

УДК 338.33

Логінська Н.– ст. гр. БФМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ

Науковий керівник: ст. викл. Гевко В.Л.

Із становленням та розвитком в Україні ринкової економіки, актуальним стає питання стратегічного управління діяльністю підприємства. Стратегічне управління передбачає розробку стратегії підприємства для досягнення ним поставлених цілей, забезпечення його процвітання та конкурентних переваг.

Стратегія диверсифікації підприємства є найпоширенішим способом його розвитку, яка полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки.

Традиційно виділяють три різновиди диверсифікації:

- стратегія концентричної диверсифікації – передбачає поповнення власної номенклатури товарів, які з технічної точки зору схожі на вже існуючі товари фірми;
- стратегія горизонтальної диверсифікації – передбачає поповнення власного асортименту товарами, які невластиві для підприємства, але можуть викликати інтерес у його клієнтів;
- стратегія конгломератної диверсифікації – передбачає поповнення асортименту товарами, які не мають ніякого відношення ні до технології, яку застосовує компанія, ні до її товарів та ринків збуту.

Основним завданням розробки стратегії диверсифікації є забезпечення оптимального співвідношення між прибутковістю та рівнем ризику.

Основними цілями підприємства для всіх напрямів диверсифікації є:

- зниження ризиків невизначеності зовнішнього середовища;
- можливість забезпечити соціальну й економічну стабільність, запобігання кризи підприємства;
- забезпечення повного використання всіх видів ресурсів;
- одержання синергійного ефекту у зв'язку з підвищенням ринкового потенціалу;
- підвищення іміджу підприємства.

Ефективність диверсифікації в значній мірі залежить від своєчасної переорієнтації діяльності підприємства на виробництво тих видів товарів (виконання робіт, надання послуг), які будуть користуватися попитом, та потенціалу підприємства для забезпечення їх високої конкурентоздатності.

Більшість успішних закордонних підприємств на сьогодні – широко диверсифіковані підприємства (General Electric, Mittal Steel Company, Ford Motor та інші). Найбільшого ступеня диверсифікації досягли концерни Німеччини і Японії, які відносяться до багатогалузевих компаній. Таким чином, розробка стратегії диверсифікації є одним із напрямів розвитку підприємства, підвищення конкурентоздатності та забезпечення його стабільності.