

racteristics of subjects, conditions of their participation in the market, processes and actions which influenced formation and development of the market of products of a fast food which allows to define trends and development tendencies in shortly – and medium-term the periods

**Practical value.** Generalization factors of development of resellers – render optimization assistance to formation of qualitatively new basis of development of interactions between intermediaries and consumers in the market of products of a fast food as a whole.

**Key words:** market, competition, world bank, intermediaries, conditions, subjects, objects, organizational businesses processes, tendencies

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Березіним О.В. Дата надходження рукопису 16.07.2013 р.

УДК 338.33:658.87

Наталія Власова, канд. екон. наук,  
проф.<sup>1</sup>,  
Ольга Ковінько<sup>2</sup>

Харківський державний університет харчування  
та торгівлі, м. Харків, Україна,  
1 – e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua;  
2 – e-mail: olga.kovinko@mail.ru

## СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЯК ЗАСІБ КОНЦЕНТРАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Natalia Vlasova, Cand. Sci. (Ekon.), Prof.,<sup>1</sup> Kharkiv State University of Food Technology and  
Olga Kovinko<sup>2</sup> Trade, Kharkiv, Ukraine,

1 – e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua;  
2 – e-mail: olga.kovinko@mail.ru

## DIVERSIFICATION STRATEGY AS A WAY OF CONCENTRATION IN RETAILERS

**Мета.** Мета статті полягає у визначенні особливостей, переваг і найбільш ефективних форм диверсифікації як засобу концентрації в торговельній галузі.

**Методика.** У процесі дослідження використано: загальнонаукові теоретичні методи аналізу та синтезу (для уточнення змісту поняття «диверсифікація»), методи системного підходу (з метою визначення форм диверсифікації), причинно-наслідкового зв'язку (для виявлення зв'язку між процесами концентрації та диверсифікації в роздрібній торгівлі).

**Результати.** На підставі проведеного дослідження визначено сутність диверсифікації, основні передумови виникнення та її наслідки. Розглянуто зміст ефекту різноманітності як засобу зростання обсягів діяльності підприємств і систематизовано мотиви, що спонукають підприємства до диверсифікації. Визначено основні етапи реалізації стратегії диверсифікації. Виокремлено основні типи диверсифікації: зв'язана та незв'язана; горизонтальна та вертикальна. Ураховуючи особливості функціонування торговельної галузі й, у першу чергу, роздрібною торгівлі (локальність діяльності окремих підприємств, висока ризикованість і залежність від мінливості кон'юнктури товарних ринків тощо), виявлено взаємозв'язок між типом диверсифікації та формою їх прояву як засобу концентрації в торговельній галузі. Відзначено, що в сучасних умовах розвитку роздрібною торгівлі в Україні превалюють змішані форми зв'язаної диверсифікації (як горизонтальної, так і вертикальної).

**Наукова новизна.** Науково обґрунтовано розуміння сутності диверсифікації як засобу концентрації виробництва та капіталу, що дозволило з урахуванням галузевих особливостей визначити зв'язок між типом диверсифікації та формою концентрації в роздрібній торгівлі.

**Практична значущість.** Отримані результати спрямовані на підвищення обґрунтованості стратегічних рішень щодо вибору типу диверсифікації в процесі розвитку підприємств роздрібною торгівлі.

**Ключові слова:** концентрація, диверсифікація, стратегія, роздрібна торгівля, підприємство, тип, форма.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Істотні зміни економічних, соціальних і науково-технічних умов діяльності фірм докорінно змінюють підходи до розвитку процесів концентрації. Підприємства, які займаються бізнесом у динамічному оточенні, повинні постійно розвиватися, щоб вижити. Фірма, яка розвивається, легше переборює помилки управління, ніж стабільна. Потік доходів, що зростає, створює запас ресурсів, який може бути використаний для вирішення проблем або стратегічного маневру. Вона є більш привабливою як для працівників, так і для інвесторів та ін. Концентрація – це об'єктивний процес розвитку, який супроводжується збільшенням обсягів випуску продукції, реалізації товарів і послуг, обсягів капіталу, праці та інших факторів виробництва, суб'єктів господарювання, що дає їм певні конкурентні переваги [1].

