

Дідух Сергій Мирославович
доктор економічних наук,
професор кафедри економіки промисловості;

Волотко Олексій Володимирович
магістрант,
Навчально-науковий інститут економіки,
управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна
Одеського національного технологічного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-439-2-8>

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ НАПРЯМ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобалізації економіки, динамічних змін у технологіях та посилення конкуренції підприємства стикаються з викликами адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Одним із ключових інструментів забезпечення стійкості та конкурентоспроможності є диверсифікація виробництва. Цей процес включає розширення видів продукції, освоєння нових ринків та впровадження інноваційних технологій. Диверсифікація не лише допомагає підприємствам знижувати ризики, пов'язані зі змінами в ринковій кон'юнктурі, а й створює додаткові можливості для зростання.

Метою роботи є обґрунтування значущості диверсифікації як стратегічного інструменту для забезпечення стійкого розвитку бізнесу в умовах динамічного ринкового середовища. У роботі досліджуються основні теоретичні підходи до диверсифікації, розглядаються її види, переваги та ризики, а також аналізуються практичні аспекти її реалізації.

Ідея диверсифікації виникла як відповідь на потребу компаній захистити себе від фінансових ризиків, пов'язаних із залежністю від одного продукту чи ринку. Це дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними та стабільними в умовах ринкових змін.

Диверсифікація – це діяльність, яка збільшує різноманітність чогось (включаючи збільшення різноманітності своєї діяльності). У сучасному контексті диверсифікація використовується для опису стратегії виходу на нові ринки та галузі з метою зменшення ризику та підвищення стабільності доходів.

В «Економічній енциклопедії» за редакцією професора Мочерного С.В. диверсифікація трактується як процес розширення асортименту продукції, що випускається компанією або організацією. «Диверсифікація набуває двох основних форм: 1) розширення асортименту продукції, організація виробництва нових видів продукції в межах «власної» галузі, тобто збільшення кількості модифікацій певного виду продукції, що задовольняє попит певної групи споживачів; 2) вихід за межі основного виду діяльності, входження в нові галузі та економічні зони» [1, с. 105].

За визначенням Цогла О.О «диверсифікація – це процес, що охоплює організаційні, економічні, правові зміни на підприємствах та направлений на підвищення ефективності виробництва, зниження кількості банкрутств, своєчасне реагування на зміни економічної кон'юнктури ринку для забезпечення прибутковості на основі використання ринкових шансів і встановлення конкурентних переваг, зміцнення положення підприємства в ринковому сегменті» [2, с. 147].

Диверсифікація дозволяє компаніям зберігати рівновагу в складних економічних умовах, виробляючи широкий спектр товарів і послуг. Диверсифікація – це складний процес, що вимагає ретельного планування та аналізу. Важливо врахувати всі можливі ризики і бути готовим до їх подолання.

Основним викликом у реалізації стратегії диверсифікації є врахування взаємозв'язку між нею та операційним ризиком, тобто забезпечення прийняттого співвідношення між прибутковістю та ризиком. Відомо, що диверсифікація знижує рівень ризику, але його не можна уникнути. Це пов'язано з тим, що компанія може отримати більше прибутку, якщо сконцентрується на найбільш прибуткових напрямках, але це також тягне за собою найвищий ризик. Це співвідношення визначається кожною компанією самостійно і

залежить, головним чином, від схильності до ризику власників компанії.

Для подолання перелічених перешкод та ризиків розрізняють такі види диверсифікації:

- концентрична (вертикальна) диверсифікація,
- горизонтальна диверсифікація,
- конгломеративна диверсифікація.

