

Диверсифікація як один із елементів економічного зростання підприємства

Гладка А.В.

магістрант факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «ХАІ»

Стаття присвячена аналізу стратегії диверсифікації. Проведено аналіз джерел літератури, виділені основні види та особливості, переваги та недоліки диверсифікації. У статті показується, що сьогодні необхідна єдина стратегія, за допомогою якої може бути забезпечена оптимізація виробництва і досягнута економічна стабільність підприємства.

Ключові слова: диверсифікація, горизонтальна диверсифікація, вертикальна диверсифікація, конгломератна диверсифікація, змішана диверсифікація.

Гладкая А.В. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена анализу стратегии диверсификации. Проведен анализ источников литературы, выделены основные виды и особенности, преимущества и недостатки диверсификации. В статье показывается, что сегодня необходима единая стратегия, с помощью которой может быть обеспечена оптимизация производства и достигнута экономическая стабильность предприятия.

Ключевые слова: диверсификация, горизонтальная диверсификация, вертикальная диверсификация, конгломератная диверсификация, смешанная диверсификация.

Hladka A.V. DIVERSIFICATION AS ONE OF THE ELEMENTS GROWTH ENTERPRISE

The article is devoted to the analysis of the strategy of diversification. The literature sources are analyzed, the main types and features, advantages and disadvantages of diversification are highlighted. The article shows that today a unified strategy is necessary, with the help of which the optimization of production can be ensured and the economic stability of the enterprise is achieved.

Keywords: diversification, horizontal diversification, vertical diversification, conglomerate diversification, mixed diversification.

Постановка проблеми. З кожним роком, кількість фірм, які розвивають найрізноманітніші напрями своєї діяльності, зростає. Сільське господарство, металургія, ІТ – і це ще неповний список. Прикладів диверсифікації в світі досить багато.

В Україні реалізують стратегії диверсифікації в основному металургійні компанії і підприємства переробної галузі, проте в зв'язку з фінансово-економічною нестабільністю в країні проявляються тенденції диверсифікації підприємств малого і середнього бізнесу. У агронаправленні таким прикладом є група компаній "Ukrlandfarming", профільні напрямки холдингу: рослинництво (виробництво зернових культур, насіння), молочне і м'ясне тваринництво, виробництво яєць і яєчних продуктів, виробництво цукру, виробництво добрив і засобів захисту рослин, виробництво цукру.

Аналіз досліджень та публікацій. Диверсифікація як стратегія ведення бізнесу, а точніше вміння її вигідно використовувати, може

бути віднесена до числа ключових компетенцій фірми. Аналітики відзначають, що на сучасному етапі розвитку економіки так звані «ключові компетенції» компанії стають основним джерелом її конкурентної переваги. Зміна попиту, падіння прибутку, технологічна і технічна відсталість виробництва, обмежені можливості експансії в рамках окремих галузей, накопичення значного обсягу грошових ресурсів, пошук сфер для вигідного вкладення капіталу – все частіше підштовхує фірми до диверсифікації існуючого бізнесу [1, с. 1460].

Питання, пов'язані з диверсифікацією, в своїх роботах описували українські та зарубіжні автори. Перші дослідження диверсифікації і інтеграції здійснили М. Горт в 1962 році і Е. Есінара в 1979. Розробки в тому ж напрямку продовжили такі автори, як І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Портер, А.А. Томпсон, А. Дж. Стрікланд і інші.

Серед авторів з країн СНД, з питань диверсифікації становлять інтерес роботи А. Аронова, Р. Кунца, Г. Немченко, Н. Рудика,

Е. Семенковою, Г. Гольдштейна, М. Радевіт, О. Шарко та ін.

Організаційні аспекти диверсифікації розглядали в своїх роботах М. Корінко, Л. Мармуль і ін. Проблеми її ефективності досліджували Л. Шутенко, І. Дмитрук, В. Кутовий, особливостей визначення рівня диверсифікації підприємства стосувався в своїх роботах В. Андрейчук, формування механізму диверсифікації та управління диверсифікацією розглядали М. Радева, В. Шишкін та ін.

Проаналізувавши вищеописані роботи, можна відзначити, що сутність диверсифікації полягає в створенні портфеля, який включає кілька різноспрямованих інвестицій для зниження ризику.

Мета дослідження: узагальнення досвіду дослідження диверсифікації, її видів, особливостей та розгляд підходів до використання даної стратегії для оптимізації виробництва.

Виклад основного матеріалу. Диверсифікація останнім часом в економіці має широке поширення і тому вона все частіше використовується в практиці вітчизняних бізнес-організацій. Завдяки одночасному розвитку кількох напрямків діяльності, бізнес-компаніям нерідко вдається уникнути непереборної конкуренції і проявити здібності в раціональному використанні і розподілі своїх ресурсів.

