

Коренюк Л.М.

аспірант,

Науковий керівник: Нестерчук Ю.О.

доктор економічних наук, професор,

декан факультету економіки і підприємництва,

Уманський національний університет садівництва

ПРИЧИНИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія диверсифікації – освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми галузі [1, с. 17]. Стратегія диверсифікації полягає в розробці нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. Товари можуть бути новими для всіх підприємств, що працюють на цільовому ринку, або тільки для окремого підприємства. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість фірми у віддаленому майбутньому.

Якщо немає гострої необхідності, керівники підприємства, як правило, зосереджуються виключно на розв'язанні оперативних та адміністративних господарських проблем. Займатися диверсифікацією підприємства змушує низка причин, серед яких одними з головних є прагнення зменшити або розподілити ризик, а також прагнення піти з ринків, що стагнують, та отримати фінансові вигоди від роботи в нових галузях. Останні два чинники – стагнуючий ринок і прагнення освоїти нові галузі діяльності – є головними причинами диверсифікації українських підприємств. Диверсифікація передбачає виявлення саме того виду діяльності, в якому можна найбільш ефективно реалізувати конкурентні переваги підприємства [2, с. 35].

Диверсифікація має свої позитивні та негативні сторони. Головна небезпека диверсифікації пов'язана з розпиленням сил, а також з проблемами управління диверсифікованими підприємствами. Ця проблема привела до розвитку методів портфельного аналізу. Стратегія диверсифікації реалізується тоді, коли фірма далі не може розвиватися на ринку в межах окремої галузі.

Основними стратегіями диверсифікації є:

а) стратегія концентрованої диверсифікації, яка базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, що укладені в існуючому бізнесі; тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, що існують на ринку, використаній технології або ж інших сильних сторонах функціонування фірми;

б) стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, відмінної від використаної; за такої стратегії фірма повинна орієнтуватися на виробництво таких технологічно не зв'язаних продуктах, які б використовували вже наявні можливості фірми; тому що новий продукт має бути орієнтований на споживача основного продукту, по своїх якостях він має бути супутнім продуктам, що вже виробляються;

в) стратегія конгломеративної диверсифікації полягає в тому, що фірма розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов'язаних товарів, що реалізуються на нових ринках; це одна з найскладніших для реалізації стратегій розвитку; дуже часто ця стратегія реалізується шляхом придбання підприємств, а не створенням нових підприємств для роботи на незнайомому ринку [3, с. 45].

Основними факторами, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації, є:

а) ринки для здійснюваного бізнесу виявляються в стані насичення або ж скорочення попиту на продукцію внаслідок того, що продукт перебуває в стадії вимирання;

б) новий бізнес може викликати синергічний ефект, наприклад, за рахунок кращого використання устаткування, сировини тощо. В сучасних умовах ефект синергії відводить на другий план ефект масового виробництва однорідної продукції. Суть ефекту синергії полягає при диверсифікації в тому, що виробництво багатьох видів продукції в межах одного інтегрованого підприємства вигідніше, ніж виробництво тих же видів продукції на невеликих спеціалізованих підприємствах;

в) антимонопольне регулювання не дозволяє подальшого розширення бізнесу в межах окремої галузі;

г) можуть бути скорочені втрати від податків;

д) може бути полегшений вихід на світові ринки;

е) можуть бути залучені нові кваліфіковані службовці (оптимально використаний потенціал наявних менеджерів) [4, с. 135].

Диверсифікація забезпечує значну економію на базі багатоцільового спільного використання виробничих потужностей підприємства. Витрати знижуються завдяки концентрації збутової мережі. Інший істотний резерв економії – внутрішній фірмовий трансферт інформації, знань, технічного й управлінського досвіду від одних виробництв до інших. До цього додається ефект, який досягається завдяки багатобічній підготовці працівників і розмаїтості одержуваної ними інформації.

Список використаних джерел:

1. Багорка М. О. Диверсифікація як фактор підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах / М. О. Багорка, І. А. Білоткач // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 10. – 121 с.
2. Ковтун О. А. Основні підходи до визначення цілей та типів диверсифікації виробництва / О. А. Ковтун // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – № 22. – 138 с.
3. Корінько М. Д. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 6. – 182 с.
4. Пересадько Г. О. Управління диверсифікаційною політикою у контексті концепції інноваційного розвитку / Г. О. Пересадько, В. А. Цимбал // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 1. – 245 с.

Левицька С.А.

аспірант,

Херсонський державний університет

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Кризове становище в країні та нестабільність в економічній сфері вплинула на діяльність багатьох підприємств і установ. В таких складних умовах виникають такі явища, як: відтік інвестицій, спад виробництва, недобросовісна конкуренція, шахрайство, корупція, рейдерство, криміналізація суспільства, влади та бізнесу. І для стабільного функціонування та зростання економічного потенціалу будь-якого підприємства потрібно формувати систему економічної безпеки. Саме тому перед більшістю суб'єктів господарювання гостро постала проблема створення дієвої системи, здатної забезпечити зниження рівня загроз для підприємств у майбутньому. Багато науковців приділили увагу цьому питанню в своїх працях. Серед вітчизняних і зарубіжних учених-економістів немає єдиного визначення терміну «економічна безпека». Водночас, принципових розходжень у підходах до трактування змісту цієї економічної категорії немає.

Так, Д. Ковальов, Т. Сухорукова визначають економічну безпеку підприємства як «захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також як здатність до швидкого подолання загроз або пристосування до умов існування, що не відображаються негативно на його діяльності» [4, с. 48].