

Дымшаков Дмитрий Сергеевич,

студент,

Институт экономики и управления,

Школа управления и междисциплинарных исследований,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ (НА ПРИМЕРЕ «SEVEN MEBEL»)

Аннотация:

В статье рассматривается диверсифицированная стратегия развития малого бизнеса на примере компании «SEVEN MEBEL», которая занимает лидирующие позиции на рынке мебели в Екатеринбурге. Компания успешно использует несколько направлений диверсификации: товарную, сегментную и географическую. Стратегии диверсификации помогают компании повысить свою устойчивость и конкурентоспособность на рынке, снижая бизнес-риски и увеличивая клиентскую базу. Анализ показал, что компания успешно реализует стратегию диверсификации, но существуют резервы и ресурсы для улучшения и роста деятельности.

Ключевые слова:

Диверсифицированная стратегия, стратегия развития, диверсификация, малый бизнес, товарная диверсификация.

Компания «SEVEN MEBEL» представляет собой предприятие малого бизнеса в городе Екатеринбурге, основным видом деятельности которого является перетяжка, изготовление и реставрация мебели, продажа фурнитуры для ремонта мебели [1]. В своем сегменте компания является лидером, осуществляя деятельность более 10 лет. В 2023 году численность команды составила более 30 человек.

Диверсифицированная стратегия развития компании «SEVEN MEBEL» характеризует динамику компании и ее влияние на устойчивость и успех на рынке. Компания «SEVEN MEBEL» применяет несколько направлений диверсификации: сегментную, экологическую и географическую диверсификацию, каждая из которых играет важную роль в устойчивом развитии и расширении бизнеса.

Товарная диверсификация компании «SEVEN MEBEL» представляет собой расширение продуктовой линейки и услуг, что позволяет удовлетворить потребности различных сегментов рынка, компания работает по следующим направлениям работы:

1. реставрация и перетяжка мебели;
2. изготовление мебели на заказ;
3. продажа фурнитуры и аксессуаров для ремонта мебели;
4. услуги по дизайну интерьеров.

Товарная диверсификация позволяет компании оказывать влияние на различные сегменты рынка, а также диверсифицировать собственные бизнес-риски. Компания успешно расширяет продуктовую линейку. Помимо традиционных услуг по реставрации мебели, она занимается продажей комплектующих для ремонта мебели, изготовление мебели с индивидуальным дизайном, что обеспечивает дополнительный источник дохода и позволяет привлекать клиентов, которые предпочитают заниматься ремонтом мебели самостоятельно, и создавать условия для перекрестных продаж.

Анализ товарной диверсификации «SEVEN MEBEL» позволил выявить характеристики диверсифицированной стратегии развития малого бизнеса:

1. Широкий охват целевой аудитории: частных клиентов, дизайнеров интерьеров и бизнес-сегмент (офисы, рестораны и отели).

2. Дополнительные источники дохода. Компании с комплексным стратегическим планом, как утверждают авторы З. А. Натаева, Х. А. Исраилова, Л. А. Эльгукаева «более успешны и достигают значительно более высоких прибылей, чем в среднем по отрасли» [2, с. 128]. Продажа фурнитуры и аксессуаров для ремонта мебели создает дополнительные возможности для перекрестных продаж. Например, клиенты, которые приходят для покупки фурнитуры, могут заказать и услуги по реставрации или изготовлению мебели, что позволяет компании получать доход не только от предоставления услуг, но и от продажи материалов.

3. Снижение рисков через диверсификацию продуктов. Стратегия диверсификации, как обозначают авторы Н. А. Пряхина, Л. В. Алферова, – «это стратегия уменьшения риска компании, в процессе распределения ресурсов между определенными направлениями при взаимодействии выгодных отраслей для компании» [3, с. 66]. За счет работы в нескольких товарных сегментах «SEVEN MEBEL» снижает риски, связанные с колебаниями спроса на один продукт.

4. Конкурентные преимущества. Товарная диверсификация позволяет «SEVEN MEBEL» предложить клиентам комплексные решения. Например, клиент может не только отремонтировать мебель, но и заказать уникальные мебельные элементы или приобрести материалы для самостоятельного ремонта, что создает конкурентное преимущество по сравнению с компаниями, которые предлагают только одну из этих услуг.

5. Удовлетворение потребностей разных категорий клиентов. Реставрация мебели ориентирована на клиентов, которые хотят сохранить старые предметы мебели, возможно, с сентиментальной ценностью. Изготовление мебели на заказ привлекает клиентов с высокими требованиями к дизайну и эксклюзивности продукции. Продажа фурнитуры привлекает тех, кто предпочитает самостоятельно восстанавливать мебель, экономя на услугах реставраторов.

6. Увеличение лояльности клиентов. Широкий спектр товаров и услуг способствует увеличению лояльности клиентов, так как компания предлагает комплексный подход к решению задач по ремонту и дизайну мебели. Клиенты могут обращаться в «SEVEN MEBEL» по различным вопросам, что способствует созданию долгосрочных отношений и повторным обращениям.

