**Корпоративная стратегия диверсификации**

 Корпоративная стратегия диверсификации в родственные отрасли представляет собой по своей сути стратегию концентрической диверсификации Корпоративные стратегии диверсификации в родственные отрасли как формы концентрической диверсификации основаны на стратегическом соответствии и могут проявляться в области технологии производства, совместных требований к мастерству персонала, единых источников материальных ресурсов и поставщиков, потенциала для совместного производства деталей и компонентов, похожих производственных методов и управленческого ноу-хау, в использовании одинаковых методов и подходов к маркетингу и сбыту продукции, организации дистрибьютерской сети, потенциала совместного послепродажного обслуживания, а также совместного использования торговой марки и репутации фирмы. Использование подобных стратегических соответствий важно, так как позволяет осуществлять системную экономию на масштабах производства и представляет момент в завоевании конкурентных преимуществ перед соперниками на определенных сегментах рынка. Корпоративные стратегии диверсификации производства в неродственные отрасли связаны с конгломеративным (комбинированным) типом диверсификации. Это означает, что предприятие предпочитает проводить диверсификацию в другие отрасли, не связанные с основным производством, но с хорошими возможностями для получения высокой и устойчивой прибыли. Основным положением непрофильной диверсификации, таким образом, является то, что любая фирма, которая может быть приобретена на выгодных финансовых условиях и имеет хорошие перспективы получения высокой и устойчивой прибыли, представляет собой выгодное направление для диверсификации. [5, с.21]. Фирмы, идущие на непрофильную диверсификацию, почти всегда проникают в новые для них сферы бизнеса путем приобретения уже функционирующих предприятий, а не при помощи создания нового филиала в рамках единой корпоративной структуры. Такая стратегия основывается на том, что рост предприятия за счет поглощения других фирм повышает стабильность акций. При этом поиск концентрируется вокруг компаний, которые предлагают возможность для получения быстрой финансовой отдачи за счет своего особого положения В заключении можем отметить, что в условиях растущей конкуренции корпоративная стратегия диверсификации производства становится отличным инструментом для управления рисками; позволяет избежать излишней фокусировки усилий на одном направлении работы компании. При правильной реализации стратегия диверсификации помогает сохранить работоспособность и прибыль компании в период экономического спада, стагнации или резкого изменения принципов работы отрасли. Стратегия может принести явные преимущества для фирмы и повысить стабильность бизнеса, но требует подробной оценки внутренних ресурсов компании, факторов окружающей среды и глубокого знания рыночных тенденций. Необходимо следовать данному плану, который поможет в разработке стратегии диверсификации, а также в выборе правильного направления для диверсификации бизнеса.

Корпоративные стратегии восстановления, экономии и реструктуризации портфеля.

Корпоративная стратегия восстановления делает акцент на возрождение убыточных предприятий. Целью такой стратегии является оздоровление корпорации в целом путем разрешения проблем тех предприятий, которые вносят «наибольший вклад» в снижение совокупных показателей. Стратегия восстановления наиболее приемлема в случаях, когда причины ухудшения носят краткосрочный характер, убыточные предприятия относятся к отраслям с привлекательными перспективами, и избавление от них не имеет смысла в долгосрочном аспекте.

Корпоративная стратегия экономии фокусирует свое внимание на сокращении масштаба диверсификации и уменьшении количества предприятий. Обычно она применяется в тех случаях, когда руководство компании приходит к заключению, что корпорация чересчур диверсифицирована и необходима концентрация усилий на ключевых направлениях.

Стратегия реструктуризации портфеля включает в себя пересмотр состава и процентных отношений в деловом портфеле корпорации. Потребность в реструктуризации может возникнуть в следующих случаях:

стратегический анализ корпорации позволяет сделать вывод о том, что долгосрочные перспективы компании утратили свою привлекательность в результате наличия в портфеле большого количества медленно развивающихся, убыточных в конкурентном аспекте предприятий;

одно или несколько ключевых направлений переживают трудные времена;

новое руководство компании принимает решение пересмотреть стратегическую позицию корпорации;

появляются новые технологии или продукты и требуются изменения структуры портфеля для завоевания позиций в новой отрасли;

у фирмы возникает возможность приобрести такое большое предприятие, что для финансирования этого проекта необходимо продать несколько дочерних фирм.