

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10513841>

УДК 334.722

Оберт Т. Б.

Оберт Татьяна Борисовна, старший преподаватель, ФГБОУ ВО Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Вольская 10А. E-mail: oberttb@yandex.ru.

Конкурентоспособность предприятия на основе диверсификации бизнеса в современной экономике

Аннотация. Конкурентоспособность современного предприятия зависит от множества факторов, в том числе от возможности диверсифицироваться, расширить производство и увеличить ассортимент выпускаемой продукции. Термин диверсификации внедрен в середине 20 века. Дальнейшее развитие понятия диверсификации было характерно для послевоенного периода, в 60-70-е годы начали появляться корпорации, которые включали в себя множество отраслей по производству различного вида продукции с постоянно расширяющимся ассортиментом. Сегодня диверсификация рассматривается как стратегия, которая позволяет предприятию снизить риски и увеличить свою конкурентоспособность за счет расширения бизнеса в различных отраслях экономики. Приводится пример крупного предприятия со стратегией диверсификация – южнокорейский конгломерат Samsung. Южнокорейский конгломерат постоянно работает над созданием новых продуктов и технологий, которые помогают ей оставаться конкурентоспособной на современном рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, диверсификация бизнеса, стратегия диверсификации предприятия, пример использования диверсификации на практике.

Obert T. B.

Obert Tatiana Borisovna, senior lecturer, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Russia, 410012, Saratov, Volskaya str. 10A. E-mail: oberttb@yandex.ru.

Competitiveness of an enterprise based on business diversification in the modern economy

Abstract. The competitiveness of a modern enterprise depends on many factors, including the ability to diversify, expand production and increase the range of products. The term diversification was introduced in the mid-20th century. Further development of the concept of diversification was characteristic of the post-war period, in the 60s and 70s corporations began to appear, which included many industries for the production of various types of products with an ever-expanding range. Today, diversification is seen as a strategy that allows an enterprise to reduce risks and increase its competitiveness by expanding its business in various sectors of the economy. An example of a large enterprise with a diversification strategy is given - the South Korean conglomerate Samsung. The South Korean conglomerate is constantly working to create new products and technologies that help it remain competitive in today's market.

Key words: competitiveness of the enterprise, business diversification, diversification strategy of the enterprise, example of the use of diversification in practice.

Конкурентоспособность предприятия - это способность предприятия соперничать с конкурентами на рынке и удерживать свои позиции увеличивая количество клиентов. Она обеспечивает устойчивость на рынке, увеличивает продажи и прибыльность, а также способствует развитию бренда и репутации. Конкурентоспособность является необходимым условием для успешной работы любого предприятия на рынке [1, С.52].

Само понятие «конкурентоспособность» зародилось как неизбежное соперничество между хозяйствующими субъектами, однако в большей своей мере относилось к мелким товаропроизводителям, поскольку они старались сделать наиболее выгодные условия ведения бизнеса для себя и более привлекательные условия для потребителей, тем самым, переманивая их. Анализируя подходы к конкурентоспособности стоит отметить, что в нынешних рыночных условиях изменился сам подход к анализу текущей ситуации и конкурентоспособности предприятия, поскольку в современных реалиях рынок очень быстро меняется и требует быстрой адаптации и структуризации. Это относится и к анализу собственных конкурентов.

Основными тенденциями конкурентоспособности предприятия на сегодня являются:

- стратегия опережения конкурентов;
- исследование конкурентоспособности как постоянно развивающейся способности;
- выявление преимуществ;
- завоевание будущих рынков;
- факторы конкурентоспособности стран и компаний;
- участие на глобальном рынке;
- конкурентоспособность национальных и внутренних компаний;
- стратегия по повышению конкурентоспособности предприятия.

Существует множество стратегий, которые дают способы и подходы решения проблем. Мы рассмотрим одну из самых эффективных стратегий – диверсифика-

цию. Она имеет очень большое распространение ввиду своей эффективности. Также диверсификация имеет прямое отношение к конкурентоспособности, поскольку, помимо, повышения доходов и уменьшения рисков, компания, таким образом, добивается более выгодного конкурентного положения, поскольку уже имеется определенный набор основных фондов, позволяющий наращивать производство с начала его открытия, что делает его более перспективным и эффективным относительно остальных предприятий, только вступивших на этот рынок.

