

СКРИПНИК

Наталія Анатоліївна
redrenard17@gmail.com

УДК 338.33

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

СКАЛОЗУБ

Марія Ігорівна
skall4483@gmail.comDIVERSIFICATION AS A PART OF
COMPANY MANAGEMENTстарший викладач,
Одеський національний
політехнічний університетстудент, Одеський
національний політехнічний
університет

Стаття присвячена визначенню сутності диверсифікації діяльності підприємства як елемента управління підприємством, що є основою розвитку підприємства в мінливих умовах ринкового середовища. У статті розкрито поняття диверсифікації та наведені необхідні заходи для успішної диверсифікації.

Статья посвящена определению сущности диверсификации деятельности предприятия как элемента управления предприятием, которая является основой развития предприятия в изменчивых условиях рыночной среды. В статье раскрыто понятие диверсификации и приведены необходимые мероприятия для успешной диверсификации.

The article is devoted to the definition of the essence of diversification of the enterprise's activity as an element of enterprise management, which is the basis of the enterprise development in the changing conditions of the market environment. The article reveals the concept of diversification and provides necessary measures for successful.

Ключові слова: диверсифікація, ринкове середовище, концентрична диверсифікація, горизонтальна диверсифікація, конгломератна диверсифікація

Ключевые слова: диверсификация, рыночная среда, концентрическая диверсификация, горизонтальная диверсификация, конгломератная диверсификация

Keywords: diversification, market environment, concentric diversification, horizontal diversification, conglomerate diversification

ВСТУП

Підприємство, як складна відкрита соціо-технічна система, що функціонує в нестабільному ринковому середовищі, потребує постійного корегування своєї роботи з метою найбільш ефективною адаптації до мінливих умов ринку. Успішність адаптації підприємства залежить від багатьох важливих аспектів його існування: напрямів діяльності, технологій, які використовуються, якості планування, розробки стратегій виробництва.

За умов постійного прискорення економічних процесів, що спостерігається в останні десятиріччя, особливо важливим для підприємства є збереження балансу виробництва матеріальних і нематеріальних благ та розподілу ресурсів. Різниця у інтенсивності розвитку окремих галузей, ринків та підприємств призводить до необхідності диверсифікації.

Вивченням різних питань диверсифікаційних процесів займається багато як українських, так і іноземних вчених та діячів економічної сфери, серед яких Ф. Котлер, М. Горт, Р. Кунц, Н.В. Куденко, Н.Б. Рудик, М.О. Багорка, І.А. Білоткач, О.А. Ковтун, С.С. Александров, Н.В. Бутенко [1-5] та інші спеціалісти.

МЕТА РОБОТИ полягає в дослідженні диверсифікації як важливого елементу управління підприємством.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є методичні та інструктивні матеріали з

питань економіки, менеджменту та маркетингу, наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів, матеріали періодичної преси, ресурси Internet.

РЕЗУЛЬТАТИ

Диверсифікація є важливим елементом розвитку підприємства, вона є досить складним та багатограним процесом. Від ефективності проведення диверсифікації тих чи інших аспектів діяльності підприємства залежать його подальші перспективи на ринку, на якому підприємство планує здійснювати свою діяльність.

Багатогранність диверсифікаційних процесів доводить, що існує багато визначень цього терміну розроблених відомими українськими та іноземними науковцями та діячами економіки. Деякі їх приклади наведені в табл. 1.

Проаналізувавши дані отримані з наведених джерел, можна зробити висновок, що диверсифікація може торкатись різних сторін діяльності підприємства, але вона неминує несе зміни до його структури, виробництва, маркетингової та закупівельної політики, інших складових господарської діяльності.

Диверсифікація – складний та багатограний процес, тому воно може здійснюватись у багатьох напрямках та декількома способами. Визначитися з необхідним видом диверсифікації можна за допомогою складених класифікацій, найбільш відомою серед яких є класифікація за Ф. Котлером, (відомим американським економістом).

Визначення поняття «диверсифікації»

№	Автор	Визначення
1	І. Ансофф	Диверсифікація – стратегія, яка дає підприємству змогу використовувати наявні переваги в нових галузях діяльності за умов суттєвої мінливості середовища господарювання [1].
2	М. Горт	Диверсифікація – одночасне обслуговування компанією декількох ринків [2].
3	Ф. Котлер	Диверсифікація не передбачає того, що фірма повинна хапатися за перший ліпший шанс. Підприємство повинно визначити для себе напрямок, в якому зможе застосувати набутий нею досвід, або напрямок, який посприє усуненню недоліків на сьогоднішній день [3].
4	Н. В. Куденко	Диверсифікація – стратегія, за якої передбачається вихід організації в раніше невідомі для нього сфери бізнесу [4].
5	Р. Кунц	Диверсифікація має на увазі визначення того виду діяльності (продукції), яка дозволить максимально ефективно втілити конкурентні переваги підприємства [5].
6	М. О. Багорка І. А. Білоткач	Диверсифікація – це одночасний розвиток декількох або багатьох, не пов'язаних між собою технологічних видів виробництва або обслуговування, збільшення асортименту виробництва або послуг [6].
7	Є. І. Богуславський А. О. Черниченко	Диверсифікація діяльності підприємства передбачає створення розмаїття бізнесу фірми за допомогою виходу підприємства на нові сектори ринку і збільшення галузевого діапазону його діяльності [7].

