

спільної діяльності і відповідні обмеження; форми, принципи і методи взаємодії; сукупність правових норм, регулюючих взаємовідносини; функції управління спрямовані на досягнення оптимальних умов взаємодії, забезпечення високого рівня якості автомобільних доріг і ефективності їх експлуатації в заданих умовах.

Бібліографічний список

1. **Абалкин Л.И.** Конечные народнохозяйственные результаты: сущность, показатели, пути повышения. М.: Экономика, 1982. — 183 с.
2. **Брюховецьва Н.Ю.** Економічний механізм підприємства в ринковій економіці: методологія і практика. — Донецьк: ІЕП НАН України, 1999. — 276 с.
3. **Герасимчук В.Г.** Маркетинг: Теорія і практика. — К.: Вища школа, 1994. — 327 с.
4. **Канин А.П., Карай Н.А.** Моделирование производственных процессов строительства и ремонта автомобильных дорог. — М.: Транспорт, 1990. — 102 с.

ГОЙ Л.О., ГОЙ О.О., гр. Ф - 09м - 2
Наук. кер.: Ситнік І.В., к.е.н., доц.
Донецький державний університет управління,
м. Донецьк

МЕХАНІЗМ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКО-ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Рассмотрена сущность и механизм диверсификации деятельности субъектов хозяйствования, определены основные преимущества и недостатки стратегии диверсификации, а также ее роль в рационализации производства.

Актуальність. Сучасна економіка характеризується динамічністю і нестабільністю процесів. Підприємства змушені адаптуватися до цих змін, аби вижити й стабільно функціонувати, тобто забезпечити рівновагу між внутрішнім і зовнішнім середовищем для досягнення поставленої мети. Для цього їм необхідно обрати стратегію, яка б відповідала умовам зовнішнього та внутрішнього середовища. У такому випадку обирають стратегію диверсифікації. Цей підхід дасть змогу підвищити конкурентоздатність промислових підприємств.

Стратегія диверсифікації охоплює всі напрямки діяльності підприємства і складається з дій, які спрямовані на утвердження позицій підприємства у різних галузях та забезпечення найкращого результату діяльності. Визначення місця диверсифікації у життєвому циклі підприємства має велике значення для прийняття раціональних управлінських рішень, необхідних в сучасних умовах функціонування підприємств України.

Розробкою цієї проблеми в Україні займалися такі вітчизняні спеціалісти: М.Д. Корінко [1;4;5;6], який розглянув місце диверсифікації у життєвому циклі підприємства, питання релевантності інформації при диверсифікації, цікавими є його розробки щодо організаційно-економічного механізму диверсифікації й оцінки результатів диверсифікації робіт, послуг і видів діяльності, О.О. Цогла [2;3] розглянула та згрупувала переваги і недоліки стратегії диверсифікації, можливість подолання підприємством конкурентів шляхом диверсифікації.

Ціль дослідження: визначення сутності диверсифікації, розгляд механізму диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання, виділення переваг та недоліків стратегії диверсифікації та визначення загальної ролі диверсифікації у раціоналізації виробництва.

Основна частина. Механізм диверсифікації діяльності підприємства — це сукупність різноманітних конкретних елементів, якими керує контрольно-аналітична

система управління проектом диверсифікації, забезпечуючи взаємодію і координацію підсистем підприємства, економічність та оперативність механізму, організує ефективну діяльність підприємства в умовах нестабільної економічної ситуації в країні [1].

Диверсифікація — це ефективний інструмент виживання і розвитку підприємств в умовах сучасної світової та національної фінансових систем, який служить страховим механізмом й значно підсилює позиції бізнес лідерів, оскільки в результаті виникає «ефект диференціації» як зниження питомих виробничих витрат і розширення номенклатури продукції та послуг. Механізм диверсифікації є найбільш обґрунтованим і відносно менш витратним методом зниження рівня фінансового ризику [2].

