

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/315305>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Введение в бизнес

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ПРИЧИНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ БИЗНЕСОВ 6

Выводы по первой главе 14

2. УСПЕШНЫЕ И НЕГАТИВНЫЕ ПРИМЕРЫ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО БИЗНЕСА 16

Выводы по второй главе 27

3. БУДУЩЕЕ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО БИЗНЕСА 28

Выводы по третьей главе 37

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 39

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 40

ВВЕДЕНИЕ

Открытие параллельных предприятий, также известное как диверсификация, - это стратегия, которая предполагает создание новых предприятий в дополнение к существующему бизнесу. Эта стратегия может использоваться для снижения рисков, увеличения доходов и выхода на новые рынки.

Существует несколько причин, по которым бизнес может принять решение о диверсификации. Одна из причин - снижение риска, связанного с зависимостью от одного продукта или рынка. Диверсификация позволяет предприятию распределить риски между несколькими предприятиями, что может помочь обеспечить его выживание в долгосрочной перспективе. Кроме того, диверсификация может помочь предприятию увеличить свои доходы, так как оно может выйти на новые рынки и клиентские базы.

Еще одна причина для диверсификации - использование новых возможностей. Например, предприятие, специализирующееся на определенном продукте или услуге, может воспользоваться новыми тенденциями или достижениями в области технологий путем диверсификации в смежные области. Кроме того, предприятие может воспользоваться преимуществами новых рынков за счет расширения в различные географические регионы.

При рассмотрении вопроса о диверсификации важно, чтобы предприятие провело тщательное исследование и планирование. Это включает в себя анализ потенциального рынка для нового предприятия, выявление потенциальных конкурентов, а также определение ресурсов и навыков, необходимых для успешного запуска нового предприятия. Кроме того, важно учитывать потенциальное влияние нового предприятия на существующий бизнес, а также то, соответствует ли новое предприятие общей стратегии и целям компании.

Важно также помнить, что диверсификация не лишена трудностей. Одной из самых больших проблем является одновременное управление несколькими предприятиями. Это требует значительного количества времени, энергии и ресурсов, и эффективное управление может быть затруднено. Кроме того, существует риск, что новое предприятие может оказаться неуспешным, что может привести к финансовым потерям и ущербу для репутации компании.

Тема "Открытие параллельных предприятий" является актуальной и своевременной, поскольку все больше компаний предпочитают диверсифицировать свою деятельность для снижения рисков, увеличения доходов и выхода на новые рынки. Предметом данной исследовательской работы являются стратегии и соображения, связанные с открытием параллельных предприятий, а целью - более глубокое понимание факторов, способствующих успеху или неудаче этих предприятий.

Цель данного исследования - изучить различные стратегии и соображения, связанные с открытием параллельных предприятий, а также потенциальные преимущества и проблемы, возникающие при диверсификации деятельности.

В задачи исследования входит выявление ключевых факторов, способствующих успеху параллельных

предприятий, анализ потенциальных рисков и выгод диверсификации, а также изучение влияния диверсификации на общую стратегию и цели компании.

Одной из главных научных новинок данного исследования является его сосредоточенность на практических аспектах открытия параллельных предприятий, а не только на теоретических концепциях. Практическая значимость данного исследования заключается в том, что оно может дать ценные идеи и рекомендации для компаний, которые рассматривают возможность диверсификации своей деятельности.

Гипотеза данного исследования заключается в том, что при правильном подходе и тщательном планировании открытие параллельных предприятий может стать ценной стратегией для компаний, стремящихся снизить риски, увеличить доходы и выйти на новые рынки.

Методология исследования будет включать в себя сочетание качественных и количественных методов, в том числе обзор литературы, изучение конкретных случаев и опрос. В обзоре литературы будет представлен обзор существующих исследований по данной теме, а в тематических исследованиях будет проведен подробный анализ конкретных примеров компаний, успешно диверсифицировавших свою деятельность. В ходе опроса будут получены количественные данные о восприятии и опыте компаний, диверсифицировавших свою деятельность.

1. ПРИЧИНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ БИЗНЕСОВ

Диверсификация - это стратегия, используемая компаниями для распределения рисков и увеличения доходов за счет выхода на новые рынки или запуска новых продуктов или услуг. Существует два основных типа диверсификации: связанная и несвязанная.

Связанная диверсификация подразумевает выход на новые рынки или запуск новых продуктов или услуг, которые связаны с существующей деятельностью компании. Например, компания, специализирующаяся на производстве смартфонов, может выйти на смежные рынки, такие как планшетные компьютеры или смарт-часы. Этот вид диверсификации позволяет компании использовать имеющиеся ресурсы, знания и опыт для выхода на новые рынки или запуска новых продуктов. [6]

Несвязанная диверсификация, с другой стороны, означает расширение на новые рынки или запуск новых продуктов или услуг, которые не связаны с существующей деятельностью компании. Например, компания, специализирующаяся на производстве смартфонов, может выйти на несвязанные рынки, такие как недвижимость или продукты питания и напитки. Этот вид диверсификации является более рискованным, поскольку компания выходит на рынки или выпускает продукцию, в которых у нее может не быть опыта или знаний. Однако он также дает потенциал для значительного роста и новых потоков доходов.

Диверсификация в отношении параллельных бизнесов означает стратегию создания новых предприятий в дополнение к существующему бизнесу с целью снижения рисков, увеличения потоков доходов и выхода на новые рынки.

Когда компания диверсифицирует параллельные виды бизнеса, она, по сути, создает несколько потоков дохода, что может помочь защитить компанию от негативного влияния колебаний на каком-либо одном рынке или линейке продукции. Например, если компания сильно зависит от одного продукта или рынка, и этот продукт или рынок переживает спад, это может негативно сказаться на доходах и прибыли всей компании. Однако если компания диверсифицировала параллельные виды бизнеса, негативное влияние на общий доход и прибыль компании может быть менее значительным. [11]

Диверсификация в параллельные виды бизнеса также может предоставить возможности для роста и расширения. Например, компания, специализирующаяся на определенном продукте или услуге, может воспользоваться новыми тенденциями или достижениями в области технологий путем диверсификации в смежные области. Кроме того, компания может воспользоваться преимуществами новых рынков, расширяясь в различные географические регионы.

Однако важно помнить, что диверсификация в параллельные виды бизнеса не лишена трудностей. Одной из самых больших проблем является одновременное управление несколькими предприятиями. Это требует значительного количества времени, энергии и ресурсов, и эффективное управление может быть затруднено. Кроме того, существует риск, что новое предприятие может оказаться неуспешным, что может привести к финансовым потерям и нанести ущерб репутации компании.

Одной из основных причин, по которой компании предпочитают диверсифицировать свою деятельность и создавать параллельные бизнесы, является снижение рисков. Распределяя свою деятельность по нескольким рынкам, продуктам и услугам, компании могут уменьшить свою подверженность рискам,

связанным с каким-либо одним конкретным рынком, продуктом или услугой. Например, если компания сильно зависит от одного продукта или рынка, и этот продукт или рынок переживает спад, это может негативно сказаться на доходах и прибыли всей компании. Однако если компания диверсифицировала параллельные бизнесы, негативное влияние на общий доход и прибыль компании может быть менее значительным.

Еще одна причина, по которой компании создают параллельные бизнесы, заключается в увеличении потоков доходов. Диверсификация на новые рынки или запуск новых продуктов или услуг позволяет компаниям получить новые источники дохода, что может способствовать поддержке и росту их бизнеса. Диверсификация также позволяет компаниям воспользоваться преимуществами новых тенденций или технологических достижений за счет перехода в смежные области. Это может помочь компаниям оставаться конкурентоспособными и обеспечить долгосрочный рост.

Кроме того, диверсификация в параллельные бизнесы может помочь компаниям выйти на новые рынки и географические регионы. Создавая параллельные предприятия в разных географических точках, компании могут получить доступ к новым клиентам, поставщикам и каналам сбыта, что поможет им расширить сферу влияния и увеличить свой бизнес.