Диверсифікація (позднелат. *Diversificatio* – зміни, різноманітність, від лат. *Diversus* – різний *facio* – роблю) являє собою розширення номенклатури товарів, які виробляють окремі підприємства і об'єднання [7].

А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд виділяють наступні види стратегії диверсифікації:

1. Стратегія центрованої (концентричної) диверсифікації базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, які укладені в існуючому бізнесі. Тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, які укладені в освоєному ринку, використовуюваної технології або ж в інших сильних сторонах функціонування фірми. Такими можливостями, наприклад, можуть бути можливості використовуюваної спеціалізованої системи розподілу;

2. Стратегія горизонтальної диверсифікації, орієнтованої на традиційного споживача. У цьому випадку створюється новий продукт, вимагає нових технологій, який орієнтований на споживача основного продукту.

3. Стратегія вертикальної диверсифікації (освоєння нових продуктів, використовуючи

в якості сировини або напівфабрикату традиційну продукцію, або виробництво товарів, які є сировина напівфабрикатами або комплектуючими при виготовленні традиційних продуктів. Даний вид диверсифікації виділяється не завжди.)

4. Стратегія конгломератної або латеральної диверсифікації. У цьому випадку зростання фірми здійснюється за рахунок виробництва продуктів, абсолютно не пов'язаних з традиційними продуктами фірми [4, с. 175].

Види диверсифікації

Види диверсифікації в економічній діяльності можна класифікувати за двома напрямками: диверсифікація інвестиційного портфеля і диверсифікація сфер бізнесу (діяльності та виробництва). У даній статі розглядається диверсифікація діяльності і виробництва.

Основними стратегіями диверсифікованого зростання О.С. Віханський називав такі:

- 1) стратегія центрованої диверсифікації;
- 2) стратегія горизонтальної диверсифікації;
- 3) стратегія конгломеративної диверсифікації [2, с. 242].

Соїтіна-Кутищева Ю.Н. пропонує класифікацію видів диверсифікації за трьома ознаками: напрямок, галузева приналежність, країнова приналежність. [3, с. 10].

Виділено наступні види диверсифікації по її напрямку:

– вертикальна диверсифікація – передбачає освоєння нових продуктів, для виробництва яких в якості сировини або напівфабрикатів використовується традиційна продукція, або виробництво товарів, які є сировиною або напівфабрикатами, комплектуючими при виготовленні традиційних продуктів;

– горизонтальна диверсифікація – у цьому випадку створюється новий продукт на базі існуючих або нових технологій в рамках основного профілю компанії, розширюються канали збуту продукції;

– конгломератна диверсифікація – у цьому випадку зростання компанії здійснюється за рахунок виробництва продуктів, абсолютно не пов'язаних з традиційними для неї продуктами;

– перехресна диверсифікація – виявляється в комбінуванні горизонтальною і вертикальною диверсифікації;

– змішана диверсифікація – виявляється в комбінуванні горизонтальної, вертикальної, конгломератної диверсифікації.

Головною метою для всіх напрямів диверсифікації є: можливість консолідувати інвестиційні ресурси; зниження ризиків невизна-

ченості зовнішнього середовища; прагнення забезпечити соціальну і економічну стабільність, виживаність, запобігання кризи, зберегти регіональні галузеві комплекси; більш повне використання всіх видів ресурсів; отримання синергетичного ефекту за рахунок росту ринкового потенціалу; зниження транзакційних витрат; особисті мотиви менеджерів; поліпшення ділового іміджу.

Оцінка ефективності видів диверсифікації показує, що менш перспективним є розширення сфери виробництва, оскільки освоєння нових технологій вимагає певних витрат, внаслідок чого підвищується значно невиправданий часом ризик компанії. З економічної точки зору диверсифікація ринків вважається ефективніше виробничої. Однак можливості ринкової диверсифікації обмежені невеликим асортиментом продукції, що тягне за собою додаткові витрати [7].

Плюси і мінуси диверсифікації

На перший погляд може здатися, що диверсифікація – це завжди правильне рішення, яке має під собою виключно плюси. Достойнств у неї дійсно багато:

- вдається захистити свій капітал від наслідків кризових явищ;
- допомагає підвищити рівень стійкості в конкурентному середовищі;
- надає широкий вибір продуктів, послуг, активів, тобто, інвестору легше зробити вибір, на що йому орієнтуватися в більшій ступені;
- дозволяє ефективно використовувати кошти фізичними особами і компаніями;
- виключає негативний розвиток подій для всього пакета активів.

З іншого боку, не можна не скасувати і мінуси цього явища, з котрими стикається підприємство, що зважилося на розширення:

- потрібні істотні фінансові вливання, так як стратегічний успіх можливий тільки у великих масштабах;
- необхідний досвід і знання в тих галузях, де ви збираєтеся працювати. Наприклад,

ви можете чудово розбиратися в акціях і облигаціях, але покупка нерухомості, як додаткового активу, вимагає певної підготовки;

– перспективи помітні тільки в довгостроковому періоді – тобто, оцінити їх вдасться лише через час [6].

