

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Шолох Н.О., nataly_sholokh@ukr.net

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д.К. Моторного

У господарській діяльності можуть бути зарекомендовані різні стратегічні варіанти розширення та розвитку підприємств в сучасних ринкових умовах. Одним з популярних варіантів є диверсифікація. Існує багато визначень поняття «диверсифікація». Найбільш поширеним економічним трактуванням цього поняття є паралельний розвиток кількох не взаємозв'язаних технологічних видів виробництва і (або) обслуговування, розширення асортименту вироблених виробів і (або) послуг.

Диверсифікація допомагає підприємствам залишатися конкурентоспроможними при несприятливих економічних умовах. Відбувається це за рахунок впровадження широкого асортименту товарів та послуг: отримання збитку від неприбуткових виробів (тимчасово, особливо за новими) підприємство компенсує зростанням прибутку від альтернативних товарів.

Виділяють такі основні види диверсифікації: вертикальна (концентрична), горизонтальна та конгломеративна диверсифікація.

Вертикальна диверсифікація — впровадження виробництва таких товарів (або послуг), які з технологічного та маркетингового боку пов'язані з існуючою діяльністю підприємства.

Вертикальної диверсифікації має такі позитивні моменти: • з'єднання координації дій з великими можливостями контролю; • стійкість господарських зв'язків у межах підприємства; • надійне постачання матеріально-технічних ресурсів; • тісна комунікація з кінцевими споживачами. Є і негативні сторони, однією з них ймовірність погіршення стану всієї діяльності підприємства внаслідок негативного зовнішнього впливу на один з підрозділів.

Яскравим прикладом використання вертикальної стратегії диверсифікації є ТОВ «Агро-Сервіс» (м. Мелітополь). Видами діяльності підприємства є реалізація сільськогосподарської техніки та запасних частин на південному сході України, вирощування сільськогосподарської продукції, виробництво борошна та хлібобулочних виробів, реалізація готової продукції у власній мережі кіосків «Хлібороб». Тобто на підприємстві здійснюється весь цикл виробництва - від вирощування пшениці до реалізації готового виробу кінцевому споживачу.

Горизонтальна диверсифікація націлена на вихід у нові сфери діяльності, які пов'язані із задоволенням потреб для існуючих споживачів фірми. Відбувається це шляхом отримання від своїх споживачів необхідної корисної інформації, яку можна використовувати при розробці нового виду продукції. Конгломеративна диверсифікація — характеризується виходом підприємства на нові сфери діяльності, які ніяк не пов'язані з існуючою діяльністю та потребами існуючих у підприємства споживачів. Для цього виду диверсифікації підприємству потрібно більше фінансових витрат, аніж при вертикальній та горизонтальній. Тому конгломеративна диверсифікація є оптимальним варіантом лише для великих фірм.

Будь-яке підприємство повинно використовувати диверсифікацію з найвищою для себе користю і найнижчим ризиком, тобто вибрати такий варіант вкладення капіталу, який забезпечить отримання максимального розміру прибутку і забезпечить фінансову стійкість діяльності фірми. Для цього потрібно враховувати всі переваги та недоліки цього процесу.

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. — 2009. — №10. — С. 17 — 21.

2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2005.

Науковий керівник: Лисак О.І. к.е.н., доцент