

Соколюк К. Ю.

кандидат економічних наук, доцент

Арутюнян Б. А.

студент

Одеський національний технологічний університет

м. Одеса, Україна

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

Термін «Диверсифікація» є доволі різностороннім і, як правило, включає в себе: тлумачення категорії „диверсифікації” виробництва; завдання диверсифікації; явища, що спричинили диверсифікацію; розподіл диверсифікації за видами; відмінності диверсифікації промислових підприємств; плюси та мінуси диверсифікації виробництва; фактори, під впливом яких формується механізм управління стратегіями диверсифікації виробництва. Проаналізувавши підходи до визначення диверсифікації слід визнати, що є доволі багато поглядів щодо її сутності та змісту [1].

Формування різних поглядів на дане поняття обумовлено тим, що існує система факторів як макро- так і мікрооточення, що впливають на діяльність суб'єкта підприємництва. Перш за все, диверсифікація передбачає комплекс дій направлених на уникнення кризових явищ обумовлених впливом неконтрольованих факторів.

Фінансово – банківський словник визначає диверсифікацію як розширення асортименту, видозміну продукції, освоєння нових виробництв [2].

Слід зазначити, що на сьогодні теоретична основа концепції диверсифікації є досить неоднорідною і не має універсальності, що ускладнює її застосування на практиці. В першу чергу, йдеться про методологічне підґрунтя дослідження диверсифікації діяльності підприємницьких мереж у торгівлі.

Аналіз визначень поняття «диверсифікація», що наведені в науковій літературі, свідчить, що більшість із них ілюструє діяльність підприємств різних сфер виробництва. При цьому одні роблять акцент на необхідність досягнення цілей, а саме, зниження ризику втрати доходу та капіталу, інші – «на засоби досягнення цих цілей (відкриття компаній, що працюють у різних галузях, розширення сфер діяльності на ринках нових товарів, проникнення у нові сфери виробництва)» [2].

Тому, можна узагальнити всі погляди на сутність диверсифікації всіх науковців та вчених на рис.1.

На вибір правильної стратегії треба витратити багато часу, тому що на нього впливає безліч факторів, а саме: переваги споживачів, звички покупців, технологічні зміни, вплив діяльності конкурентів, потреби в залученні інвестицій, прогнозований прибуток, фінансово-економічні можливості (умови) підприємства, проведення оцінки кваліфікаційних та управлінських якостей щодо їх достатньої вагомості для досягнення успіху на ринку, диверсифікація, особовий склад управлінського персоналу та його цілеспрямованість, державні

акти регулювання, відповідальність підприємства перед суспільством або пайовиками, а також соціальні, політичні та культурні умови, які обмежують або розширюють спектр дії підприємства.

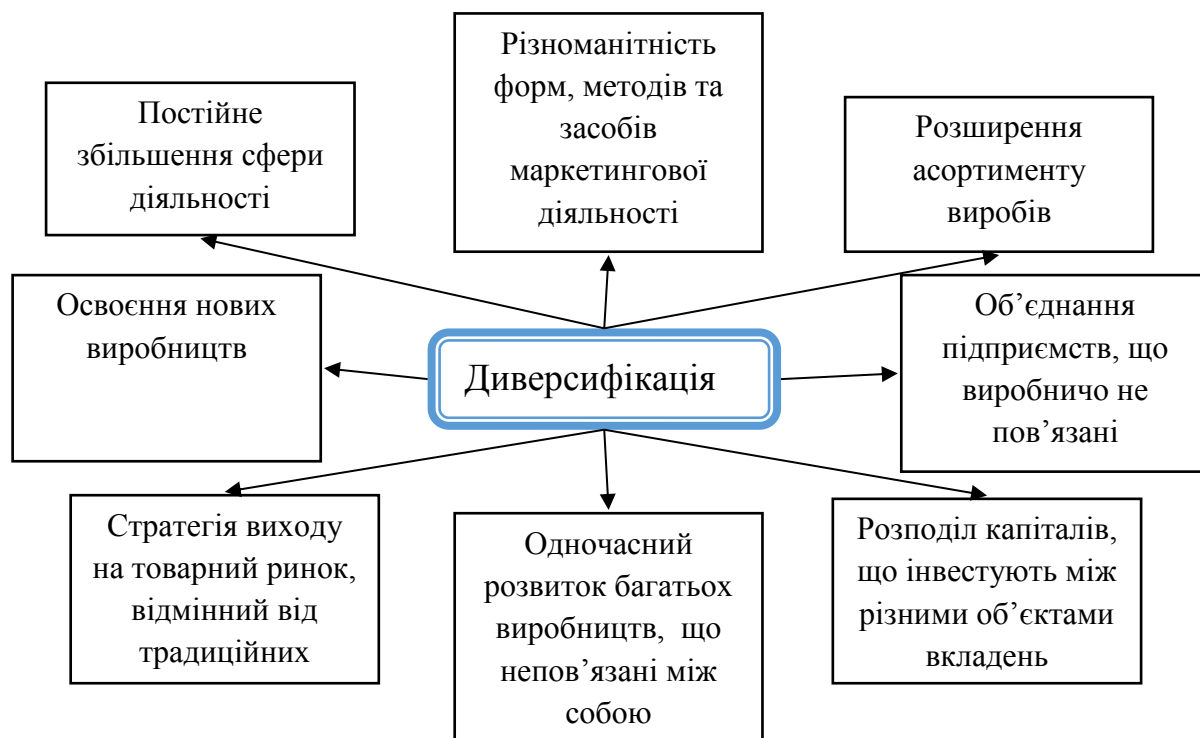


Рис. 1. Різноманітність поглядів всіх науковців та вчених на сутність диверсифікації

Отже, диверсифікація – це розширення меж економічної діяльності, заглиблення в інші сфери діяльності, які пов'язані або не пов'язані з основним напрямком діяльності, тобто проникнення підприємства в інші сфери та галузі господарювання, що пов'язані з залученням інвестиційних ресурсів господарюючих суб'єктів не лише для збільшення виробництва основної продукції, а й для організації нових видів виробництва.

Література:

1. Пересадько, Г.О. Управління стратегіями диверсифікації промислових підприємств: *Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук*. наук.кер.:доктор економічних наук, професор Ілляшенко Сергій Миколайович, Суми : Сумський державний університет, 2008. 254 с.
2. Цогла О.О. Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 4. С.109—115.