

У наш час в Україні технічний розвиток підприємств різних галузей перебуває на низькому рівні. Це ми можемо побачити за рахунок головних показників основних фондів підприємств, а саме коефіцієнт оновлення і вибуття устаткування та машин, відповідно 2–3% і 63–70%. Так на промислових підприємствах третина всієї техніки і обладнання являється морально і фізично застарілими.

Отже, щоб уникнути додаткових втрат при впровадженні нової технології на виробництво, треба своєчасно проаналізувати ринок, конкурентів та потребу споживачів. Адже управління технічним розвитком потребує чіткого плану дій та правильну оцінку змін, які плануються втілюватись у життя.

Список використаних джерел:

1. Дак Дж. Д. Монстр перемен: Причины успеха и провала организационных преобразований / Дж. Д. Дак. – М. : Альпина Паблишер, 2003.
2. Гронь О. В. Інструментарій управління стратегічними змінами підприємства / О. В. Гронь // Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції «Економічні підсумки 2011 року».
3. Гронь О. В. Формування потенціалу реалізації стратегічних змін на підприємстві / О. В. Гронь // Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – Черкаси : ЧДТУ, 2012.
4. Жаворонкова Г. Управління технічними змінами сучасних підприємств / Г. Жаворонкова, О. Дяченко // Наука й економіка : наук.-теорет. журнал. – 2010. – № 3.

Феденко Ю. В., д. е. н. Гринько Т. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В даний час динамічні зміни зовнішнього середовища змушують сучасні підприємства, які прагнуть до посилення своїх позицій на ринку, використовувати різні стратегії розвитку бізнесу. Однією з таких стратегій розвитку бізнесу і являється стратегія диверсифікації [1].

Проведене дослідження показало, що існує велика кількість трактувань даного поняття, в той же час, більшість теоретиків і практиків стратегічного

менеджменту схилиються до того, що в широкому сенсі диверсифікація – це поширення господарської діяльності на нові сфери (розширення асортименту виробляємих виробів, видів послуг, що надаються, географічної сфери діяльності і т.д.) [2].

Під диверсифікацією розуміється проникнення підприємств в галузі, які не мають прямого виробничого зв'язку або функціональної залежності від їх основної діяльності [3].

Точно можна стверджувати, що диверсифікація завжди пов'язана з розширенням виготовляємої підприємством продукції або надаваними послугами, в свою чергу це приводить до того, що бізнес становиться менш залежним від життєвого циклу окремого товару, що зрештою підвищує ефективність її діяльності та забезпечує більш стійке зростання.

Метою диверсифікації, як правило, є підвищення конкурентоспроможності підприємства, посилення його позицій на ринку і підвищення прибутковості. Також хотілося б відзначити, що використання диверсифікації дає компаніям певні стратегічні вигоди, які неможливі при концентрації на одному виді бізнесу.

До теперішнього часу розроблені і успішно застосовуються наступні стратегії диверсифікації:

- стратегія пов'язаної диверсифікації – тобто створення нових виробництв, які збігаються з профілем організації. В цьому випадку в існуючому бізнесі вишукуються можливості виробництва нових продуктів, існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає, виходячи з тих можливостей, які укладені в освоєному ринку, використовуваної технології або інших сильних сторонах функціонування фірми. В результаті використання стратегії пов'язаної диверсифікації виникає виробнича і управлінська відповідність, і відповідність споріднених ринків, які в комплексі утворюють ефект стратегічної відповідності, сприятливому бізнес-успіху.

- стратегії незв'язаної диверсифікації – які відповідно діляться на конгломеративну і горизонтальну диверсифікацію.

Конгломеративна диверсифікація – це освоєння випуску нових продуктів, які не збігаються з традиційним профілем організації, з подальшою реалізацією на нових ринках. Основна передумова такої диверсифікації полягає в тому, що будь-яка компанія, яка може бути придбана на вигідних фінансових умовах і має задовільні перспективи прибутку, являє собою відповідний об'єкт для диверсифікації. При цьому найчастіше компанії саме купують вже існуючу фірму, а не формують філіал в надрах власної компанії. Вигода від конгломеративної диверсифікації найчастіше можлива в результаті оптимізації управління грошовими потоками та інвестиційними ресурсами.

Що стосується горизонтальної диверсифікації, то це освоєння випуску нових непрофільних продуктів, але для традиційних споживачів. Тут передбачає пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нової продукції, при цьому новий продукт повинен бути орієнтований на споживача основного продукту, і за своїми якостями найчастіше є супутнім вже виробленому продукту.

Далі вважаємо важливим відзначити, що прийняття керівництвом компанії рішення про використання диверсифікації виправдано тільки тоді, коли базова галузь або вироблений продукт знаходяться в стадії стагнації, діє антимонопольне регулювання, обмежує подальше зростання компанії в цій галузі, пріоритетним є досягнення ефекту синергізму, ефективного вкладення вимагають наявні великі фінансові кошти. І це пов'язано з тим, що диверсифікація не повинна ставати стратегічним пріоритетом для компанії, поки не вичерпані можливості її зростання на основному ринку.

Яку б із перелічених вище стратегій диверсифікації компанія не вибрала для себе, або розширення сфери діяльності шляхом відкриття нових виробництв, або придбання інших підприємств різних сфер діяльності, необхідно пам'ятати про те, що, по-перше, це дуже серйозно вплине на майбутнє компанії, по-друге, диверсифікація дуже складний процес, який може принести не тільки переваги, але й виявиться невідповідним і збитковим.

Саме тому власники і керівництво компанії повинні враховувати як переваги, так і недоліки даної типової стратегії розвитку бізнесу.

