МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК

ЧЕРНІВЕЦЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТИТУТУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНО – ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Рік заснування 2001

Випуск І

Економічні науки

Чернівці
2008

УДК 33(477) (06)
ББК 65.9 (4УКР) Я 54

Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: Книги-ХХІ, 2008. – Вип. І. Економічні науки. – 456 с.

У науковому віснику розглядаються актуальні питання активізації економічних реформ у національній економіці та її складових в економічній теорії, регіональній та світовій економіці, фінансах, менеджменті, маркетингу, обліку, туризмі тощо.

Буде корисним для науковців, фахівців, викладачів навчальних закладів, аспірантів, студентів.

Редакційна колегія:
Е.І.Бойко - д.е.н., професор, **Е.О.Грицюк** – к.е.н., доцент, **Д.Г.Лук'яненко** – д.е.н., професор, **А.А.Мазаракі** – д.е.н., професор, **В.В.Мова** – д.е.н., професор, **Т.М.Ореховська** – к.е.н., професор, **А.М.Поручник** – д.е.н., професор, **І.М.Школа** – д.е.н., професор, **М.Ф.Юрій** – д.і.н., професор.

Рецензенти: доктор економічних наук, професор **М.А.Козоріз**
доктор економічних наук, професор **В.І.Пила**

Редакція вісника:
Головний редактор – **І.М.Школа**
Відповідальний секретар – **Е.О.Грицюк**
Редактор – **Р.В.Кравчук**
Коректор – **Н.Т.Гринівська**
Комп'ютерний дизайн і макетування – **С.О.Галамашевич**

Друкується за ухвалою Вченої Ради Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Свідоцтво державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України № 4317 серія КВ від 20.06.2000 р.

Загальнодержавне видання
Збірник входить до переліку наукових видань ВАК України

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2007

Підписано до друку 17.03.2008 р.

є: підприємство, інвестор і проект. Ступінь взаємозв'язку і взаємозалежності визначається впливом на них факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Погодженість цілей і завдань розвитку інвестиційного проекту і підприємства є необхідною для будь-якої стадії розвитку економіки. При наявності потенційно перспективного інвестиційного проекту підприємство досить часто не має можливості його реалізувати, у зв'язку з впливом низки негативних факторів середовища. Результати аналізу в такому разі мають стати основою для прийняття управлінського рішення про інвестування. Таким чином, стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства здійснюється на основі аналізу і являє собою комплекс послідовних дій, що направлені на максимізацію прибутку. Особлива увага має приділятися погодженості фінансових показників підприємства і проекту.

Стратегія управління інвестиційною діяльністю підприємства, що ґрунтується на результатах аналізу процесів, які відбуваються на підприємстві, та у зовнішньому середовищі, дозволяє уникнути кризового стану, як наслідку недостатньої обґрунтованості інвестиційних рішень.

Підсумовуючи, зазначимо, що розробка інвестиційної стратегії дозволяє ухвалювати ефективні управлінські рішення, пов'язані з розвитком підприємства, галузі, регіону в умовах зміни зовнішніх і внутрішніх факторів, які визначають цей розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. В 2-х томах. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 443 с.

2. Дребот Н. Інвестиційна стратегія підприємства: засади і особливості її формування в сучасних умовах // Регіональна економіка. – 2000. – №1. – С.63-69.

3. Загородняк Н. Інвестиційна діяльність у харчовій промисловості в Україні // Економіка України. – 2003. – №2. – С.47-52.

4. Шевченко А.А., Богуцька І.В. Аналіз сучасного економічного стану підприємств харчової та переробної промисловості // Наукові записки: Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу. – Тернопіль, 2003. – Вип. 12, ч.2. – С.57-59.

А.А.Вдовічен, к.е.н., **О.Я.Смерека,**
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ОСНОВНІ ЦІЛІ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто та проаналізовано мету, суть та основні причини проведення стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Охарактеризовано основні переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства та позитивні і негативні чинники, що впливають на проведення диверсифікаційних процесів.

Considered and author analyzes aim, main point and fundamental problems of carrying out diversification strategy of enterprise's activity. There are charcterised main adventages and defects diversification strategy of interprise's activity and positiv and negative factors which influence of carrying out diversification proceses.

