

ПРИЧИНИ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ

Кучіна С.Е.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

У роботі розглянуто причини застосування стратегії диверсифікації. «Диверсифікація» - це важлива складова загальної стратегії розвитку підприємства, яка передбачає вхід підприємства до нових для нього сфер бізнесу[4]. Стратегія диверсифікації займає особливе місце у товарній політиці фірми, бо вона пов'язана з докорінним зміненням стратегічних зон бізнесу та товарного асортименту фірми. Диверсифікація постає як ефективний засіб для забезпечення зростання стійкості діяльності фірми. За допомогою диверсифікації фірма може отримати хороші результати щодо відродження обороту завдяки новим товарним пропозиціям для нових ринків, що в кінцевому рахунку сприяє, ефективної політики щодо зниження підприємницького ризику та забезпечує прибуток, стабільність та стійкість фірми у майбутньому[2,3].

До причин, що спонукають фірму застосувати стратегію диверсифікації належать[1-3]:

- наявність надлишкових фінансових коштів та певного іміджу підприємства серед ринкових суб'єктів, бізнес-партнерів для підтримки конкурентних переваг у первісних сферах бізнесу;
- зниження підприємницьких ризиків, розподіливши їх між різними сферами діяльності;
- прагнення отримати більший прибуток завдяки розширенню бізнесу, завдяки простому нарощуванню об'єму виробництва;
- прагнення вижити та зміцнити своє становище в умовах конкуренції;
- прагнення піти зі стагнуючих ринків та отримати фінансові вигоди від роботи у нових галузях;
- необхідність одержати деякі додаткові технології, компетенції чи ресурси, які викривають показники існуючої діяльності підприємства;
- необхідність пошуку нових продуктів та ринків, внаслідок того, що існуючі ринки, на яких фірма спеціалізується, не мають можливості для зростання випуску та прибутковості або, більше того, звужуються;
- ймовірність зростання ринку нової продукції, на який фірма має можливість розширити випуск;
- побудова розгалуженої мережі постачальників, споживачів, здатних компенсувати один одного на разі тимчасового або повного припинення співробітництва

Література :

1. Василюга С. Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 121–125
2. Кучіна С. Е., Романчик Т.В., Дашко Ю.Р. Процес управління ризиками при обґрунтуванні економічних рішень *Вісник Національного технічного університету*. 2020. № 6 (8). С. 61-65
3. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової ітератури», 2019, 272 с.