Иногда компании желают кардинальных изменений, которые помогут в развитии и получении большей прибыли. В этом поможет так называемая стратегия конгломеративной диверсификации. В этой статье мы подробнее расскажем об этом и объясним суть явления.

Итак, для начала разберемся, что такое диверсификация и в чем ее особенности. Это такой процесс, когда компания выявляет стратегические зоны своего бизнеса и вносит изменения в ассортиментную линейку или обновляет список предоставляемых клиентам услуг. Существует несколько видов данного процесса:

Обычно конгломератная стратегия реализуется, когда компания покупает предприятие, а оно выпускает продукты, которые не пользуются популярностью. Степень риска тут большая, ведь ей придется работать в той сфере, которую она для себя еще не освоила. У сотрудников может не оказаться необходимых навыков для того, чтобы правильно развивать новое предприятие, и это может привести к краху.

Преимущества и недостатки

* Данный вид диверсификации имеет как положительные стороны, так и негативные. К положительным можно отнести следующее:
* Помогает выйти из сферы, которая перестала приносить прибыль.
* Позволяет увеличивать прибыль фирмы за счет освоения новых выгодных рынков.
* Снижает зависимость от конкретного товара или определенного рынка.
* Эффект синергии.
* Повышает кредитоспособность фирмы.

Но, несмотря на сильные стороны такой стратегии, конечно же, здесь имеются и недочеты:

* Новый вид деятельности может потребовать умений, которых у сотрудников нет.
* Подходит только для нечувствительных к ценовым перепадам компаний.
* Малое внимание к поведенческим аспектам.
* Отдача появляется через длительный промежуток времени.
* Трудность поиска подходящего предприятия для покупки.

Конгломератная диверсификация заключается в том, что предприятие расширяется благодаря новому производству, которое не связано с прежними товарами. Если сравнивать с другими стратегиями, эта является одной из наиболее трудных.

 Успех ее напрямую зависит от таких факторов:

* Уровень компетентности в данной сфере работников фирмы.
* Фактор сезонности выбранного направления.
* Наличие денег для реализации стратегии.
* Успех проведения рекламы.

Самый яркий и известный пример: американская компания General Electric продала почти все свои подразделения, чтобы сосредоточится на нескольких видах деятельности. Это принесло ей успех, стремительное развитие и увеличение капиталов.

Конгломеративная диверсификация

Стратегия конгломеративной диверсификации также называется стратегией несвязанной диверсификацией и подразумевает ведение двух абсолютно независимых направлений бизнеса, которые не улучшают деятельность друг друга. Следуя стратегии конгломеративной диверсификации компания развивает совершенно новые направления бизнеса и получает доступ к совершенно новым потребителям. По факту это вложение текущей прибыли компании в новые растущие и высокоприбыльные отрасли. Иногда такой вид диверсификации в будущем позволяет компании получить доступ к новым технологиям, способным улучшить текущий продукт.

К стратегии конгломеративной диверсификации компания прибегает, когда она может эффективно применить свои знания и опыт на новых рынках; когда имеет технологии, позволяющие ей получить конкурентные преимущества на новых рынках; когда новые рынки и отрасли обладают значимо высоким потенциалом. Примером такой стратегии можно назвать ситуацию, когда производитель обуви выходит на новый (для себя) рынок по производству одежды (используя свои знания и опыт в предпочтениях и поведении потребителей).

Основные преимущества несвязанной стратегии диверсификации состоят в том, что компания может найти и развить более прибыльный в будущем бизнес, а также снизить влияние сезонных спадов продаж основного бизнеса. Недостатками (или рисками) такой стратегии диверсификации является необходимость выделения значимых ресурсов на развитие нового направления бизнеса и инвестиций, которые могут не окупиться при плохой управленческой работе.