Сучасна ринкова економіка характеризується динамічністю і нестабільністю процесів, які відбуваються на ринку. Підприємство, аби вижити й розвиватися, змушене адаптуватися до цих змін, тобто забезпечити баланс між внутрішнім і зовнішнім середовищем з метою досягнення поставленої мети. Для цього йому необхідно обрати стратегію, яка найбільше відповідає умовам зовнішнього та внутрішнього середовища. Потреба у формуванні нової стратегії назріває тоді, коли виникають нові завдання або виявляється, що досягнення їх у межах діючої стратегії неможливе. У цьому разі найчастіше обирають стратегію диверсифікації, яка охоплює всі напрямки діяльності підприємства і складається з дій, спрямованих на утвердження позицій підприємства у різних галузях та забезпечення найкращого результату його діяльності. Використання стратегії диверсифікації створює для підприємства низку переваг: можливість збільшення частки ринку, розширення збутової мережі, активізацію ринкової політики, зниження видатків і цін на продукцію, у зв'язку з упровадженням нових технологій у процесі диверсифікації, покращення якості вже існуючої продукції та раціоналізації виробництва, створення принципово нових товарів чи послуг, розвиток нових напрямків підприємництва, необов'язково пов'язаних із базовою сферою господарювання чи особливостями ринку. Зауважимо, що диверсифікації, як будь-якому економічному процесу, притаманні не тільки переваги, але й недоліки.

Впровадження підприємством будь-якої стратегії діяльності потребує проведення аналітичного дослідження переваг та недоліків цього процесу. Вагомий внесок у дослідження питання впровадження стратегії диверсифікації зробили такі вчені, як Т.Алілова, М.Корінько, Е.Леман, Є.Новицький, М.Портер, А.А.Томпсон та А.Дж.Стрікленд та інші. Проте їхні дослідження стосуються в основному лише опису стратегії диверсифікації діяльності підприємств, де неможливо чітко розмежувати переваги та недоліки процесу.

Мета статті – розглянути основні моменти диверсифікації діяльності підприємств, в яких якнайкраще проявляються позитивні та негативні риси цього процесу. Виділити переваги та недоліки диверсифікаційної діяльності підприємств, згрупувати їх згідно зі

сферами прояву, з'ясувати чинники успіху та невдач, які визначають успішне проведення диверсифікації діяльності, визначити та розглянути основні цілі стратегії диверсифікації.

Диверсифікація – це безперервний економічний процес розробки нових видів товарів, робіт, послуг, який здійснюється суб'єктом господарювання для реалізації визначених ним економічних інтересів у конкретних ринкових умовах під впливом економічного регулювання органів управління держави [3, с.52].

Процес прийняття управлінських рішень щодо реалізації проекту диверсифікації досить глибоко досліджений у теорії управління. Однак він має свою специфіку, яка випливає зі специфіки об'єкта управління. М.Портер виділяє п'ять основних чинників, які впливають на потенціал дохідності галузі: конкуренція між фірмами, які діють на ринку, загроза появи нових конкурентів, можливість появи товарів-замінників, ринкові позиції постачальників та споживачів.

Крім того, деякі вчені розглядають диверсифікацію виробництва як засіб управління фінансовими ризиками та один з напрямків стратегічного розвитку підприємств.

В.Г.Герасимчук зазначає, що диверсифікацію "слід розглядати як розширення асортименту, освоєння нових напрямків виробництва з метою підвищення ефективності виробничої і комерційної діяльності отримання економічної вигоди, зниження ймовірності настання ризикового випадку" [2].

А.Сміт у своїй праці "Дослідження про походження і причини багатства народів" зазначає, що "будь-який вид підприємництва пов'язаний з кон'юнктурними коливаннями, тому підприємства повинні урізноманітнити (диверсифікувати) власну діяльність", тобто визначається узагальнюючий чинник процесу диверсифікації з урахуванням того, що загальноекономічні закони розвитку суспільства завжди є підґрунтям для визначення напрямку диверсифікації на основі не лише економічних, а й соціальних законів і чинників. [7].

Основним змістом процесу диверсифікації є розвиток декількох невзаємопов'язаних або обслуговуючих виробництв, розробка нових видів товарів, робіт, послуг. Конкретний напрям диверсифікації визначається безпосередньо на ринку, тому диверсифікацію можна характеризувати як процес, що відбувається в конкретних ринкових умовах.

Впровадження будь-якої стратегії дальності потребує розуміння та

усвідомлення переваг і недоліків цього процесу. Опрацювання наукових джерел і проведені власні дослідження дають підстави виділити переваги та недоліки диверсифікаційної діяльності підприємства, згрупувати їх згідно зі сферами прояву.