Є два засоби й, відповідно, дві базові стратегії зростання: концентрація на основі спеціалізації в одній сфері діяльності й диверсифікації в інші галузі. Спеціалізація, як засіб концентрації, базується на однорідності виробництва продукції, надання послуг, має значні обмеження, особливо у сферах діяльності, які значною мірою залежать від кон'юнктури ринків. Цим багато в чому пояснюється той факт, що диверсифікація стала найпоширенішою формою концентрації в торговельній галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми диверсифікації розглядаються в багатьох наукових працях, які стосуються управління фінансовими та інвестиційними ресурсами, стратегічного управління багатогалузевими корпораціями [2-5]. Що стосується торговельної галузі, то питання диверсифікації порушують в основному лише у зв'язку із сучасними тенденціями розвитку торговельних мереж [6-8]. Теоретичні та практичні аспекти розуміння особливостей, ефективності диверсифікації як засобу процесу концентрації в торговельній галузі ще не знайшли відповідного відображення в науковій літературі.

**Мета й завдання статті.** Метою статті є дослідження особливостей, переваг і найбільш ефективних форм диверсифікації як засобу концентрації в торговельній галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Диверсифікація – це багатоаспектне поняття, під яким розуміють [9]:

- інвестиційний підхід до розподілу фінансових і виробничих ресурсів за різними галузями та сферами;
- освоєння нових видів виробництва, розширення асортименту продукції, видів послуг, переорієнтацію ринків збуту;
- поширення господарської діяльності в нові галузі, сфери та на нові території.

Усі наведені визначення не суперечать одне одному. Вони лише характеризують різні сторони такого складного явища як диверсифікація.

Її передумовами є: нерівномірний розвиток галузей економіки; дія закону зниження норми прибутку у традиційному виробництві; розвиток науково-технічного прогресу.

Пропонуючи цілий комплекс товарів і послуг, підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність, зменшити можливі ризики. Ці й інші причини спонукають підприємства розподіляти капітал між різними об'єктами вкладень, розширювати сфери діяльності, купуючи (поглинаючи) інші фірми або починаючи нові види бізнесу.

Диверсифікація пов'язана з такою перевагою великих підприємств як ефект різноманітності. У сучасних умовах він відтісняє на другий план ефект масового виробництва однорідної продукції. Суть ефекту різноманітності полягає в тому, що виробництво багатьох видів продукції в рамках одного великого підприємства вигідніше, ніж виробництво тих самих видів продукції на невеликих спеціалізованих підприємствах. Однак ця закономірність не має універсального характеру, хоча вона притаманна багатьом сферам діяльності.

Стратегія диверсифікації використовується для того, щоб фірма не стала надто залежною від одного стратегічного підрозділу. Вона спрямована на підвищення ефективності діяльності підприємства не тільки сьогодні, але й на тривалу перспективу. На перших етапах стратегія диверсифікації, спираючись на фінансові можливості поточного виробництва, передбачає альтернативне використання ресурсів, виробничих потужностей, торговельно-збутової мережі. На наступних етапах (у міру накопичення прибутків і розширення діяльності) стратегія диверсифікації поширюється за межі галузі, регіону, національної економіки. Більшість фірм звертаються до неї, коли створюють фінансові ресурси, що перевищують необхідні для підтримки конкурентні переваги у первинних видах діяльності.

Диверсифікація пов'язана з техніко-технологічними, економічними, фінансовими, соціальними та стратегічними мотивами в діяльності підприємств [9].

Техніко-технологічні – це бажання більш повно завантажити виробничі потужності та зберегти виробничий потенціал; альтернативні варіанти використання сировини, матеріалів і технологій; незайнятість і неповне використання ресурсів.

Економічні – нагромадження капіталу в традиційних галузях виробництва й пошук нових сфер використання капіталу; розширення частки ринку, завоювання нових ринків, створення синергичного ефекту; економія на масштабах діяльності; економічна обмеженість ресурсів.

Фінансові – це розподіл ринків між більшим обсягом виробництва; фінансова стабільність.

Соціальні – збереження робочих кадрів; створення нових робочих місць; задоволення інших потреб; інноваційна політика менеджерів.

Стратегічні – пристосування до кон'юнктури ринку; протидія коливанням кон'юнктури; страхування майбутнього підприємства; антимонопольне законодавство; злиття й поглинання; державне замовлення.