Висновки дослідження. Диверсифікація є реальним інструментом оптимального перерозподілу ресурсів. Це спосіб виведення компанії на новий рівень, можливість зменшити ризики, підвищити стійкість, не залежати від кризових явищ в галузі, регіоні або країні. Процес нерозривно пов'язаний з освоєнням нових виробничих можливостей, з розвитком технологій, інвестуванням, розширенням поставлених цілей і завдань, модифікацією діяльності.

Тому, з огляду на переваги і недоліки диверсифікації, кожне підприємство повинно вирішити, до якої міри йому доцільно диверсифікувати своє виробництво. При цьому потрібно враховувати стан зовнішнього середовища (стабільна або нестабільна економіка, кон'юнктура ринку, платоспроможність населення і т.д.), а також розміри підприємства і фактичний фінансовий стан. Очевидно, що великі за розміром підприємства мають набагато більше можливостей для диверсифікації, так як їх можливості і ресурси більш значні і дозволяють їм розвивати нові для них області з раціональної концентрацією виробництва, тим самим усуваючи або істотно згладжуючи відмінності між диверсифікацією і концентрацією, досягаючи при цьому кращих результатів господарювання [6, с. 232-243]. Також такі підприємства мають більше фінансових ресурсів для створення нових виробництв, що суттєво зменшує потребу в позикових коштах, а, отже, і скорочує витрати на їх залучення і навпаки, малі підприємства з низьким рівнем концентрації виробництва не в змозі розвивати багато галузей, а тому вони повинні більше тяжіти до концентрації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Махнушіна В.Н., Шинкевич А.Н. Сучасні види та форми диверсифікації. Москва: Російське підприємництво, 2016. Т. 10. С. 1459-1468.
2. Виханський О.С., Наумов А.І., Менеджмент: підручник. 4-е видання, перероб. і доповнене. Москва: Економіст, 2006. 670 с.
3. Соїна-Кутищева Ю.Н. Диверсифікація металургійних компаній: основні тенденції і оцінка ефективності: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: 08.00.05. Кемерово, 2006. 23 с.
4. Боумен К. Основи стратегічного менеджменту. Москва: ЮНИТИ, 2013. 175 с.
5. Goldengalaxy. Що таке диверсифікація простими словами, типи і види + приклади. URL: <http://goldengalaxy.ru/terminy/chto-takoe-diversifikatsiya-prostymi-slovami> (дата Звернення 25.02.2018).

6. Салогуб А.М. Інтелектуальний капітал як детермінують фактор розвитку інноваційної економіки. Наукові проблеми гуманітарних досліджень. 2012. № 2. С. 232-243.
7. Шабалтун М.І., Леманова П.В. Значимість стратегії диверсифікації в умовах конкуренції. Міжнародний студентський науковий вісник. 2016. Вип. № 4 ч.4. С. 459-462.

REFERENCES:

1. Makhnushina V.N., Shynkevych A.N. (2016) Suchasni vydy ta formy dyversyfikatsii. [Modern types and forms of diversification]. Rosiiske pidpriemnytstvo Journal, vol. 16, no. 10, pp. 1459-1468.
2. Vykhanskyi O.S., Naumov A.I. (2006) Menedzhment. [Management]. Moscow: Ekonomist, № 4, 670 p.
3. Soina-Kutyshcheva Yu.N. (2006) Dyversyfikatsiia metalurhiinykh kompanii: osnovni tendentsii i otsinka efektyvnosti [Diversification of metallurgical companies: main trends and performance appraisal] (PhD Abstract), Kemerovo: Novokuznetsk branch of the Institute of the Kemerovo State University (KemSU)
4. Boumen K. (2013) Osnovy stratehichnoho menedzhmentu [Fundamentals of Strategic Management]. Moscow: YuNYTY. (in Ukrainian)
5. Goldengalaxy. Shcho take dyversyfikatsiia prostymy slovamy, typy i vydy + pryklady [What is diversification in simple words, types and types + examples] Available at: <http://goldengalaxy.ru/terminy/chto-takoe-diversifikatsiya-prostymi-slovami> (accessed 25.02.2018).
6. Salohub A.M. (2012) Intelktualnyi kapital yak determinuiut faktor rozvytku innovatsiinoi ekonomiky [Intellectual capital as a determinant factor for the development of an innovative economy]. Scientific problems of humanitarian research Journal, vol. 2, pp. 232-243.
7. Shabaltun M.I., Lemanova P.V. Znachymist stratehii dyversyfikatsii v umovakh konkurentsii [the significance of the diversification strategy in competition conditions]. International Student Scientific Herald, vol. 4, no.4, pp. 459-462.