Вищий менеджерський персонал в управлінні диверсифікованим підприємством має вирішувати такі основні завдання:

- ✓ отримання розміру прибутку, затвердженого власником;
- ✓ ефективне управління активами та зобов'язаннями;
- ✓ забезпечення достатнього обсягу грошових коштів для виплат згідно із зобов'язаннями та своєчасної сплати відповідно до запланованих закупівель [5, с.54].

Серед причин, які спонукають підприємства диверсифікувати виробництво, є спроба зменшити або розподілити ризик, а також прагнення піти зі стагнуючих ринків і одержати фінансові зиски від роботи в нових галузях. Останні два чинники є головними причинами диверсифікації українських підприємств.

Стратегія диверсифікації може передбачати розробку нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. При цьому товари можуть бути новими для всіх підприємств, працюючих на цільовому ринку, або тільки для даного підприємства. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і сталість фірми у майбутньому. Вона є найбільш ризикованою і дорогою. Таким чином, диверсифікаційний ріст доцільний у випадках, коли галузь не дає підприємству можливостей для подальшого розвитку або якщо можливості за межами галузі кращі.

За яких же умов доцільно здійснювати диверсифікацію? Доти, поки підприємство одержує прибутки, використовуючи можливості однієї галузі, немає необхідності проводити диверсифікацію. Але як тільки потенціал для росту починає знижуватися, стратегічно вірним буде або проведення агресивнішої політики з метою збільшення частки ринку, або диверсифікація в інші сфери діяльності. Вибір останньої альтернативи передбачає вирішення питання, яким чином і в якому масштабі здійснювати диверсифікацію. Стратегічні можливості тут досить різноманітні. Адже підприємство може диверсифікуватися як у споріднену, так і в зовсім нову для нього галузь; як у незначних масштабах, так і у великих обсягах, спрямовуючи свою активність як в одну або дві нові великі сфери діяльності, так і у велику кількість дрібних. А якщо диверсифікація досягнута підприємство може розглядати питання про згортання тих видів діяльності, які вже не є для

нього привабливими.

Структуризацію процесу диверсифікації доцільно провести за такими основними етапами:

1. Визначення системи економічних інтересів суб'єкта господарювання, які пов'язані з диверсифікацією.

2. Визначення особливостей товару (робіт, послуг), який буде отримано у результаті реалізації проекту диверсифікації.

3. Визначення ринкових чинників, які впливають на ефективність процесу диверсифікації.

4. Визначення економічної ефективності або соціального ефекту від реалізації проекту диверсифікації [3, с.52].

Основною метою диверсифікації є створення цінностей для акціонерів. При проведенні диверсифікації з метою збільшення дохідності акцій корпоративна стратегія має зробити більше, ніж просто розподілити свій ризик шляхом інвестування коштів у різні галузі. Адже акціонери можуть досягти такої самої диверсифікації ризику шляхом купівлі акцій компаній, що працюють у різних галузях. Варто зазначити, що диверсифікація не підвищує дохідності акцій доти, доки група підприємств, об'єднана в одну єдину корпоративну систему, не почне давати більший ефект, ніж кожна з них окремо.

А.А.Томпсон, А.Дж.Стрікленд вважають, що переваги диверсифікації полягають у прискоренні розвитку підприємства та освоєнні нових ринків. При диверсифікації діяльності підприємства відбувається розширення мережі товарів і послуг, у яких «сукупність якісних та вартісних характеристик» забезпечує задоволення конкретних потреб споживачів; підприємство може оперативно та адекватно реагувати на зміну смаків і переваг споживачів; процес диверсифікації компенсує падіння збуту на одному ринку за рахунок збільшення його на інших ринках. До переваг диверсифікації варто віднести досягнення синергетичного ефекту в різних видах діяльності підприємства, який проявляється в зниженні інтегральних корпоративних витрат за рахунок багатофункціонального використання ресурсів. Слід зазначити, що диверсифікація виступає як «спосіб підвищення адаптивних якостей підприємства» та виникає як «ефект різноманітності». Диверсифікація – «ефективний інструмент виживання і розвитку корпоративних структур в умовах сьогоднішньої нестабільної світової та національної фінансових систем, служить страховим механізмом і значною мірою підсилює конкурентні позиції бізнес-