Дана класифікація визначає три види диверсифікацій: концентричну, або вертикальну, горизонтальну та конгломератну [3].

Концентрична (вертикальна) передбачає виробництво продукції, яка як в технологічному так і в маркетинговому аспектах пов'язана з наявною продукцією. Вона надає підприємству деякі переваги, наприклад – можливість контролю всього виробничого ланцюга (від сировини до готового виробу), а ще забезпечення надійності поставок ресурсів. Основний недолік цього типу в тому, що для безперервного вдосконалення виробництва необхідні відносно великі витрати.

Горизонтальна має на увазі охоплення нових ринків та галузей підприємництва, які відповідають потребам споживачів, які вже наявні у фірми. Ефект даного виду диверсифікації полягає в тому, що сфери бізнесу, якими займається компанія, є взаємопідсилюючими (тобто можливо досягнути синергії – отримати більшу віддачу від сукупності видів діяльності, ніж від окремих видів). Головним ризиком при виборі горизонтальної диверсифікації є ризик скорочення всебічно засвоєного ринку, що призведе до необхідності докорінно змінити сферу діяльності.

Конгломератна передбачає збільшення асортименту продукції за рахунок виробництва нових для компанії видів продукції, які не мають ні технологічного, ні маркетингового зв'язку з продукцією, випуском якої підприємство займається зазвичай. Така стратегія дозволяє: охопити декілька незалежних ринків, але потребує найбільших фінансових витрат, дозволити їй собі можуть лише великі та прибуткові компанії.

Усі види диверсифікації мають свої переваги та недоліки, тому підприємство повинне знайти найбільш прийнятний для себе виходячи зі своїх цілей та сьогоденних можливостей.

Для отримання необхідного економічного ефекту від диверсифікації його діяльності підприємство повинно бути спрямоване на втілення сукупності деяких заходів, серед яких:

- підвищення розміру витрат на наукові та дослідницькі розробки;
- збільшення кількості наукоємних і капіталомістких виробництв;
- придбання недоступних раніше нематеріальних активів, які забезпечують інноваційну конкурентоспроможність;
- поновлення товарів та доречний випуск їх на ринок;
- маневрування на ринках різних сфер виробництва;
- покращення асортименту та якості продукції;
- раціоналізація системи постачання;
- вдосконалення форм привернення та роботи зі споживачами [8].

Подібні заходи є завжди корисними для розвитку підприємств і кожне підприємство, яке бажає розвиватися та покращувати показники своєї діяльності повинне знаходити ресурси для проведення цих заходів.

Якщо підприємство здійснює такі заходи, воно отримує значні можливості розвитку та покращення своїх конкурентних позицій, а саме [8]:

- скорочення фінансових та підприємницьких ризиків;
- залучення раніше не використовуваних сучасних технологій;
- збільшення частки ринку;
- підвищення мобільності капіталу;
- погіршення позиції сфери конкурентів;
- отримання прибутку та стабільне положення.

ВИСНОВКИ

У мінливих умовах ринкового середовища підприємствам доводиться вдаватися до різноманітних

приймів та способів покращення свого становища. Одним з них є диверсифікація. Вона дає змогу підприємству не тільки отримати захист від несприятливих наслідків коливань навколишнього середовища, але й покращити позиції підприємства; відкриває перед ним нові горизонти, робить його сильнішим та стійкішим. Необхідно правильно обрати той тип диверсифікації, що найбільше підходить підприємству, може бути реалізованим та принести бажаний ефект.

Проведення диверсифікації, звісно, потребує деяких витрат коштів та ресурсів, їхній розмір залежить від типу та масштабу диверсифікації, але при грамотній підготовці та втіленні у життя, диверсифікація діяльності підприємства здатна забезпечити йому стійкий та впевнений шлях до розвитку та процвітання.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Ансофф И. – СПб.: «Питер», 1999. – 416 с.
2. Gort M. Diversification and integration in American industry. – Princeton, Princeton University Press, 1962
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф.; [пер. с англ. Е. М.Пеньковой]. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
4. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: монографія / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
5. Кунц Роджер М. Стратегия диверсификации и цели предприятия / Роджер М. Кунц // Проблемы теории и практики управления. – 1994. – № 1. – с. 5-8.
6. Багорка М.О., Білоткач І.А. Диверсифікація як фактор підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах// «Інвестиції: практика та досвід» – 2009 –№ 10, –с. 17-21
7. Богуславський Є.І., Черниченко А.О Вибір оптимального методу диверсифікації підприємств// «Ефективна економіка» – 2013 –№ 10.
8. Цогла О.О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності // «Актуальні проблеми економіки» – 2006 – №4(58) – ст. 104-109.