

## **РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Студент гр. 10202112 Манукина Т.С.

*Научный руководитель - доцент, к.э.н. Короткевич Л.М.*

Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

Общее определение, данное известным ученым И. Ансоффом, уделившим большое внимание этой проблеме, выглядит следующим образом: «Диверсификация — это термин, применяемый к процессу перераспределения ресурсов, которые существуют на данном предприятии, в другие сферы деятельности, существенно отличающиеся от предыдущих» [1].

Нами диверсификация рассматривается как вид деятельности, который предполагает разработку нового продукта, либо усовершенствование существующих товаров на предприятии.

В рамках диверсификации производства выделяют несвязанный и связанный тип.

Чтобы понять, нужна ли диверсификация, нужно провести анализ ее целесообразности. Для этого используем метод морфологического анализа. Морфологический анализ — основан на подборе возможных решений для отдельных частей задачи и последующем их комбинировании. Для определения степени необходимости диверсификации производства воспользуемся схемой, которая известна как «куб Цвикки» [2]. В качестве трех параметров выбраны следующие показатели: загрузка производственных мощностей, темп роста отрасли и прогнозируемые затраты на диверсификацию. По каждому показателю предусмотрено по две градации. В итоге рассматривается восемь возможных ситуаций.

Так как машиностроение характеризуется большими объемами производства, сложным сбытом продукции, большими оборотными средствами, сложными технологиями, дорогостоящим оборудованием, необходимость диверсификации должна быть достаточно обоснована. Чтобы более детально обосновать целесообразность диверсификации и выбрать вариант диверсификации была разработана методика, основанная на экспертных оценках, определении причин и постановки целей диверсификации.

Проанализировав необходимость диверсификации, необходимо выбрать в каком виде ее проводить. Для выбора вида диверсификации разработана схема, основанная на причинах и целях диверсификации.

#### *Литература*

1. Ansoff H. I. Strategies for Diversification / Marketing and Diversification: Long Range Planning. — Bradford University Press, 1971.
2. Стахов, П.В. Методы выбора варианта диверсификации производства машиностроительного предприятия//Автореферат диссертации -2007.