До основних цілей диверсифікації відносять забезпечення економічної та фінансової стабільності, необхідного рівня прибутку та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Умови виробництва, специфіка окремих галузей і сфер діяльності, етапи та масштаби розвитку окремих суб'єктів господарювання, стан кон'юнктури товарних, фінансових ринків й інших впливають на форми та типи диверсифікації.

Розрізняють зв'язану та незв'язану диверсифікацію. Зв'язана диверсифікація може бути вертикальною або горизонтальною. Основним критерієм визначення типу диверсифікації є принцип злиття. За умови функціонального злиття поєднуються підприємства, що зв'язані в процесі виробництва. Унаслідок інвестиційного злиття об'єднання відбувається без виробничої єдності підприємств.

Горизонтальна інтеграція, або зв'язана горизонтальна диверсифікація, – це об'єднання підприємств, що працюють і конкурують в одній сфері діяльності. Головною метою горизонтальної інтеграції є посилення позицій фірми в галузі шляхом поглинання певних конкурентів або встановлення контролю над ними. Горизонтальне об'єднання може допомогти зекономити на масштабі виробництва й/або знизити небезпеку конкурентної боротьби, розширити спектр товарів і послуг.

Форми горизонтальної диверсифікації досить широко використовуються в роздрібній торгівлі як засоби технічної та економічної концентрації [10]. Технічна концентрація реалізується в межах торговельної зони окремого підприємства за рахунок змін і розширення асортименту товарів і послуг, що пропонуються покупцям. Вона може бути забезпечена також за рахунок виходу на інші сегменти споживачів відповідного товарного ринку; використання різноманітних стимулів (прийомів, методів) щодо забезпечення лояльності різних груп покупців до торговельного підприємства (додаткових послуг, маркетингового впливу тощо).

Найчастіше важливою причиною горизонтальної диверсифікації у сфері торгівлі є просторове розширення ринків шляхом створення різноманітних торговельних мереж. Це – використання різних форматів і магазинів різної спеціалізації в межах певного регіонального ринку; розвиток торговельної мережі за рахунок виходу на інші регіональні, національні та зарубіжні ринки. Основними перевагами горизонтальної диверсифікації, як засобу економічної концентрації, є те, що з'являється можливість, по-перше, закуповувати товар у постачальників за більш низькими цінами, по-друге, провадити єдину збутову та маркетингову політику й, по-третє, гнучко та оперативно перерозподіляти залишки на складах, не допускаючи утворення неліквідів, тобто економити поточні витрати [11].

Вертикальна інтеграція, або зв'язана вертикальна диверсифікація, – це процес придбання або включення до складу підприємства нових виробництв, що входять у технологічний ланцюжок. Вона є засобом економічної концентрації. У результаті вертикальної інтеграції відбувається об'єднання фірм, що перебувають на різних етапах виробничого процесу. Найчастіше така інтеграція реалізується у двох основних формах, які характеризують спрямованість інтеграції та положення підприємства у виробничому ланцюжку:

– інтеграція «назад», або так звана зворотна інтеграція;

– інтеграція «уперед», або пряма інтеграція.

За умови зворотної інтеграції підприємства торгівлі приєднують функції, які раніше виконувалися оптовими посередниками, іншими постачальниками, або встановлює контроль над виробництвом товарів.

У разі прямої інтеграції підприємства торгівлі приєднують функції, що виконувалися раніше дистриб'юторами, тобто приєднуються транспортні, сервісні, маркетингові служби, канали збуту й інші функціональні служби, пов'язані з основною діяльністю фірми. Значну роль у цьому випадку відіграють організації, що діють у сфері післяпродажного обслуговування, ресторанного господарства.

Незв'язана диверсифікація, або просто диверсифікація, – це охоплення таких напрямків діяльності, які не мають прямого безпосереднього зв'язку з основною діяльністю підприємств. У цьому випадку, як правило, немає загальних ринків, ресурсів, технологій, а ефект досягається за рахунок обміну або поділу активів/сфер діяльності. Це скоріше диверсифікація капіталу, а не виробництва. Вигода від конгломератного злиття можлива в результаті оптимізації управління грошовими потоками й інвестиційними ресурсами. Найбільш важливими мотивами такої диверсифікації можна назвати прагнення закріпитися в зростаючих сферах і/або галузях з високою нормою прибутку, розподіл ризику, використання досвіду управління, податкові пільги.

Характеристика основних форм прояву збільшення масштабів діяльності (концентрації) у торговельній галузі під впливом різних типів диверсифікації наведена в таблиці 1, а в таблиці 2 наведено приклади найбільш поширених форм диверсифікації в сучасній роздрібній торгівлі України.