Проведене дослідження показало, що основні переваги використання диверсифікації наступні:

1) диверсифікація – важливий засіб управління фінансовими ризиками за рахунок того, що збитки за одними напрямками діяльності можуть бути компенсовані за рахунок отримання більших прибутків від реалізованої продукції інших стратегічних одиниць бізнесу, при цьому втрати по одному напрямку діяльності диверсифікованої компанії вже не будуть суттєво впливати на фінансово-економічне становище підприємства, так як його питома вага в доходах перестане бути домінуючою;

2) також диверсифікація дозволяє компаніям ефективніше використовувати свої ресурси, завдяки чому можна збільшити сезонність виробництва, отримати збільшений дохід від миттєвої і продуманої галузевої маневреності, підвищити зайнятість працівників, достатньо швидко нарощувати обсяги виробництва продукції тих видів, які користуються попитом, і на які формується необхідна ціна, а також скоротити ті стратегічні одиниці бізнесу, за якими стала проявлятися несприятлива динаміка ринку;

3) диверсифікація дозволяє компаніям отримувати ефект синергізму і тим самим, при однакових інших умовах, підвищити свою ефективність.

Крім розглянутих вище переваг диверсифікація має і недоліки, які пов'язані з тим, що вона не завжди дозволяє використовувати переваги спеціалізованого виробництва, а тому є ризикованою для компанії. Ризик в даному випадку пов'язаний з тим, що одночасний розвиток декількох видів діяльності розпорошує ресурси компанії, а тому нерідко не вдається досягти за окремими з них раціональної концентрації, в результаті чого підприємство втрачає ефект масштабу виробництва [1].

Диверсифікація, як правило, характеризується переходом на нові технології та розробки, ринки і галузі, крім того, сама продукція і послуги для підприємства є новими, що теж підвищує ризик у діяльності компаній.

Також потрібно мати на увазі, що управляти диверсифікованою компанією значно складніше в порівнянні з концентрованою.

Тому керівники таких підприємств повинні мати більш різносторонню професійну підготовку, так як їм доводиться аналізувати набагато більше факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, а це підвищує ризик прийняття недостатньо обґрунтованих рішень, що може привести до зниження економічного ефекту від діяльності компанії.

Виходячи з проаналізованих недоліків диверсифікації, слідує ще до початку її впровадження проаналізувати найбільш сприятливі види диверсифікації, які обіцяють принести максимальний дохід при мінімальних втратах часу, матеріальних і людських ресурсів.

Тому, аргументуючи «за» і «проти» диверсифікацію, кожне підприємство повинно вирішити, як глибоко воно диверсифікуватиме своє виробництво. При цьому слід звернути увагу на стан зовнішнього середовища (стабільна або нестабільна економіка, платоспроможність населення, кон'юнктура ринку і т.д.), а також розміри підприємства і фактичний фінансовий стан. Очевидно, що підприємства-гіганти мають набагато більше можливостей для диверсифікації, так як їх можливості і ресурси більш значні і дозволяють їм розвивати нові для них області з ефективною концентрацією виробництва, тим самим усуваючи або суттєво згладжуючи відмінності між диверсифікацією і концентрацією, досягаючи при цьому найкращих результатів господарювання. Також у таких підприємств великі фінансові ресурси для створення нових виробництв, що суттєво зменшує потребу в позикових засобах, що провокує скорочення витрат на їх залучення і навпаки, малі підприємства з недостатнім рівнем концентрації виробництва не в змозі розвивати багато-профільність виробництва, а тому вони повинні фокусуватися на концентрації.

Разом з тим, можна зазначити, що, незважаючи на всі складнощі при використанні стратегій диверсифікації, в будь-який момент для будь-якої концентрованої компанії може змінитися ринкова ситуація, що може спричинити за собою ускладнення збуту, посилення конкуренції, зниження, а іноді і повне припинення попиту на її продукцію, саме в таких обставинах диверсифікація стає єдиним правильним вибором.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т. В. Стратегія як інструмент інноваційного розвитку підприємства / Т. В. Гринько // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. 30–31 жовтня 2014 р. / за заг. ред. Л. В. Транченко. – 2014. – С. 10–12.
2. Економічний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enc-dic.com/economic/Diversifikacija-3496.html>.
3. Енциклопедичний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dic.academic.ru>

К. е. н. Хуторської П. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЯ, ЇЇ МІСЦЕ ТА РОЛЬ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Останнім часом величезними темпами зріс інтерес до цифрових валют, створених із застосуванням технології блокчейн. Не останню роль в цьому зіграло приголомшене зростання вартості найвідомішої криптовалюти – Біткойна у грудні 2017 року майже до 20 тис. доларів США за одну монету. При цьому капіталізація всього ринку криптовалют досягла 400 млрд. доларів США. Після цього про криптовалюту заговорили майже всі, і домогосподарки, і таксисти, і робітники. Але технологія блокчейн, яка покладена в основу майже всіх криптовалют не обмежується лише цим, і це тільки самий початок технологічного циклу блокчейна.

Біткойн, як перша та найвідоміша криптовалюта, стала першим і найбільш відомим прикладом застосування блокчейна. Тепер у людства є унікальна технологія, яка може забезпечувати довіру в мережі без централізованого управління. А це може стати певним проривом у розвитку Інтернет взаємовідносин різного характеру.

Блокчейн-технологія дає майже безмежні можливості для перебудови всієї економічної системи. Можливості використання технології блокчейна в тій або іншій сфері застосування, обмежуються лише уявою людей. І використання цієї