МЕНЕДЖМЕНТ/MANAGEMENT

DOI: https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.138.187

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В БИЗНЕС-СИСТЕМАХ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Научная статья

Нана Ж.[1, *]

[1] ORCID : 0009-0005-8003-4984;

[1] Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (nanajean3010[at]gmail.com)

Аннотация

В условиях цифровизации бизнеса стратегия диверсификации становится особенно актуальной. Она позволяет компаниям снизить риски, связанные с технологическими изменениями, и расширить свою деятельность на новые рынки. Диверсификация осуществляется с целью сохранения рыночных позиций компании в условиях цифровизации отечественной промышленности и сокращения объемов бюджетного финансирования. Диверсификация предполагает такой путь преобразования бизнес-процессов, в результате которого бизнес-проекты компании будут состоять из заказов, обеспеченных целевым образом государством, бизнес-партнерами и потребительским сообществом. В данной статье рассмотрены особенности реализации стратегии диверсификации в бизнес-системах в условиях цифровизации.

Ключевые слова: бизнес-система, компания, диверсификация, стратегия диверсификации, цифровизация, цифровая платформа.

A STUDY OF DIVERSIFICATION STRATEGY DEVELOPMENT IN BUSINESS SYSTEMS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Research article

Nana J.[1, *]

[1] ORCID : 0009-0005-8003-4984;

[1] St. Petersburg State Economic University, Saint-Petersburg, Russian Federation

* Corresponding author (nanajean3010[at]gmail.com)

Abstract

In the context of digitalization of business, diversification strategy is becoming particularly relevant. It allows companies to mitigate risks associated with technological changes and expand into new markets. Diversification is carried out in order to maintain the company's market position in the conditions of digitalization of the domestic industry and reduction of budget financing. Diversification implies such a way of transformation of business processes, as a result of which the company's business projects will consist of orders provided in a targeted manner by the state, business partners and the consumer community. This article examines the specifics of diversification strategy implementation in business systems in the context of digitalization.

Keywords: business system, company, diversification, diversification strategy, digitalization, digital platform.

Введение

Использование диверсификации в деятельности предприятия имеет огромное значение, так как современная экономическая среда характеризуется нестабильностью и быстрыми изменениями. Формы диверсификации постоянно изменяются, поскольку ученые не приходят к общему определению, что именно подразумевается под диверсификацией предприятия.

Актуальность исследования данной темы обусловлена необходимостью у предприятий своевременно реагировать на любые изменения, происходящие в условиях цифровизации.

Таким образом, в данном исследовании рассматривается важность использования диверсификации, не только как инструмента, для изменений предприятия, а диверсификация, как диверсифицированный инструмент, для повышения сбыта предприятия в современной рыночной экономике.

Методы и принципы исследования

В качестве информационной базы исследования нами были использованы работы как по организационно-методическим проблемам оценки и управления диверсификацией в бизнес-системах, так и научные статьи по вопросам практической реализации стратегий диверсификации предприятий и организаций.

Основные положения и результаты работы получены с использованием методов системного, контентного, логического и статистического анализа.

Основные результаты

Главной целью для предприятия является увеличение эффективности их деятельности. В связи с нестабильностью на рынке страны, сильной конкуренцией, изменениями в правовом поле предпринимательства и внедрением новых методов производства, актуальность вопроса эффективности на современном этапе развития экономики является высокой. Все эти факторы обуславливают необходимость применения новых стратегий бизнеса для местных организаций.

Диверсификация бизнеса оказывает значительное влияние на жизнеспособность товара. Производственная и маркетинговая стороны бизнеса дополняют друг друга и определяют конкурентоспособность и устойчивость компании. Важно учитывать состояние каждого из аспектов, так как они взаимосвязаны между собой. Компания ограничена сырьевой базой, доступом к ресурсам, ценовой политикой и организационной структурой, что существенно влияет на ее перспективы и успех. Необходимо учитывать все перечисленные компоненты, чтобы достичь успеха и быть конкурентоспособной.