Для более подробного анализа диверсификации и прослеживания его прямого отношения к конкурентоспособности предприятия, рассмотрим его понятие. Сам термин был введен в 1952 году Марковицем в своей работе «Диверсификация портфеля». Дальнейшее развитие понятия было характерно для послевоенного периода. После Второй Мировой войны начала появляться и массово распространяться диверсификация. Однако самым главным отличием диверсификации в это время является то, что новые производственные единицы в форме отдельных предприятий не отделяются от основного предприятия и имеют одинаковую сырьевую базу. Так, была решена проблема недостаточности или полного отсутствия дополнительной техники, необходимой для полного расширения производства на различных видах продукции в рамках одной фирмы, при этом достигался выпуск широкого круга номенклатуры товаров.

В конце 60-х и начале 70-х годов диверсификация начала приобретать еще большее распространение ввиду своей эффективности и перспектив по наращиванию прибыли. Возможность избегания риска инвестирования и потери финансовых средств в какие-либо отрасли, повлияло на то, что начали появляться корпорации, которые проникали в несколько отраслей по производству различных видов продукции с постоянно расширяющимся ассортиментом.

Так, получалось максимально эффективно проникать в другие отрасли, которые не были напрямую связаны с изначальным производством или задумкой предприятия без лишних затрат и рисков. Дальнейшие исследования начали проводиться в середине 1970-х годов, поскольку у диверсификации были свои границы эффективности, заставившие компании изучать дальше данное явление как стратегию.

Ее эффективность впервые была доказана при помощи исследования М. Гортом, который отразил рост объема продаж в денежной выражении и сравнительные преимущества данной стратегии в период с 1939 по 1954 год. Стоит отметить, что не во всех случаях диверсификация предполагает прямую взаимосвязь с рентабельностью [2, С.144].

Дальнейшие исследования были проведены Ричардом Румелтом. Собрав большой массив данных, связанный с компаниями, которые реализовывали стратегию диверсификации, он сделал вывод, что «ограниченные доминирующим производственным профилем и ограниченные по взаимосвязанности производства, являются, без сомнения, абсолютно лучшими деловыми предприятиями» [3, С.113].

Конец эпохи постиндустриального общества и начало эпохи информационных и компьютерных технологий характеризуются быстрыми темпами глобализации, что приводило к интенсивному развитию конкурентоспособности предприятий. Это было обусловлено появлением множества других компаний в региональных и не только рынках, что заставило предприятия искать различные методы или стратегии для поддержки собственного производства.

Диверсификация позволяла компенсировать падение в различных отраслях производства. Так, к примеру, компания могла быть монополистом по производству какой-либо продукции, но с введением глобализации и представлением новых компаний на рынке, количество и сбыт

определенных видов продукции значительно повысился, что сильно повлияло на стоимость и количестве продаж. Однако, при наличии разделения выпуска продукции у компании, она в меньшей степени страдает от повышения доли компании на рынке, тем самым позволяя «удержаться на плаву» и вытеснить будущих или имеющих конкурентов.

Еще одним весомым плюсом диверсификации является возможность перераспределения уже имеющихся средств, перелив капитала в более прибыльные отрасли. При наличии проблем с какой-либо отраслью, компания может перенаправить большее количество средств в другую сферу, таким образом исключая простои, понижение эффективности, что позволит продолжать развивать корпорацию.

Диверсификация - это стратегия, которая позволяет предприятию снизить риски и увеличить конкурентоспособность за счет расширения бизнеса на новые рынки и продукты. Можно привести пример предприятия, которое уже достигло успеха благодаря диверсификации. Samsung - это южнокорейский конгломерат, который был основан в 1938 году. С тех пор компания стала одним из лидеров в производстве электроники, бытовой техники, смартфонов, полупроводников и многого другого. Samsung является примером успешной диверсификации, которая позволила ей выжить в различных экономических кризисах и увеличить доходы.