Итак, товарная диверсификация компании «SEVEN MEBEL» является эффективной стратегией, позволяющей бизнесу оставаться устойчивым и конкурентоспособным в условиях изменяющегося рынка. За счет расширения продуктовой линейки и услуг, компания привлекает разные категории клиентов, создает дополнительные источники дохода и снижает риски, связанные с колебаниями спроса. Важно отметить, что такой подход способствует укреплению бренда и лояльности клиентов, создавая прочную основу для дальнейшего роста бизнеса.

Сегментная диверсификация заключается в том, что компания адаптирует свои предложения для разных целевых сегментов, данная стратегия позволяет обслуживать разные группы клиентов:

- Физические лица.
- Юридические лица. «SEVEN MEBEL» работает с магазинами, офисами, ресторанами и отелями, предлагая им услуги по обновлению интерьеров, что включает не только реставрацию, но и изготовление мебели для бизнеса.
- Дизайнеры интерьеров и архитекторы.

В качестве преимуществ использования сегментной диверсификации «SEVEN MEBEL» можно выделить увеличение охвата различных целевых групп, способность адаптировать предложение для разных сегментов рынка, что помогает удерживать позиции на рынке даже при изменении спроса в одном из сегментов.

Оценим применяемую компанией «SEVEN MEBEL» диверсифицированную стратегию развития малого бизнеса с помощью ключевых показателей эффективности.

В таблице 1 представим в динамике основные показатели деятельности «SEVEN MEBEL» за 2022-2023 г.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности «SEVEN MEBEL» за 2022-2023 г.

Показатель	2022	2023
Выручка, тыс. руб.	53 894	68 887
Чистая прибыль, тыс. руб.	14 180	18 954
Активы, тыс. руб.	26 623	46 515
Основные фонды, тыс. руб.	17 455	30 455
Рентабельность продаж, %	26,3	27,5
Рентабельность активов, %	53,3	40,8
Рейтинг в Яндекс картах и количество отзывов	5.0 рейтинг/110 оценок	5.0 рейтинг/131 оценок

В таблице 2 представим структуру выручки «SEVEN MEBEL» за 2022-2023 г.

Таблица 2 – Структура выручки «SEVEN MEBEL» за 2022-2023 г.

Направление	2022	2023
Ремонт мебели, тыс. руб.	41 228	48 014
Изготовление мебели, тыс. руб.	9 485	15 293
Продажа фурнитуры, тыс. руб.	3 181	5 580

Ключевые показатели эффективности компании «SEVEN MEBEL» за 2022-2023 г. показывают рост выручки, чистой прибыли, активов, основных фондов. Наблюдается рост рентабельности продаж, увеличение числа положительных отзывов в Яндекс. Динамика показателей доказывает эффективность диверсифицированной стратегии развития малого бизнеса.

При этом сокращается фондоотдача и рентабельность активов, что обусловлено стратегией роста компании и приобретением дополнительного производственного оборудования, которое в перспективе обеспечит рост выручки и прибыли при эффективной реализации принятой стратегии развития компании. Поэтому руководству компании необходимо направить свои усилия на повышение эффективности использования имеющихся у «SEVEN MEBEL» ресурсов.

Таким образом, диверсифицированная стратегия компании малого бизнеса «SEVEN MEBEL» заключается в товарной, сегментной и географической диверсификации. Стратегии диверсификации усиливают позиции компании как лидера в своей нише, а географическая диверсификация открывает новые возможности для роста. Диверсифицированная стратегия развития компании «SEVEN MEBEL» является ключевым обеспечением ее долгосрочного успеха и конкурентоспособности, что подтверждает рост ее финансовых показателей. Многосторонний подход к бизнесу, акцент на экологической ответственности и использование цифровых технологий позволяют компании эффективно управлять рисками и открывать новые возможности для роста в условиях меняющейся рыночной среды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт «SEVEN MEBEL». - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://seven-mebel.ru/>
2. Натаева, З. А. Стратегии развития предприятий малого бизнеса как предмет экономического анализа / З. А. Натаева, Х. А. Исраилова, Л. А. Эльгукаева // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 11-1. – С. 126-134.
3. Пряхина, Н. А. Формирование методической базы: стратегия диверсификации малого предпринимательства / Н. А. Пряхина, Л. В. Алферова // Вестник Совета молодых учёных и специалистов Челябинской области. – 2020. – Т. 1, № 3(30). – С. 66-71

Dymshakov Dmitrii Sergeevich,

student,

department of the school of management and interdisciplinary studies,

Institute of Economics and

Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N.Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

CHARACTERISTICS OF A DIVERSIFIED SMALL BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY (USING THE EXAMPLE OF «SEVEN MEBEL»)

Abstract:

The article discusses a diversified small business development strategy using the example of the company "SEVEN MEBEL", which holds a leading position in the furniture market in Yekaterinburg. The company successfully uses several areas of diversification: commodity, segment and geographical. Diversification strategies help the company to increase its stability and competitiveness in the market, reducing business risks and increasing the customer base. The analysis showed that the company is successfully implementing a diversification strategy, but there are reserves and resources to improve and grow its activities.

Keywords:

Diversified strategy, development strategy, diversification, small business, commodity diversification.