Механізм управління диверсифікацією діяльності підприємства базується на методології як сукупності принципів і методів управління, який забезпечує через диверсифікаційну політику соціально-економічний ефект. Методичною основою управління диверсифікацією є системний підхід, який дозволяє реалізувати основні функції наукового дослідження: описову, пояснювальну і прогнозу. Системний аналіз базуються на системному підході до управління підприємством як відкритої системи, яка складається з взаємопов'язаних підсистем [1].

В розвинутих країнах суперництво між монополіями перетворюється в боротьбу різними засобами. Більшість олігополій, які існують на ринку, не потребують зміни стратегії діяльності, адже факт існування їх на ринку уже є доказом конкурентоздатності. Але процвітання фірми відрізняється від простого виживання, тому необхідним є розширення перспектив, збільшення прибутку та зниження ризику. Одним із підходів підвищення конкурентоздатності є використання принципів диверсифікації діяльності підприємства [3].

Пропонується використовувати такі принципи диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання:

1. Визначення мети процесу диверсифікації, яка не суперечить меті підприємства.
2. Необхідність захищати сформований капітал, а потім вже розробляти шляхи його збільшення.
3. Узгодженість напрямку диверсифікації з потребами ринку.
4. Технологічна сумісність та спадкоємність.
5. Максимальне використання персоналу на виробництві [1].

Стратегію диверсифікації необхідно визначати з врахуванням можливостей фірми, її цілей та завдань, проводити комплексне дослідження визначення шляхів досягнення мети, що потребує залучення великих ресурсів.

Не існує єдиного теоретичного часу, коли підприємство повинно застосувати стратегію диверсифікації. Важливим є час виходу на ринок, так як підприємство з'являється або першим, як головне, або другим, як послідовник. Час виходу на ринок залежить від можливостей зростання підприємства в галузі, та конкурентної позиції на ринку. Входження на нові ринки характеризується високою вартістю, тому не можна ризикувати більше, ніж може дозволити власний капітал підприємства. Загроза ризику при диверсифікації діяльності підприємства зростає при вторгненні в нову галузь, коли керівництво не знає зовнішніх загрозливих чинників ринку. Отже, підприємство повинно вибрати оптимальний варіант вкладення капіталу із максимальним прибутком і забезпеченням фінансової стійкості підприємства [2].

Основними кроками підприємства, які спрямовані на досягнення високого економічного результату від диверсифікації його діяльності, являються:

- значні витрати підприємства на науково – дослідницьку роботу;
- постійне оновлення товарів;
- створення власних каналів збуту;
- удосконалення якості продукції та розширення асортименту;
- пристосування асортименту товарів до особливостей попиту за різним рівнем платоспроможності груп покупців на внутрішньому ринку;

поліпшення форм обслуговування клієнтів;
придбання нематеріальних активів, які забезпечать інноваційну перевагу підприємству;
посилення мобільності капіталу;

Диверсифіковані компанії здатні перебороти високі вхідні бар'єри. Внаслідок розширення номенклатури товарів і послуг підприємства отримують можливість переливання капіталу в найбільш прибутковій галузі [3].

Важливе значення при диверсифікації діяльності має релевантність інформації. З метою прийняття ефективних управлінських рішень важливою є орієнтація на види товарів, робіт, послуг, які отримують попит на підставі відбору релевантної інформації. Такі проблеми пов'язані з розробкою методики отримання та подання інформації, яка пов'язана, насамперед, з освоєнням нових видів продукції, ринків, ресурсів та технологій. Від достовірності та повноти інформації залежить ефективність прийняття управлінських рішень, а відповідно, ефективність діяльності підприємства в цілому [4].

При оцінюванні ефективності проекту диверсифікації діяльності фірми, з метою отримання повноцінних висновків щодо результатів диверсифікації, необхідно використовувати дані в динаміці або порівняльні дані аналогічних підприємств. При фінансовому аналізі результатів диверсифікації доцільно використовувати окрім показників за попередні роки також прогнози показники. Достовірність результатів аналізу значною мірою залежить від професіоналізму спеціаліста, який проводить такий аналіз у питаннях прогнозування дій [5].

