Павленко О.С., (ФЕтаУ, магістрант)

### Особливості техніко-економічного об[Ґ](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0CGYQFjAH&url=http%3A%2F%2Fhrinchenko.com%2Fslovar%2Fznachenie-slova%2F11065-gazda.html&ei=YOpQU_2QOs7T4QSuqYH4DQ&usg=AFQjCNHKcrAgt3c5e9emO8JRBdCvlwulCQ&bvm=bv.65058239,d.bGE)рунтування проектів диверсифікації в сучасних умовах

Здійснення диверсифікації обумовлено підвищенням динамічності ринкової економіки, швидкими змінами попиту, виникненням великої кількості нових галузей та ринків. В таких умовах диверсифікація діяльності дозволяє компенсувати падіння збуту на одному ринку за рахунок збільшення його на інших ринках. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства в цілому більш стійкі та конкурентоспроможні в порівнянні з вузькоспеціалізованими, так як вони проникають в нові для себе сфери діяльності, розширюють асортимент товарів.

Обґрунтування необхідності і можливості диверсифікації діяльності підприємства на перспективу відбувається за допомогою відповідної стратегії диверсифікації. Фахівцями стратегічного планування доведено, що для її впровадження необхідно провести стратегічний аналіз, а також пройти декілька етапів для поступового переходу від концепцій до конкретних організаційно-технічних заходів. Для впровадження стратегії диверсифікації на підприємстві, можна запропонувати етапи її реалізації в певній послідовності, представленій у вигляді укрупненого алгоритму управління стратегіями диверсифікації діяльності підприємств.

1. Аналіз ситуацій на ринку та визначення позицій аналізованого підприємства на ньому.

2. Визначення доцільності диверсифікації діяльності на основі аналізу проблем, які вона допоможе розв’язати. Відповідно до цього формулювання мети і завдань диверсифікації.

3. Визначення найбільш прийнятних стратегій диверсифікації та їх укрупнений аналіз.

4. Вибір методики детального аналізу, критеріїв та їх показників для оцінки стратегій диверсифікації з метою оптимізації їх вибору.

5. Формування інформаційної бази аналізу.

6. Вибір найбільш раціональної для конкретного підприємства у конкретних ринкових умовах (з урахуванням перспектив їх розвитку) стратегії диверсифікації.

7. Деталізація стратегії по цілям, етапам, термінам, результатам.

8. Розробка системи заходів щодо контролю і оцінки результатів.

З урахуванням принципів та видів диверсифікації краще всього використовувати дві групи стратегій: внутрішнього та зовнішнього зростання. Внутрішнє передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. До даної групи відносяться стратегії конгломеративної та концентричної диверсифікацій, а в межах останньої виділяють горизонтальну та вертикальну диверсифікації. Освоєння випуску нових продуктів, які не співпадають з традиційним профілем організації – цільове призначення конгломеративної диверсифікації, яка застосовується за таких умов: коли в базовій галузі відбувається зниження обсягів реалізації та коли існуючі ринки для продукту організації є вже дуже насиченими. Що до концентричної диверсифікації, то вона являє собою освоєння основних видів діяльності, які співпадають з профілем організації. Її застосування має сенс, коли: або нові профільні продукти можуть пропонуватися на ринку за досить високими конкурентними цінами, або традиційні продукти знаходяться на стадії завершення їх життєвого циклу, крім того організація має володіти сильною управлінською командою.

Типовими ситуаціями для застосування горизонтальної диверсифікації є: коли доповнення нових, але водночас непрофільних продуктів могло би істотно покращити реалізацію традиційних; коли організація функціонує у високо конкурентному і/або нерозвинутому бізнесі та коли традиційні канали збуту можуть бути використані для просування на ринок нових продуктів. Вертикальна, в свою чергу, реалізовується у випадках, коли: по-перше, фірма має намір звернутися до більш ранніх стадій діяльності; по-друге, конкурує в галузі, яка швидко зростає (очікується розширення ринків збуту) і, по-третє, коли фірма має намір звернутися до наступних стадій діяльності.

Зовнішнє зростання передбачає об'єднання підприємств, пов'язаних або непов'язаних технологічним ланцюжком. Даній групі відповідає стратегія спільного підприємства, яка полягає в об’єднанні з іншою компанією для проведення робіт над спеціальним проектом. Вона застосовується, коли дві або більше компанії, що спеціалізуються в різних бізнесах, об’єднуються, щоб доповнити одна одну, або коли існує потреба швидкого виходу на світовий ринок чи ринок нової технології.

У якості оціночних критеріїв, за якими приймають рішення про раціональність (нераціональність) і, відповідно, доцільність (недоцільність) відбору конкретної стратегії, застосовують:

- рівень платоспроможного попиту на товари (вироби чи послуги) підприємства (більше значення краще);

- рівень рентабельності діяльності (більше значення краще);

- рівень ризику (менше значення краще);

- зростання адаптаційних можливостей підприємства до змін ситуації на ринку (більше значення краще);

- рівень конкурентоспроможності (більше значення краще);

- рівень використання стратегічного потенціалу підприємства (більше значення краще).

Отже, підприємство повинно здійснювати диверсифікацію з найбільшою для себе користю і найменшим ризиком, тобто вибрати оптимальний варіант вкладення капіталу із максимально можливим прибутком і забезпеченням фінансової стійкості підприємства.

**Література**

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. Корінько М.Д. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб’єктів господарювання// Актуальні проблеми економіки - 2008.- №6.- С. 135-142

3. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія/ Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

4. Пересадько Г*.* О*.* Управління стратегіями диверсифікації промислових підприємств : дис. канд. економ. наук : 08.00.04 / Пересадько Галина Олександрівна. – Суми, 2008. **–** 254 с.

5. Скоробогатов М. М., Диверсифікація як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах// Актуальні проблеми економіки - 2011.- №6.- С. 126-138.

6. Цогла О.О. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - №5. - С. 149-152.