лідерів»; є одним з «основних способів підвищення конкурентоспроможності господарської структури, оскільки в результаті виникає «ефект диференціації» як зниження питомих виробничих витрат і розширення номенклатури продукції та послуг» [5, с.149]. При впровадженні стратегії диверсифікації проявляються певні переваги, а саме: розширення ключового профілю діяльності — досягнення критичної величини об'єму робіт, що дозволяє обійти конкурента, отримати цінові скидки, знизити питомі затрати на рекламу; взаємна підтримка репутації товару на ринку, покращення технологій обслуговування і підвищення завантаженості відповідних потужностей. Відбувається перетворення стратегічних відповідностей у конкурентні переваги та розподіл фінансових ризиків за різними напрямками. Диверсифікація є найбільш обґрунтованим і відносно менш витратним способом зниження рівня фінансового ризику. М.Портер зауважує, що завдяки впровадженню диверсифікації виникає ефект масштабу та синергії, підвищується кредитоспроможність підприємства, знижується залежність від одного виду продукції та ринку, виникає можливість розподілу ризику, але разом із тим проявляються негативні сторони процесу диверсифікації, а саме: складність пошуку резервних коштів і підприємств для придбання, потреба у нових знаннях і навичках управлінського персоналу, відсутність методологічної бази. Для детального стратегічного аналізу конкурентів потрібні великий обсяг інформації та особлива увага і знання управлінського персоналу. Тому стратегію диверсифікації слід визначати із врахуванням конкретних можливостей підприємства, його цілей і умов функціонування, постійно проводити комплексне дослідження визначення шляхів досягнення поставленої перед ним мети, що потребує залучення великих фінансових, матеріальних, інформаційних ресурсів. Необхідність постійного ведення інноваційної діяльності у всьому інтегрованому циклі виробництва, збільшує затрати.

Отже, підприємство має здійснювати диверсифікацію з найбільшою для себе вигодою і найменшим ризиком, тобто вибрати оптимальний варіант вкладення капіталу із максимально можливим прибутком і забезпеченням фінансової стійкості підприємства. Для цього потрібно враховувати всі переваги та недоліки цього процесу [4, с.49].

Загалом всі переваги та недоліки стратегії диверсифікації підприємства можна погрупувати згідно зі сферами впливу (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства згідно зі сферами впливу

Переваги	Недоліки
Стратегічні	
• стабільність ділових стосунків; • формування сприятливого соціального середовища за рахунок збільшення масштабу робіт; • постійні та гарантовані поставки; • покращення інформаційного забезпечення, інтеграція маркетингових досліджень; • підвищення адаптивних якостей підприємства; • досягнення синергетичного ефекту; • управління ризиками.	• невизначеність, високий рівень ризику; • труднощі щодо встановлення реальних конкурентних умов для нового напрямку діяльності, необхідність постійного ведення інноваційної діяльності.
Конкурентні	
• звуження сфери конкурентно-ринкових відносин; • регулювання ринкових бар'єрів; • підвищення конкурентоспроможності.	• ризик злиття з конкурентом; • зростання рівня інтенсивності конкуренції; • розширення числа конкурентів.
Технологічні	
• обмін технологіями; • більш повне використання виробничих потужностей; • ефективне використання наявних в підприємства ресурсів; • розширення асортименту продукції; • залучення нових кваліфікованих кадрів; • створення умов для модернізації виробництва та стимулювання НТП; • створення передумов та формування на підприємстві замкнутих виробничих циклів, спущений вихід на світовий ринок.	• потреба у негайному використанні нових технологій; • ускладнення виробничо-збутової системи; • залежність від масштабів наявного виробничого та торгово-збутового потенціалу; • не існує єдиного часу впровадження.
Економічні	
• зростання прибутку на сукупний капітал диверсифікованого підприємства; • зниження інтегральних корпоративних витрат за рахунок багатофункціонального використання ресурсів; • розвиток підприємства за рахунок самофінансування; • насичення ринку різними видами продукції, вплив на процес утворення; • цін (диктат); • стабілізація бізнесу; • концентрація фінансових та матеріальних ресурсів.	• збільшення витрат; • значні капітальні вкладення, залучення інвестицій; • проблема пошуку джерел фінансування; • у базовій галузі зниження обсягів реалізації та прибутку; • висока вартість входження • в нову галузь.
Споживчі	
• адекватне та оперативне реагування на задоволення потреб споживачів; • зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє довкілля.	• ефект диверсифікації може бути зведений до мінімуму споживачами, які не розпізнали якості диверсифікованого товару.