Цель производственной деятельности организации заключается в сфере производства, продажи и получения дохода. Организационный цикл производства состоит из ряда производственных процессов, которые описывают последовательность действий, выполняемых сотрудниками компании для преобразования сырья в готовую продукцию. Важными элементами этого процесса являются естественные и технологические процессы, профессионалы, используемые инструменты, информация и энергия. Управляемое профессионалами взаимодействие между этими компонентами представляет особый производственный процесс и определяет его содержание.

На данный момент, повышение эффективности диверсификации бизнеса является важным фактором для экономического развития России. Диверсификация бизнеса включает в себя разделение деятельности по доставке продукции конечным потребителям. Эта стратегия направлена на эффективное участие всех участников маркетинговой системы для обеспечения движения продукции в нужном месте и время. Это позволяет компании достигать запланированной прибыли и удовлетворять потребности клиентов.

Исследование разнообразия бизнеса демонстрирует, что для достижения максимальной прибыли необходимо уделять внимание эффективному управлению потребителями и их запросами, а не только заботиться о долгосрочных интересах владельцев [5]. Получение определенного дохода и установление репутации компании зависят от потребителей. Поэтому при планировании маркетинговой деятельности необходимо провести тщательный анализ предпочтений потребителей товаров и услуг, идентифицируя основные характеристики покупателей, которые позволят сегментировать рынок и разработать эффективную маркетинговую стратегию. Чтобы обеспечить большую долю продаж, следует фокусироваться на конкретных сегментах рынка (в соответствии с законом Парето: 20% покупателей приносят 80% прибыли) [8].

Необходимо разрабатывать объемы сбыта на основе анализа спроса и предложения, учитывая производство товаров, которые будут успешно продаваться, а не просто продавать товары, которые легко производить. Это подчеркивает важность взаимодействия между производством и маркетингом.

Современные рыночные условия постоянно меняются и модифицируются под влиянием процессов глобализации, непрерывной информатизации и оцифровки социально-экономических отношений. Соответственно, бизнес-среда большинства предприятий становится гибкой и изменчивой, вбирая в себя новые элементы и избавляясь от устаревших. Например, сегодня никого не удивляет необходимость привлечения онлайн-маркетологов или специалистов по продвижению сбыта для эффективного продвижения собственного бизнеса, о котором до недавнего времени ничего не было известно. В производственных процессах акцент смещается с увеличения производства на его эко логичность и снижение потребления ресурсов [2]. Соответственно, методы и формы управления модернизированным бизнесом в новых условиях также должны быть адаптированы к современным условиям обеспечения и оценки эффективности ведения бизнеса [7].

В условиях цифровизации экономики стратегия диверсификации приобретает новые особенности. Во-первых, компании могут использовать цифровые технологии для улучшения процессов внутри своей организации. Например, использовать искусственный интеллект и большие данные для оптимизации производства и принятия решений.

Во-вторых, цифровизация открывает возможности для выхода на новые рынки и отрасли. Например, компании могут создавать свои собственные цифровые продукты и услуги, такие как мобильные приложения, онлайн-курсы или виртуальные помощники.

В-третьих, стратегия диверсификации должна учитывать риски, связанные с цифровыми технологиями. Например, кибербезопасность становится все более важным фактором, который необходимо учитывать при принятии решений о диверсификации.

Таким образом, стратегия диверсификации в условиях цифровизации должна быть адаптирована к новым возможностям и угрозам, связанным с развитием цифровых технологий [9].

Цифровая платформа может стать ключевым элементом стратегии диверсификации производства. Она может помочь предприятиям собирать и анализировать большие объемы данных о потребностях рынка, технологиях и конкурентах. Это позволит предприятиям принимать более обоснованные решения о том, какие продукты и услуги следует производить, как их разрабатывать и какие рынки они должны обслуживать. Кроме того, цифровые платформы могут помочь предприятиям снижать затраты на производство и улучшать качество продукции.