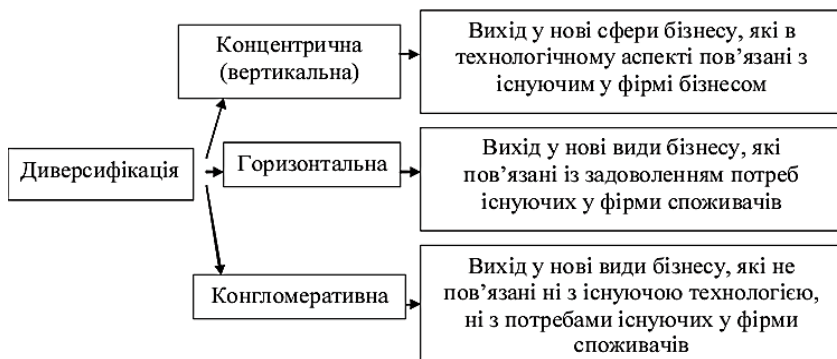


Рис. 1. Різновиди стратегії диверсифікації

Суть концентричної (вертикальної) диверсифікації полягає у виробництві компанією нових продуктів, які технологічно та/або маркетингово пов'язані з власними існуючими продуктами.

Цей тип диверсифікації характеризується розширенням діяльності з виробництва або контролю над виробництвом усіх частин, компонентів і матеріалів. Цей тип диверсифікації пов'язаний з придбанням посередників і постачальників, основним результатом якого є контроль над усім виробничим ланцюжком від сировини до готової продукції.

Диверсифікація виробництва є багатоаспектним економічним явищем, яке включає одночасне функціонування підприємства у різних сегментах ринку або галузях. У науковій літературі диверсифікація розглядається як стратегія розвитку, спрямована на зниження залежності від одного джерела доходів.

Обрання конкретного типу диверсифікації залежить від внутрішніх ресурсів підприємства, його технологічного рівня та зовнішнього середовища.

Економічна нестабільність, посилення конкуренції, швидкий технологічний розвиток і зміна споживчих уподобань вимагають від підприємств нових підходів до управління. Диверсифікація стає необхідним інструментом для збереження ринкових позицій і забезпечення адаптивності.

Основними перевагами диверсифікації є: розподіл ризиків (освоєння кількох сегментів знижує залежність від кон'юнктурних змін у конкретній галузі), збільшення ринкових можливостей (завдяки розширенню асортименту підприємства можуть залучати нових споживачів), підвищення інноваційного потенціалу (диверсифікація сприяє інвестуванню в нові розробки, що підвищує конкурентоспроможність).

Наукова методологія реалізації стратегії диверсифікації базується на комплексному підході, що включає аналіз як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Диверсифікація підвищує гнучкість підприємства в умовах змін зовнішнього середовища. Серед ключових переваг можна виділити ефективне використання ресурсів, зниження впливу ринкової нестабільності, формування стійких конкурентних переваг.

Реалізація стратегії диверсифікації потребує значних ресурсів і має низку потенційних ризиків: недостатня компетентність у нових галузях, розпорошення ресурсів, фінансові втрати.

Диверсифікація виробництва є необхідною умовою забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємств. Її стратегічна важливість полягає у здатності мінімізувати ризики, адаптуватися до змін зовнішнього середовища та забезпечувати стабільне зростання. Для успішної реалізації цієї стратегії підприємствам необхідно забезпечити ефективне планування, достатні інвестиції та постійний моніторинг результатів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що диверсифікація є одним із ключових напрямів модернізації бізнесу, що дозволяє адаптуватися до викликів сучасного світу та забезпечувати стійке зростання у довгостроковій перспективі.

Ефективне управління стратегією диверсифікації діяльності підприємства має здійснюватися на основі розробленого теоретико-методологічного підходу. Такий підхід гарантує раціональний вибір за певними процедурами елементів стратегії, що відповідають зовнішнім умовам та стратегічному потенціалу підприємства.

Список використаної літератури:

1. Економічна енциклопедія: у 3 т. / під. ред. С.В. Мочерного. Київ : ВЦ Академія, 2002. 952 с.
2. Цогла О.О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 7. С. 147–151.