Виходячи з переваг та недоліків стратегії диверсифікації діяльності підприємства, можна виділити позитивні та негативні чинники, які

впливають на проведення диверсифікаційних процесів. На нашу думку, позитивними чинниками успіху є: привабливість галузі з точки зору рентабельності та можливості розвитку; стабільний фінансовий стан та місце даного підприємства в галузі на момент диверсифікації; асоціативні зв'язки між профілем підприємства та потребами галузі, куди диверсифікує підприємство; диференціація, ціна та якість продукції; створення попиту і виправдання сподівань, що відповідають реальній якості продукції, яка пропонується; повне використання виробничої потужності підприємства та завантаження спеціалістів; формування сприятливого соціального середовища за рахунок збільшення масштабу робіт і створення замкнутих виробничих циклів; оперативне та адекватне реагування на зміну смаків і переваг споживачів. Негативними чинниками є: невизначеність; необ'єктивність оцінки власної компетентності та особливостей нового ринку, витрат та прибутку, відсутність методологічної бази; ускладнення управління підрозділами великих диверсифікованих підприємств; проблема пошуку джерел фінансування; невизначеність часу впровадження; неадекватне реагування споживачів [6, с.151].

Суб'єкти ринкових відносин поки що не володіють методами управління набором видів діяльності, й диверсифікаційний портфель формується методом спроб і помилок. Крім того, стратегія диверсифікації є важливим засобом реструктуризації економіки та підвищення її конкурентоспроможності. Пошук напрямів структурної перебудови значно вигідніше здійснювати шляхом оцінки інвестицій у галузі економіки і сфери підприємницької діяльності, які володіють потенціалом високоефективної диверсифікації. Проте, варто зазначити, що диверсифікована модель виробництва якщо й не спроможна на даному етапі розв'язати всі проблеми агропромислових підприємств, то хоча б допоможе раціонально використовувати виробничі потужності, робочу силу й вирішувати дані економічні і соціальні проблеми.

Таким чином, життєва необхідність у зміні стратегії діяльності підприємства як одного з найефективніших і найпрогресивніших засобів управління та процвітання підприємства, зумовлена розвитком ринкових відносин, позитивними зрушеннями в економіці країни, зростаючою конкуренцією на світовому ринку. Тільки знання всіх можливих варіантів результату діяльності дозволить правильно обрати подальший шлях розвитку підприємства. Отже, обираючи стратегію диверсифікації, необхідно орієнтуватися на практичну реалізацію

розробленої корпоративної місії, постійний аналіз поточної ситуації, оцінку конкурентної позиції та привабливості галузі із врахуванням переваг та недоліків впровадження такої стратегії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бутенко Н.В. Диверсифікація виробництва: цілі та стратегії реалізації // Економіка АПК. – 2003. – №7. – С.109-114.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. пос. – К.: КНЕУ, 2000.
3. Корінько М.Д. Диверсифікація як економічний процес // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №4(70). – С.48-53.
4. Корінько М.Д. Диверсифікація як стратегія розвитку // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №5. – С.48-53.
5. Корінько М.Д. Оцінка результатів диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №3(57). – С.52-56.
6. Цогма О.О. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №5(7). – С.148-152.
7. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов: В 2-х т. – М., 1931.

І.М.Авраменко, О.І.Авраменко, М.М.Михайленко,
Кременчуцький державний політехнічний університет
ім. М.Остроградського,
м. Кременчук

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті проведено огляд інвестиційної привабливості підприємств України, досліджено методики аналізу інвестиційної діяльності та показано можливі шляхи підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Автори статті представляють своє бачення проблеми і пропонують шляхи її подолання.

The review of investment attractiveness of enterprises of Ukraine is conducted in the article , the methods of analysis of investment activity are explored and shown the possible ways of increase of investment attractiveness of subject of menage. The authors of the article represent seeing of problem and offer the ways of its overcoming.

Проблема інвестиційного клімату, залучення іноземних інвестицій та підвищення інвестиційної привабливості підприємств постала перед Україною, практично одразу, після здобуття нею незалежності. Вирішення цих питань було висунуто як на загальний розсуд, тобто обговорювалося на шпальтах газет, на телебаченні та в інших засобах масової інформації, так і зосередило увагу верхівки влади. Президент України навіть ініціював створення і власноруч очолив Консультаційну раду з питань іноземних інвестицій в Україні. Утім, до цього часу робота владних органів в інвестиційній сфері є прикладом типового формалізму і всі розроблені програми та плани-заходи мають досить декларативний характер.

Вітчизняні та зарубіжні науковці дедалі більше уваги приділяють вивченню проблеми інвестиційної привабливості та впливу іноземних інвестицій на розвиток виробництва. Різні теоретичні та методологічні