

Виходячи з розрахунків, кон'юнктура ринку лісового господарства у 2016 і 2018 роках характеризувалась стабільною тенденцією.

Отже, можна зробити висновок, що лісове господарство як вид економічної діяльності, частка якого в структурі економіки України є незначною, не займає домінуючої ролі в економіці країни; основними видами виробничої діяльності є заготівля, переробка та реалізація деревини, що характеризуються рівномірним розвитком.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.10.2019).
2. Коваль Я. В., Блажкевич Т. П., Волочков В. В. Планування виробництва в лісовому господарстві : навч. посіб. Житомир : Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2011. 504 с.
3. Волошук Р. В. Проблеми і перспективи розвитку лісогосподарського комплексу. URL : http://rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68774.doc.htm. (дата звернення: 22.10.2019).
4. Інформація щодо лісистості України. URL : http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art_id=195404&cat_id=32888 (дата звернення: 22.10.2019).
5. Основні досягнення лісового господарства України. URL : http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art_id=121197&cat_id=81209 (дата звернення: 22.10.2019).

Ліпич Л. Г., д.е.н., професор

Репета Р. М., студент

Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ФАКТОРИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Перехід підприємства від одного відносного сталого стану до іншого, від спеціалізації – до диверсифікації є наслідком акумулятивного накопичення умов, які склалися під впливом множини факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Під поняттям «фактори диверсифікації» слід розуміти різні умови, причини, перетворення, що викликають необхідність урізноманітнення діяльності, збільшення кількості видів і найменувань продукції та послуг. Тобто, це сукупність тих чинників, що сприяють різнобічному розвитку підприємства завдяки інноваційним змінам у виробництві, управлінні, номенклатурі промислової продукції та послуг [1].

Дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених лише поверхнево торкаються факторів диверсифікації діяльності підприємств.

Так, І. Ансофф стверджує, що основними мотивами диверсифікації є [2]:

– невідповідність поставлених цілей підприємства масштабам існуючого портфеля продуктів, що виробляються;

– перевищення нерозподіленого прибутку над валовими витратами в межах існуючого портфеля продуктів.

Р. Кунц [3] виділяє три групи мотивів, які спонукають підприємства до диверсифікації:

- мотиви, пов'язані з безпосередніми намаганнями менеджерів підприємства здійснити диверсифікацію у власних інтересах з метою розширення сфери свого впливу на діяльність суб'єкта господарювання і таким чином збільшити свої прибутки;

- мотиви, викликані стрімким розвитком економіки країни та появою сприятливих умов для розширення підприємницької діяльності;

- мотиви, від яких залежить підвищення прибутку і зниження господарських ризиків.

Ж. Ліувіль [4] виділяє:

– наступальні мотиви – пов'язані з розширенням підприємства, досягненням синергетичного ефекту, пошуком сфер діяльності з високою рентабельністю, використанням взаємодоповнюючих ресурсів, що застосовуються у виробництві декількох видів продукції;

– оборонні мотиви – пов'язані із заміною виду діяльності, що переживає спад, зниженням попиту на продукцію тощо.

Мотиви за М. Корінько поділяються на такі групи [5]:

•макроекономічні мотиви, до яких відносяться загальний стан і тенденції розвитку світової і національної економіки, зміни у споживчому попиті на товари і послуги;

•законодавчі мотиви, що обумовлюються дією антимонопольного, податкового та митного законодавства;

•внутрішньогалузеві мотиви, до яких відносяться темпи зростання галузі та рівень внутрішньогалузевої конкуренції;

•внутрішньofірмові мотиви, які поділяються на техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні, стратегічні.

Л. Мармуль, М. Радаєва, [6], Л. Єфименко [7], вважають за доцільне розділити фактори диверсифікації на фактори-мотиви та фактори-умови.

Однак, на наш погляд, розглянуті вище підходи до класифікації факторів диверсифікації не відображають різноманітність причин переорієнтації підприємств у напрямі диверсифікованого розвитку та потребують розширення і систематизації.

Вважаємо за доцільне, насамперед, виділяти фактори-умови (визначаються станом елементів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства) та фактори-мотиви (характеризують внутрішні спонукання підприємств до здійснення диверсифікації). Оскільки, зміни зовнішнього середовища призводять до змін на рівні підприємств, і навпаки: зміни на рівні господарюючих суб'єктів мають позитивні або негативні наслідки на регіональному, національному, а іноді і світовому рівні, вважаємо за необхідне виділяти фактори диверсифікації зовнішнього і внутрішнього середовища, які між собою існують в тісному зв'язку. При цьому фактори внутрішнього порядку визначаються метою, завданням, технологією, ресурсами і фінансовими результатами підприємства; факторами зовнішнього порядку є елементи зовнішнього середовища: конкуренти, постачальники, споживачі, економічний і культурний рівень країни та світу [6].

З огляду на те, що фактор – це векторна величина, позитивне значення якого сприяє розвитку і удосконаленню систем, а негативне – приводить до деструктивних процесів [7], вважаємо за необхідне виділяти фактори позитивного та негативного впливу.

Розглядаючи диверсифікацію у контексті забезпечення сталого розвитку, пропонуємо виділяти економічні, екологічні та соціальні фактори-мотиви, а також економічні, екологічні, соціальні, політичні, правові, природні, інформаційні та фактори-умови.

Для своєчасного виявлення і усунення впливу негативних тенденцій на розвиток диверсифікації необхідно здійснювати їх постійний контроль та моніторинг.

Список використаних джерел:

1. Вітковський О. С. Диверсифікація виробництва як спосіб підвищення ефективності діяльності підприємства. URL : http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tpe/2009_19/Zb19_49.pdf (дата звернення 23.10.2019).
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия ; пер. с англ. СПб. : Питер, 1999. 414 с.
3. Кунц Р. Стратегия диверсификации и успех предприятия. Проблемы теории и практики управления. 1994. № 1. С. 96-100.
4. Лиувиль Ж. Стратегия предприятия и рентабельность. Проблемы теории и практики управления. 1993. № 3. С. 58-61.
5. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи. К. : ННЦ «Ін-т аграр. економіки», 2007. 486 с.
6. Мармуль Л. О., Радаєва М. М. Механізм формування диверсифікаційної політики підприємства в умовах трансформаційної економіки. К. : ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2006. 198 с.
7. Єфименко Л. М. Державна політика як фактор диверсифікації на промислових підприємствах. Національне господарство України: теорія та практика управління. 2008. С. 75-81.
8. Шведчиков О. А. Фактори зовнішнього середовища, що впливають на сталий розвиток промислового підприємства. [URL] : http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Cher/2011_3/Svedchikov.pdf (дата звернення 23.10.2019).

Літвінов В.І. ст. викладач
Відокремлений підрозділ Національного
університету біоресурсів і природокористування
України «Бережанський агротехнічний інститут»,
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

ТРУДОВА МОТИВАЦІЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.

Останнім часом на багатьох підприємствах приділяють велике значення системі мотивації персоналу. Ця проблема постає перед усіма керівниками сільськогосподарських підприємств. Адже добре продумана і організована система мотивації є ефективним інструментом як для залучення нового персоналу, так і стабілізації робочих місць. Майже всі керівники підприємств звертають увагу на другий варіант – утримання вже працюючого персоналу, тому що це є найбільш ефективним і найменш витратним.