Одной из ключевых стратегий Samsung является инвестирование в исследования и разработки. Компания активно работает над созданием новых продуктов и технологий, которые помогают ей оставаться конкурентоспособной на рынке. Например, Samsung является одним из лидеров в производстве OLED-экранов, которые используются в смартфонах и телевизорах.

Кроме того, Samsung диверсифицировал свой бизнес, чтобы не зависеть только от одного продукта или рынка. Компания производит широкий спектр товаров и

услуг, включая бытовую технику, мобильные устройства, полупроводники и т.д.

Несмотря на то, что Samsung столкнулся с некоторыми проблемами в последние годы, компания продолжает диверсифицировать свой бизнес и искать новые возможности для роста. Она остается одной из самых крупных и уважаемых компаний в мире, благодаря своей способности адаптироваться к изменяющимся усло-

виям рынка и инвестировать в будущее.

Рассматривая сегменты Samsung, стоит отметить, что у данной компании наблюдается множество сегментов. К ним относятся: электротехника, информационные технологии и телефонные коммуникации, Device Solutions и Harman. Для рассмотрения доли в выручке за 2021 год, рассмотрим таблицу 1 – структура выручки по сегментам в компании Samsung.

Таблица 1. Структура выручки по сегментам в компании Samsung [4]

Сегменты	Выручка за 2021 г. (миллиардов долларов по курсу 01.01.2021)	Выручка в процентном соотношении от всей суммы
Потребление электротехники	483,896	20%
Информационная технология и телефонная коммуникация	941,869	39%
Device Solutions	1080,125	45%
Harman	86,410	4%
Внутрифирменные расчеты	-181,461	-8%
Итого	2410,839	100%

Анализируя данную таблицу, стоит отметить, что большую часть выручки в 2021 году составляют два сегмента: информационные технологии и телефонные коммуникации и Device Solutions, и в сумме это составляя 84% от продаж и выручки компании. Из этого примера видно, что не обязательно основная отрасль производства будет иметь наибольшую прибыль и превалировать над другими. Это является примером успешного введения новых сегментов и представления новой структуры и реструктуризации организации, с последующим нарастанием выручки.

Таким образом, в современных экономических условиях конкурентоспособность предприятия становится ключевым фактором успеха. Она определяется не

только качеством продукции, но и уровнем сервиса, инновационностью, эффективностью производства, умением адаптироваться к изменениям рынка и быстро реагировать на новые требования потребителей.

Конкуренция на рынке становится все более жесткой, поэтому современные российские предприятия должны постоянно улучшать свои процессы и продукцию, чтобы удерживать своих клиентов и привлекать новых. Также важно развивать маркетинговые стратегии и использовать современные технологии для повышения эффективности бизнеса. В целом, конкурентоспособность предприятия является главным фактором его выживания и развития в современной экономике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Архипова Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции М.: ИНФРА-М, 2023. 104 с.
2. Баумунг Э.В. Этапы развития диверсификации производства / Э.В. Баумунг // Молодой ученый. 2020. №3 (38). С. 144-150.

-
3. Чаряров А., Ходжамырадов, В. Тенденции диверсификации промышленного сектора / А. Чаряров, В. Ходжамырадов // Вестник науки. 2023. №5.
 4. Samsung SWOT analysis 2023. URL: <https://bstrategyhub.com/swot-analysis-of-samsung-2019-samsung-swot-analysis/> (дата обращения 19.11.2023)

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Архипова Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции М.: ИНФРА-М, 2023. 104 с.
2. Баумунг Э.В. Этапы развития диверсификации производства / Э.В. Баумунг // Молодой ученый. 2020. №3 (38). С. 144-150.
3. Чаряров А., Ходжамырадов, В. Тенденции диверсификации промышленного сектора / А. Чаряров, В. Ходжамырадов // Вестник науки. 2023. №5.
4. Samsung SWOT analysis 2023. URL: <https://bstrategyhub.com/swot-analysis-of-samsung-2019-samsung-swot-analysis/> (дата обращения 19.11.2023)

Для цитирования:

Оберт Т.Б. Конкурентоспособность предприятия на основе диверсификации бизнеса в современной экономике. 2023. №12. С. 114-118. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2023/12/Obert.pdf>