тем на сегодняшний день. Как правило, диверсификация проводится для того, чтобы распределить риски компании и минимизировать возможные потери, связанные с какой-либо одной отраслью или сектором экономики. Таким образом, компания снижает свою общую уязвимость, увеличивает конкурентные преимущества и повышает рентабельность.

Деятельность компании можно разделить на две категории: основную и периферийную. К основным видам деятельности относятся те, которые составляют наиболее важную часть хозяйственной деятельности фирмы и необходимы для достижения успеха. Периферийные виды деятельности — это виды деятельности, дополняющие основные виды деятельности, такие как исследования и разработки, маркетинг или каналы распределения, которые имеют потенциал для дальнейшего развития с целью увеличения прибыли или доли рынка.

Основная цель диверсификации деятельности компании — использовать существующие возможности, а также развивать новые, не принимая на себя дополнительных рисков по сравнению с теми, которые связаны с основной деятельностью. Для этого компания должна определить, как основные, так и периферийные области, в которых можно получить прибыль при минимизации риска.

Одним из способов успешной диверсификации деятельности компаний является слияние и поглощение (M&A). Речь идет о приобретении компаний, действующих за пределами уже обслуживаемых ими потребительских рынков, например, о выходе на новые рынки или в новые отрасли, что позволяет расширить спектр предоставляемых услуг. Слияния также позволяют компаниям объединять ресурсы с другими предприятиями с целью повышения эффективности и создания эффекта масштаба, что способствует снижению затрат в различных областях деятельности, связанных с производством, маркетинговыми расходами и т. д., что в конечном итоге приводит к улучшению итоговых показателей обеих компаний, участвующих в процессе слияния. Однако слияния и поглощения имеют и недостатки, такие как затраты на интеграцию, связанные с объединением двух разных компаний в единую культуру, и т. д., поэтому при выборе подходящей компании для приобретения/слияния также необходимо проявить должную осмотрительность.

Инновации — еще один ключевой фактор успешной стратегии диверсификации, позволяющий компаниям быстро выйти на новые рынки, не прибегая к физической интеграции (т. е. слияниям и поглощениям). Региональная экспансия позволяет компаниям использовать такие специфические факторы, как численность населения, уровень доходов/структура распределения и т. д., поскольку разные страны, как правило, обладают различными преимуществами с точки зрения возможностей экономического роста, что позволяет им задействовать неиспользованные резервы спроса и одновременно повышать узнаваемость бренда с помощью стратегий проникновения на рынок, обычно используемых инновационными компаниями, работающими за рубежом. Например, внедрение уникальных продуктов, дифференцированных от отечественных конкурентов, которые могут не иметь доступа к этим рынкам, что приводит к возникновению иностранных монополий в определенных отраслях/секторах в конкретных регионах, обслуживаемых инновационными компаниями, соответственно.

Разумеется, успешная диверсификация требует тщательного планирования перед ее осуществлением; перед принятием любых важных стратегических решений, связанных с ней, следует обязательно проконсультироваться с опытными консультантами — таким образом, ошибки, которые могут привести к дорогостоящим просчетам, будут сведены к минимуму. Кроме того, необходимо внедрять системы управления рисками для оценки финансового положения текущих новых проектов, инвестированных средств, возможностей получения прибыли, ожидаемых будущих событий с учетом предварительных обязательств условия инвестиций финансы структурные изменения и т. д. В конечном счете, возможность направлять высококачественные ресурсы в различные сферы деятельности позволяет фирмам лучше понимать общие тенденции в отрасли лучше понимать модели поведения потребителей в постоянно меняющейся современной экономике, что в конечном итоге помогает достичь желаемых долгосрочных целей краткосрочных выгод.