Диверсификация может помочь компаниям достичь экономии на масштабе и объеме, уменьшить зависимость от конкретного рынка или поставщиков и помочь достичь стабильности и долгосрочной устойчивости. Диверсифицируясь на новые рынки или продукты, компании могут распределить свои накладные расходы и постоянные затраты на более широкий спектр операций, что может помочь снизить затраты и повысить эффективность. Более того, имея несколько параллельных бизнесов, компании могут распределить свои риски по различным рыночным условиям, что может помочь им сохранить стабильные потоки доходов, даже если одно из их подразделений испытывает трудности. [12]

Диверсификация параллельных бизнесов может обеспечить компаниям защиту от воздействия внешних факторов, таких как экономический спад, изменения в предпочтениях потребителей или технологические сдвиги. Имея несколько потоков доходов, компании могут быть лучше подготовлены к

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бариленко, В.И. Основы бизнес-анализа. Учебное пособие для магистратуры / В.И. Бариленко. - М.: КноРус, 2018. - 522 с.
2. Валерий, Людвигович Иваницкий Основы бизнес-моделирования сми 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата / Валерий Людвигович Иваницкий. - М.: Юрайт, 2016. - 845 с.
3. Горемыкин, В. А. Энциклопедия бизнес-планов. Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2016. - 568 с.
4. Дебелак, Дон Бизнес-модели. Принципы создания процветающей организации / Дон Дебелак. - М.: Гребенников, 2020. - 256 с.
5. Жариков, В. Д. Основы бизнес-планирования в организации. Учебное пособие / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. - М.: КноРус, 2016. - 200 с.
6. Запиркин, Д. Развитие бизнеса. Ваш успех - это ваше решение / Д. Запиркин. - М.: Феникс, 2018. - 560 с.
7. Катъкало, В. С. Основы бизнеса / В.С. Катъкало, А.Ю. Панибратов. - М.: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2016. - 296 с.
8. Кэссон, Герберт Деловая наука Герберта Кэссона (эксклюзивное подарочное издание) / Герберт Кэссон. - М.: Старая книга, 2020. - 396 с.
9. Логинова, Е.Ю. Искусство управления в малом бизнесе / Е.Ю. Логинова. - М.: Дашков и К°, 2021. - 213 с.
10. Мейер, Кристофер Живая организация. Компания как живой организм. Грядущая конвергенция информатики, нанотехнологии, биологии и бизнеса / Кристофер Мейер, Стэн Дэвис. - Москва: СПб. [и др.]: Питер, 2016. - 368 с.
11. Мичелли, Джозеф Правила Zappos. Технологии выдающейся интернет-компании / Джозеф Мичелли. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 748 с.
12. Основы бизнеса. - М.: Сибирское университетское издательство, 2011. - 310 с.
13. Райзберг, Б.А. Основы бизнеса / Б.А. Райзберг. - М.: Ось-89, 2019. - 305 с.
14. Рубин, Ю. Б. О конструктивной теории конкуренции в предпринимательстве / Ю.Б. Рубин. - М.: Синергия, 2017. - 554 с.
15. Сборник Один путь начала собственного дела / Сборник. - М.: АВТОР, 2017. - 162 с.
16. Черняк, В. З. Бизнес-планирование / В.З. Черняк. - Москва: СПб. [и др.]: Питер, 2021. - 470 с.

17. Сухова, Л. Ф. Анализ финансового состояния и бизнес-план торговой организации потребительской кооперации / Л.Ф. Сухова, В.Н. Глаз, Н.А.
18. Чернова. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 288 с.
- Бакшт, К. Продажи и производство. Враги или партнеры? / К. Бакшт. - М.: Питер, 2021. - 894 с.
19. Ярочкин, В.И. Основы безопасности бизнеса и предпринимательства / В.И. Ярочкин. - М.: Академический проект, 2015. - 162 с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/315305>