

Стратегія диверсифікації в управлінні підприємством

Наталія Белугіна

*здобувачка спеціальності «Підприємство та торгівля»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: bieluhinano@krok.edu.ua*

Віта Андрєєва

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: AndriieievaVA@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-6357-3063*

У господарській практиці діяльності підприємства може бути запропонована велика кількість стратегічних альтернатив розвитку і зростання фірм в умовах ринку. Однією з таких альтернатив є використання стратегії спорідненої диверсифікації.

Адаптація господарюючих суб'єктів до нового етапу економічного розвитку – багатофакторний процес, що вимагає використання складних методів організації виробництва і виважених управлінських рішень. Якщо на першому етапі ринкових реформ основним напрямом була зміна середовища функціонування підприємств, що переважно залежало від рішень, які приймалися державною адміністрацією, то зараз в центрі уваги знаходяться питання реформування самих підприємств та дослідження шляхів їх розвитку, тобто в умовах сформованого ринкового середовища актуалізуються потреби підвищення якості стратегічного управління підприємством [1].

Розробка відповідних заходів в економіці вимагає чіткого розуміння його фінансової динаміки під час кризи, і що це підвищить стійкість і стійкість сектора [2].

Стратегії диверсифікації застосовують у тому разі, коли підприємство знаходить привабливі можливості поза його бізнесом або в цьому є гостра необхідність. В основі стратегії диверсифікації лежить випуск якісно нових товарів, пошуку нових споживачів, перспективних каналів збуту та торгівлі, активних методів просування товарів.

Розглядаючи диверсифікацію з точки зору управління формуванням конкурентоспроможності підприємств, ми розуміємо комплекс рішень та дій, спрямованих на отримання доходів з різних джерел, які усередині будь-якого підприємства відповідають заданим цілям та сприяють досягненню кінцевої мети.

Причинами впровадження рішення про диверсифікацію можуть бути [3]:

- очікування зниження прибутку від основних напрямів діяльності підприємства;
- зниження попиту на продукцію;
- наявність стратегічних галузей, які стали менш ефективними;
- наявність галузей, що досягли зрілості і не потребують вкладень в їх роз-

ВИТОК;

- можливість перерозподілу надлишкових надходжень, можливості інвестування;
- перспективність розвитку нових напрямів, які є досить вагомими за перспективність наявних;
- часткове використання або неефективність використання ресурсів основного виробництва;
- постійний ріст конкуренції та розвиток науково-технічного прогресу;
- необхідність зниження ризиків;
- наявність сприятливих умов для розвитку нового напрямку діяльності.

Вирішальним етапом є прийняття рішення про впровадження обраної стратегії диверсифікації та формування схеми керування даним процесом з метою досягнення довгострокових та короткострокових цілей компанії [4].

На вибір оптимального напрямку диверсифікації впливає результат аналізу факторів зовнішнього середовища: стан економіки, політичні процеси країни, аспекти правового регулювання виробництва, науково-технічне забезпечення, наявність необхідних ресурсів та відкритості доступу до них, характеристика природного середовища тощо. Зовнішнє оточення також включає дослідження конкурентів, споживачів, постачальників, партнерів та ринку робочої сили. Також варто проаналізувати структуру діяльності підприємства, наявні проблеми та перешкоди з боку наявних умов діяльності всередині компанії.

Важливим етапом є розробка варіантів стратегій та альтернативних рішень їх впровадження. В кінці даного дослідження має бути виокремлений оптимальний набір рішень та максимально ймовірних кроків до досягнення встановленої мети та запланованих результатів. В дослідженні кожної з альтернатив враховують особливості компанії, умови діяльності, забезпеченості ресурсами, обмеження та ризику кожного рішення.

Обранню управлінцем певного напрямку диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності повинні передувати відповіді на такі запитання: чи дасть новий напрямок більші можливості для отримання прибутку і чи зможе компанія конкурувати зі своїми конкурентами в обраній галузі.

Останнім етапом є впровадження стратегії та перевірка результатів впровадження обраного оптимального стратегічного рішення. Послідовне та глибоке виконання даних кроків допоможе підібрати дійсно працюючу та ефективну стратегію зовнішньоекономічної діяльності, що підійде підприємству, як можливість розвитку, зростання та розширення діяльності та позитивно вплине на результативність та міжнародну конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: стратегія підприємства, стратегія диверсифікації, оптимальні рішення, підприємство, управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Демків, І. (2021). *Стратегія диверсифікації як елемент стратегічного управління*

підприємством.

2. Прокопенко, О. В., Герман, В. Г., Глівінська, Ю. В., Андрєєва, В. А., & Пікіняр, В. Р. (2025). *Strategic management of the financial potential of construction enterprises: conceptual principles and practical aspects*. *Актуальні питання економічних наук*, (7).

3. Кривицька, Н. Ю., & Громова, А. С. (2022). *Стратегія диверсифікації виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств*. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*, (31).

4. Тищенко, Т. І., & Ченцова, Ю. П. *ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА*. In *The XI International Science Conference «Implementation of modern science in practice»*, November 29–December 01, San Francisco, USA. 504 p. (p. 176).