

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В економічній науці проблема конкурентоспроможності, як сукупності притаманних економіці певної країни факторів, здатних забезпечувати пропозицію товарів і послуг, виготовлених за найкращих умов, є однією із найважливіших, оскільки саме в її межах вирішується чимало важливих проблем соціального та економічного розвитку країни. У сучасних умовах, коли кількість підприємств, що пропонують свої товари і послуги, постійно зростає, забезпечення і збереження належного рівня конкурентоспроможності є ключовим завданням кожного вітчизняного підприємства, котре прагне зміцнити свої позиції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Найбільш узагальнено конкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у нестабільному зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства ґрунтується на:

- конкурентних перевагах підприємства;
- здатності підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку;
- позиції даного підприємства відносно конкурентів.

Одним із способів забезпечення і збереження підприємствами конкурентних переваг є диверсифікація його діяльності. Проблематика визначення ефективності диверсифікації досліджувалася такими вченими, як А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, Р. Гріфін, І. Ансофф, Г. Мінцберг, М. Портер, Ч. Беррі та інші. Водночас, складність диверсифікації як економічного явища обумовлює доцільність подальших досліджень щодо ідентифікації сутності та визначення ключових форм / напрямів диверсифікації.

Якщо систематизувати визначення поняття диверсифікації вітчизняними та зарубіжними вченими, то їх можна звести до наступного: «диверсифікація» – це розширення номенклатури товарів (послуг) підприємства за рахунок споріднених чи нових, які можуть виготовлятися і збуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності фірми в абсолютно нових для неї галузях. Крім того, в частині зарубіжних публікацій диверсифікацію розглядають як засіб управління фінансовими та операційними ризиками та як один з напрямів стратегічного розвитку підприємств. Серед існуючих вітчизняних трактувань найбільш адаптованими до сучасних умов є наступні визначення диверсифікації:

- стратегія, яку вибирають фірми, що прагнуть вижити, підвищити ефективність та знизити ризик за рахунок освоєння нових напрямів діяльності;
- елемент антикризового управління, який включає в себе, як розширення асортименту виробленої продукції або спектра наданих послуг, так і вихід за межі основної діяльності, з метою забезпечення стабільних умов функціонування підприємства за рахунок, насамперед, внутрішніх резервів інноваційного розвитку.

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можемо стверджувати, що диверсифікація є інструментом стратегічного розвитку підприємства, що забезпечує розширення сфери його діяльності на інші, споріднені або неспоріднені, напрями. Залежно від того, за рахунок яких саме видів діяльності / видів продукції / послуг відбувається таке розширення, прийнято виділяти форми диверсифікації:

1. Вертикальна або концентрична диверсифікація – передбачає розширення існуючого спектру видів діяльності за рахунок таких, що пов'язані із існуючими за технологічним циклом. Наприклад, для сільськогосподарського підприємства, що здійснює вирощування пшениці, вертикальна диверсифікація передбачатиме виробництво борошна.

2. Горизонтальна диверсифікація – передбачає освоєння нових видів діяльності, які не пов'язані із існуючими за технологічним циклом, проте орієнтовані на тих самих споживачів. Наприклад, для виробника одягу прикладом реалізації стратегії горизонтальної диверсифікації буде запровадження виробництва взуття для існуючого сегменту споживачів.

3. Конгломератна диверсифікація – базується на розширенні існуючого асортименту за рахунок видів продукції / послуг, які жодним чином не пов'язані з поточним предметом діяльності підприємства. Наприклад, виробник макаронних виробів може запровадити надання транспортних послуг з вантажного перевезення. Конгломератна диверсифікація є найбільш складною формою та вимагає значних ресурсів, тож, зазвичай, реалізується великими підприємствами із вагомим потенціалом.

Отже, диверсифікація є важливим інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємства у сучасних змінних умовах, та вирішує завдання, пов'язані із збільшенням обсягів доходів та прибутку підприємств. Залежно від існуючої ринкової ситуації, а також від наявних ресурсів підприємства можуть впроваджувати різні форми диверсифікації.