У економічній літературі розрізняють дві групи методів диверсифікації:

1. Диверсифікація діяльності в межах одного підприємства. Внутрішня диверсифікація представляє різні можливості: створення продукції, схожої на існуючу; створення нової продукції; диверсифікація ринків та технологій. Передумовою внутрішньої диверсифікації є надлишок ресурсів на підприємстві, які можна спрямувати на виробництво нової продукції, тобто внутрішня диверсифікація необхідна для збереження підприємства у майбутньому;

2. Диверсифікація через злиття та поглинання, яка передбачає об'єднання підприємств. Створення підприємств через злиття зумовлює народження фірми з міцним потенціалом і значними конкурентними перевагами. Зовнішня диверсифікація дозволяє підприємству: розширити асортимент продукції; здійснити зростання швидше, ніж при внутрішній диверсифікації; за рахунок придбання суперника значно зменшити конкуренцію; знизити ризик інвестиційної діяльності [1].

Завдяки впровадженню диверсифікації підвищується кредитоспроможність підприємства, знижується залежність від одного виду продукції, є можливість розподілу ринку, але разом з тим механізм диверсифікації має свої недоліки, а саме: складність пошуку резервних коштів, потреба у високопрофесійних спеціалістах, потреба у негайному використанні нових технологій, проблема пошуку джерел фінансування, невизначеність та інше [2].

Висновки. Необхідність у зміні стратегії діяльності фірми зумовлена розвитком ринкових відносин, зростаючою конкуренцією, нестабільністю і динамічністю процесів, які відбуваються на ринку. При формуванні стратегії диверсифікації, передусім, необхідно виявити конкурентні переваги підприємства, визначити сильні та слабкі сторони підприємства, провести порівняння власних характеристик з очікуваннями споживачів та партнерів.

Отже, основні переваги механізму диверсифікації полягають у:

посиленні економічного впливу в нових галузях;
запобіганні появі великих конкурентних компаній;
зростанні прибутку на сукупний капітал підприємства;
розширенні асортименту продукції;
регулюванні ринкових бар'єрів;

управління ризиками;
ефективне використання наявних ресурсів.

Проведені дослідження можуть стати основою для подальших розробок щодо механізму диверсифікації господарсько – фінансової діяльності підприємств.

Бібліографічний список

1. **Корінько М.Д.** Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №6. — С. 134–142.
2. **Цогла О.О.** Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — №5. — С. 148–152.
3. **Цогла О.О.** Формування конкурентних переваг підприємства шляхом диверсифікації його діяльності // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — №4. — С.104–109.
4. **Корінько М.Д.** Релевантність інформації при диверсифікації діяльності // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — №2. — С. 163–168.
5. **Корінько М.Д.** Оцінка результатів диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — №3. — С. 52–56.
6. **Корінько М.Д.** Диверсифікація у життєвому циклі підприємства // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №2. — С. 82–88.

ПЕТРЕНКО Н.В., ст. гр. ЭФ-09м

Науч. руков.: Стрелец А.И., д.э.н., проф.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

ЭФФЕКТ СИНЕРГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Раскрыта сущность влияния синергии в управлении персоналом. Изложены принципы действия управлением персоналом. Рассмотрены способы увеличения синергетического эффекта на предприятии.

Актуальность. На сегодняшний день умелое руководство персоналом, грамотное использование его потенциала с достижением эффекта синергии способствует дальнейшему развитию предприятия, его конкурентных преимуществ и выгодному положению на рынке.

Цель исследования: обоснование способов возникновения эффекта синергии при использовании потенциала личности работника и всей команды в целом.

Основная часть. Синергетизм — это результат комплексного взаимодействия мер, которые обеспечивают дополнительную эффективность работы предприятия более, чем простая арифметическая сумма эффектов отдельных мероприятий. Это понятие также называется синергетическим эффектом "2+2=5".

Предприятие в современном менеджменте рассматривается в качестве

системы. Суть системы — это совокупность элементов и связей, образующих некоторую

целостность. Если система целостная, то вследствие взаимодействия всех ресурсов, которые создают систему, появляются новые качества, которых не имеет каждый отдельный вид