

# **УРБОЕКОНОМІКА. ПРОБЛЕМИ СИНЕРГІЗМА І ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СТРУКТУР ЖКГ ТА БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ**

## **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Костильова О.С.**

*Науковий керівник – Коюда О.П., канд. екон. наук, доцент*

Концентрація діяльності підприємства тільки в одній вузькій області може, безперечно, дозволити досягти певних успіхів в галузі і навіть допомогти вийти в лідери, а керівництво і персонал фірми, які максимально зосереджені на одній області, отримують високий професійний досвід і навички. Але ринок відрізняється своєю нестабільністю.

На сьогоднішній день одним з найбільш ефективних способів стійкого розвитку підприємства є диверсифікація. Реалізація грамотної стратегії диверсифікації дозволяє знизити ризики шляхом їх розподілу на кілька напрямків діяльності. Саме диверсифікація може стати умовою для стабільного функціонування підприємства і отримання прибутку в умовах сучасної економічної та ринкової нестабільності.

Загальне визначення диверсифікації надане І. Ансоффом. Він стверджував, що диверсифікація є терміном, який застосовується до процесу перерозподілу ресурсів, які існують на даному підприємстві, в інші сфери діяльності, що істотно відрізняються від попередніх. Якщо продукт компанії має дуже вузьке застосування, то вона є спеціалізованою, якщо вони знаходять різноманітне застосування, тоді підприємство можна назвати диверсифікованим.

За результатами дослідження автором пропонується визначення процесу диверсифікації доповнити наступними уточненнями. По-перше, цей процес стосується, перш за все, переходу на нові технології, галузі та ринки, до яких підприємство раніше не мало ніякого відношення, крім того сам продукт або послуги підприємства повинні бути абсолютно новими.

По-друге, диверсифікація пов'язана з різноманітністю застосування продуктів, що випускаються компанією, і робить ефективність функціонування компанії в цілому незалежною від життєвого циклу окремого продукту, вирішуючи, таким чином, питання не тільки виживання компанії, але і забезпечення сталого поступового зростання.

Впровадження стратегії диверсифікації на підприємстві дозволяє отримати як позитивні так і негативні результати. Так до позитивних аспектів диверсифікації можна віднести: розширення асортименту товарів послуг, стабільну ринкову позицію та фінансову синергію.

До негативних аспектів можна віднести в основному аспекти, пов'язані з істотним вкладенням додаткових грошових коштів, необхідність підвищувати кваліфікацію співробітників, набір додаткового персоналу, втрата часу на пошук напрямків для диверсифікації, необхідність проведення диверсифікації в великих масштабах, для успішності бізнесу. Тому перш ніж прийняти рішення про диверсифікацію, необхідно точно позначити цілі, ресурси, ризики, пов'язані з диверсифікацією і способи їх мінімізації. У такому випадку доцільно буде залучення фахівців для аудиту поточної ситуації на підприємстві, визначення обсягу вільних ресурсів і отримання грамотних рекомендацій з цих питань.

Для ефективного проведення диверсифікації, на нашу думку, необхідно провести три критичних тести:

1) тест на привабливість. Диверсифікувати діяльність варто в ті галузі, які мають вільну нішу і потенціал для розвитку. Непривабливі галузі для диверсифікації може розглядати лише компанія, яка має ресурси для зміни ситуації в самій галузі.

2) тест на вартість входження в нову галузь. Майбутні доходи повинні покривати поточні витрати на диверсифікацію.

3) тест на додаткові вигоди. Новий вид діяльності повинен дати переваги існуючого підприємству, або, навпаки, існуючий бізнес повинен дати конкурентні переваги нового.

Необхідно відмітити, що наявність позитивного результату потрібна по всім трьом тестам одночасно.

Таким чином, можна зробити висновок, що сутність стратегії диверсифікації полягає в забезпеченні стратегічної стабільності і стійкості діяльності компанії і зменшенні її залежності від мінливої кон'юнктури ринку.

В результаті диверсифікації відбувається організаційна зміна в структурі діяльності, яка не дає можливості повністю скористатися вже наявними досвідом діяльності компанії, тобто формується новий технологічний та інформаційний уклад, з'являються нові канали збуту.