Средства автоматизации могут быть полезны при разработке стратегии диверсификации. Они могут помочь в анализе данных, принятии решений и оптимизации процессов. Например, алгоритмы машинного обучения могут использоваться для анализа больших объемов данных о рынке, технологиях и конкурентах, что позволяет принимать более обоснованные решения о диверсификации. Кроме того, средства автоматизации могут помочь в оптимизации производственных процессов, снижении затрат и улучшении качества продукции.

Заключение

Повышение эффективности диверсификации бизнеса – одна из главнейших задач нашего экономического развития на современном этапе развития экономики России

В условиях цифровизации экономики стратегия диверсификации является важным инструментом для компаний, позволяющим им снизить риски, связанные с изменением рынка и развитием технологий. Использование цифровых технологий, таких как искусственный интеллект и анализ данных, может помочь компаниям оптимизировать свои процессы и принимать более обоснованные решения о диверсификации. Также важно учитывать риски, связанные с

безопасностью данных и конфиденциальностью информации, которые становятся все более значимыми в цифровой экономике. В целом успешная стратегия диверсификации в условиях цифровой трансформации должна быть адаптивной, использовать новые возможности и минимизировать риски.

Благодарности

Автор выражает благодарность Бездудной Анне Герольдовне, профессору, доктору экономических наук, Заведующей кафедрой менеджмента и инноваций Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Acknowledgement

The author expresses their gratitude to Anna Bezdudnaya, Professor, Doctor of Economic Sciences, Head of the Department of Management and Innovation, St. Petersburg State University of Economics.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Боев А.Г. Содержание и особенности процесса институциональных преобразований промышленных комплексов в условиях цифровой экономики / А.Г. Боев // Экономика в промышленности. — 2020. — Т. 13. — № 1. — С. 18-28.

2. Дементьев В.Е. Цифровая трансформация цепочек создания ценности: «улыбка» может оказаться «хмурой» / В.Е. Дементьев, Е.В. Устюжанина, С.Г. Евсюков // Журнал институциональных исследований. — 2018. — Т. 10. — № 4. — С. 58-77.

3. Заступов А.В. Инновационное развитие предприятий промышленных отраслей в условиях цифровой модернизации экономики / А.В. Заступов // Бизнес. Образование. Право. — 2020. — № 1(50). — С. 244-250.

4. Михайлова Л.В. Особенности бизнес-модели и проблемы реализации новой технологической концепции в России / Л.В. Михайлова, М.В. Сазонова, О.Д. Дикова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. — 2020. — № 1. — С. 66-73.

5. Никулина О.В. Анализ влияния цифровизации мировой экономики на развитие инновационной деятельности промышленных предприятий / О.В. Никулина // Экономика: теория н практика. — 2020. — № 1(57). — С. 40-19.

6. Погодина Т.В. Стратегическое управление конкурентоспособностью промышленных компаний в нестабильных рыночных условиях / Т.В. Погодина, Н.Л. Удальцова // Вестник Удмуртского университета. Сер. Экономика н право. — 2020. — Т. 30. — № 1. — С. 41-50.

7. Руднева К.С. Модернизация промышленного сектора экономики: ключевые характеристики, подходы и этапы / К.С. Руднева // Вектор экономики. — 2020. — № 3(57). — С. 46-46.

8. Сергеевич Т.В. Влияние цифровизации экономики и общества на трансформацию бизнес-моделей промышленных предприятий / Т.В. Сергеевич // Технико-технологические проблемы сервиса. — 2021. — № 2(56). — С. 95-101.

