

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**ІV ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**20 – 21 жовтня 2022 р.  
м. Одеса**

УДК: [316.334.2:330.3]:316.64-053.6(477)

Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді. Матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції 20-21 жовтня 2022 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2022. – 147 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України з погляду молодих вчених. Були дослідженні теоретичні аспекти та запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Іванченкова Л.В. - д-р екон. наук, професор, в.о. директора ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д., – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## Література

1. Гаврилко П. Теоретичні засади та механізм формування стратегії інноваційного розвитку підприємств. Світ фінансів. 2018, № 1. С. 44-50.
2. Мельник Ю. М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. Економіка харчової промисловості. 2019, Вип. 4. С. 67-72.
3. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Економічний нобелівський вісник. 2020, № 1 (8). С. 79-85.
4. Семенюк О. М. Вибір та обґрунтування інноваційних стратегій підприємств. Наук. вісник Ужгород. ун-ту. 2021, Вип. 3(40). С. 80-83.

## ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК НАПРЯМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Молодід А., здобувач СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Хромов І.О.  
Одеський національний технологічний університет

У вітчизняній практиці застосування стратегічного підходу до управління підприємством залишається обмеженим. Головними причинами такого становища є недостатнє висвітлення методичних проблем у сфері стратегічного управління; не систематизований належним чином порядок прийняття й реалізації стратегічних рішень; відсутність налагоджених та перевірених інструментів розробки і реалізації стратегії; неспроможність ув'язати стратегічний рівень управління підприємством з операційним, тобто довести стратегію до певного виконавця; помилкове очікування керівниками підприємства миттєвого результату [1].

Диверсифікація як напрям стратегічного розвитку підприємства є темою великої кількості потужних досліджень науковців: з І. Ансоффа [3], який запропонував перші теоретичні уявлення про диверсифікацію, до М. Портера, що саме ввів термін «диверсифікація» до активного наукового вживання. Диверсифікація частіше за все поділяється вченими-економістами на два типи: пов'язана і непов'язана. Пов'язана диверсифікація є новою областю діяльності підприємства, пов'язаною з вже наявними областями бізнесу (наприклад, у виробництві, маркетингу, матеріальному постачанні або технології), цей тип диверсифікації відбувається частіше всього на ринках, де існує сильна конкуренція [2].

З позицій стратегічного менеджменту ключовими особливостями стратегії диверсифікації є ступінь залучення підприємства у види діяльності, що характеризуються різними компетенціями та ступеню збігу нових видів діяльності із старими видами. Ці дві особливості є основою класифікації стратегій диверсифікації, запропонованої Л. Ригли і Р. Румельтом. Перша характеристика вимірюється через норму спеціалізації (SR): відношення обсягу

продажу компанії від її основної діяльності до всього обсягу її продажу. Друга – через показник пов'язаності: пропорції за обсягами продажу з усіх видів діяльності фірми, які співвідносяться одна з одною (RR). Розглянемо докладніше спосіб, що з встановленням ступеня схожості у якомусь аспекті видів діяльності фірми між собою. Для вирішення зазначеної задачі було розроблено варіанти класифікацій типів диверсифікації фірми. Першим свій варіант запропонував Л. Ріглі, який види стратегій диверсифікації згрупував у чотири категорії: 1) розширення випуску (продажів) єдиного продукту ( $SR > 95\%$ ); 2) розширення випуску домінуючого продукту ( $95\% > SR > 70\%$ ); 3) розширення випуску, пов'язаного з основним продуктом ( $SR < 70\%$ ,  $RR > 70\%$ ); 4) розширення випуску, не пов'язаного з основним продуктом ( $SR < 70\%$ ,  $RR < 70\%$ ).

Друга категорія в класифікації – диверсифікація на основі розширення продажів домінуючого продукту – є лише обмеженим збільшенням його продажів (менше 30% від усього обсягу збуту) по відношенню до продажів їх основного продукту. Розширення випуску (продажів) основного продукту означає вихід на продуктові ринки, пов'язані з ключовою перевагою (основною діяльністю) компанії. Розширення випуску продукту, не пов'язаного з основною діяльністю фірми, є виходом на продуктові ринки, які істотно відрізняються від попередньої діяльності.

### **Література**

1. Rumielt R.P. Strategy, Structure, and Economic Performance. Boston : Harvard Business School Press, 2008. 462 p.
2. Корінько М. Диверсифікація як економічний процес. Актуальні проблеми економіки. 2017. № 4 (70). 174 с
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб. : Питер Ком, 2007. 416 с.

## **УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Кучеренко В., здобувач СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА  
Науковий керівник – д.е.н., професор Савенко І.І.  
Одеський національний технологічний університет**

Зростання ролі логістики у галузях національної економіки сприяє удосконаленню методів управління логістичними процесами на підприємствах. Логістичні процеси є фундаментальними інструментами ефективної організації роботи управлінського і операційного характеру. Вони вимагають високого рівня взаємодії, системності, мінімізації помилок, швидкого виконання дій, передачу точної і достовірної інформації. Саме швидкість, надійність, точність,