9. Соломонов Ю. Общая концепция перехода к диверсификации пока не сформирована / Ю. Соломонов. — URL: https://piofiok.com/news/detail.php?ID=7686#Zd (дата обращения: 16.06.2023)

10. Борисов Ю. Диверсификация – жизненная необходимость / Ю. Борисов. — URL: https://pi-ofiok.com/news/detail.php?ID=9356#ixzz5vZJ7z51g (дата обращения: 16.06.2023)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Boev A.G. Soderzhanie i osobennosti processa institucional'nyh preobrazovanij promyshlennyh kompleksov v uslovijah cifrovoj jekonomiki [Content and Characteristics of the Process of Institutional Transformations of Industrial Complexes in the Conditions of Digital Econom] / A.G. Boev // Jekonomika v promyshlennosti [Economics in Industry]. — 2020. — Vol. 13. — № 1. — P. 18-28. [in Russian]

2. Dement'ev V.E. Cifrovaja transformacija cepochek sozdanija cennosti: «ulybka» mozhet okazat'sja «hmuroj» [Digital Transformation of Value Chains: "'Smile' May Turn out to be 'Frown'"] / V.E. Dement'ev, E.V. Ustjuzhanina, S.G. Evsjukov // Zhurnal institucional'nyh issledovanij [Journal of Institutional Research]. — 2018. — Vol. 10. — № 4. — P. 58-77. [in Russian]

3. Zastupov A.V. Innovacionnoe razvitie predprijatij promyshlennyh otraslej v uslovijah cifrovoj modernizacii jekonomiki [Innovative Development of Industrial Enterprises in the Conditions of Digital Modernization of Economy] / A.V. Zastupov // Biznes. Obrazovanie. Pravo [Business. Education. Law]. — 2020. — № 1(50). — P. 244-250. [in Russian]

4. Mihajlova L.V. Osobennosti biznes-modeli i problemy realizacii novoj tehnologicheskoj koncepcii v Rossii [Features of the Business Model and Problems of Implementation of the New Technological Concept in Russia] / L.V. Mihajlova, M.V. Sazonova, O.D. Dikova // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Jekonomika [Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Economics]. — 2020. — № 1. — P. 66-73. [in Russian]

5. Nikulina O.V. Analiz vlijanija cifrovizacii mirovoj jekonomiki na razvitie innovacionnoj dejatel'nosti promyshlennyh predprijatij [An Analysis of the Impact of Digitalization of the World Economy on the Development of Innovation Activity of

Industrial Enterprises] / O.V. Nikulina // Jekonomika: teorija n praktika [Economics: Theory and Practice]. — 2020. — № 1(57). — P. 40-19. [in Russian]

6. Pogodina T.V. Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnost'ju promyshlennyh kompanij v nestabil'nyh rynochnyh uslovijah [Strategic Management of Competitiveness of Industrial Companies in Unstable Market Conditions] / T.V. Pogodina, N.L. Udal'cova // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Ser. Jekonomika n pravo [Bulletin of Udmurt University. Economics and Law]. — 2020. — Vol. 30. — № 1. — P. 41-50. [in Russian]

7. Rudneva K.S. Modernizacija promyshlennogo sektora jekonomiki: kljuchevye harakteristiki, podhody i jetapy [Modernization of the Industrial Sector of the Economy: Key Characteristics, Approaches and Stages] / K.S. Rudneva // Vektor jekonomiki [Vector of Economics]. — 2020. — № 3(57). — P. 46-46. [in Russian]

8. Sergeevich T.V. Vlijanie cifrovizacii jekonomiki i obshhestva na transformaciju biznes-modelej promyshlennyh predprijatij [Influence of Digitalization of Economy and Society on the Transformation of Business Models of Industrial Enterprises] / T.V. Sergeevich // Tehniko-tehnologicheskie problemy servisa [Techno-technological Problems of Service]. — 2021. — № 2(56). — P. 95-101. [in Russian]

9. Solomonov Ju. Obshhaja koncepcija perehoda k diversifikacii poka ne sformirovana [The general concept of transition to diversification has not yet been formed] / Ju. Solomonov. — URL: https://piofiok.com/news/detail.php?ID=7686#Zd (accessed: 16.06.2023) [in Russian]

10. Borisov Ju. Diversifikacija-zhiznennaja neobhodimost' [Diversification is a vital necessity] / Ju. Borisov. — URL: https://pi-ofiok.com/news/detail.php?ID=9356#ixzz5vZJ7z51g (accessed: 16.06.2023) [in Russian]