Як бачимо, торговельні підприємства широко використовують змішані форми зв'язаної диверсифікації (як горизонтальної, так і вертикальної).

Незв'язана диверсифікація менш характерна для підприємств, що за КВЕД відносяться до роздрібної торгівлі.

Таблиця 1 – Типи диверсифікації та форми їх прояву як засобу концентрації в торговельній галузі

Типи диверсифікації	Форми прояву зростання масштабів діяльності (концентрації) у торговельній галузі
Зв'язана горизонтальна диверсифікація	– зростання обсягів товарообороту за рахунок розширення асортименту товарів, надання додаткових послуг і виходу на нові сегменти споживачів у межах торговельної зони окремого магазину; – зростання обсягів товарообороту за рахунок використання різних торгових форматів у межах певного регіонального ринку, створення регіональних торговельних мереж; – зростання обсягів товарообороту за рахунок виходу на інші регіональні, національні та міжнародні ринки, створення міжрегіональних, національних і міжнародних торговельних мереж.

Зв'язана вертикальна диверсифікація «назад»	– зростання обсягів діяльності та обсягів ресурсів, що використовуються, за рахунок інтеграції суб'єктів роздрібної торгівлі з оптовими посередниками та виробниками відповідних товарів.
Зв'язана вертикальна диверсифікація «уперед»	– зростання обсягів діяльності та обсягів ресурсів, що використовуються, за рахунок інтеграції суб'єктів роздрібної торгівлі з суб'єктами підприємницької діяльності сфери післяпродажного обслуговування, ресторанного господарства тощо
Незв'язана диверсифікація	– зростання обсягів діяльності та обсягів ресурсів, що використовуються, за рахунок інтеграції суб'єктів роздрібної торгівлі з суб'єктами фінансової, інвестиційної сфери тощо.

Таблиця 2 – Приклади найбільш поширених типів диверсифікації в торговельних мережах України [13]

Фірма	КЗЕД	Види діяльності
1	2	3
<i>Горизонтальна та зв'язана вертикальна диверсифікація «назад»</i>		
ТОВ «Фозі-Фуд»	52.11.0	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту
	52.12.0	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах без переваги продовольчого асортименту
	51.17.0	Посередництво в торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
ТОВ «Фора»	46.90	Неспеціалізована оптова торгівля
	47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
<i>Горизонтальна та зв'язана вертикальна диверсифікація «назад» й «уперед»</i>		
ТОВ «Таврія-В»	47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	10.71	Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
	56.10	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
СУАП ТОВ «Європоль»	46.90	Неспеціалізована оптова торгівля
	47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	56.29	Постачання інших готових страв
ПАТ «Базис»	51.39.0	Неспеціалізована оптова торгівля харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами
	52.11.0	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з пере-

		вагою продовольчого асортименту
	55.30.2	Діяльність кафе
ПрАТ ІКС5 «Рітейл-груп»	10.85	Виробництво готової їжі та страв
	46.17	Діяльність посередників у торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
	47.11	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами
<i>Незв'язана диверсифікація</i>		
ТОВ «Амстор»	41.20	Будівництво житлових і нежитлових будівель
	46.19	Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту
	68.20	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна

Продовження таблиці 2

1	2	3
ТОВ «Ровекс»	51.39.0	Неспеціалізована оптова торгівля харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами
	52.11.0	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах з перевагою продовольчого асортименту
	74.60.0	Проведення розслідувань і забезпечення безпеки
ПАТ «Сигма»	51.57.0	Оптова торгівля відходами та брухтом
	51.70.0	Інші види оптової торгівлі
	70.11.0	Організація будівництва об'єктів нерухомості для продажу чи здавання в оренду

Але роздрібна торгівля як вид діяльності є на підприємствах інших галузей національної економіки. Їх внесок у загальний обсяг роздрібного товарообороту складає майже 25,0% [12].

Диверсифікація здійснюється різними методами. До основних з них відносять: створення нових підприємств, філіалів; передачу під інше керівництво; злиття; купівлю тощо.

**Висновки.** Таким чином, проведені дослідження підтверджують значущість необхідності врахування можливостей диверсифікації під час прийняття стратегічних рішень щодо подальшого розвитку процесів концентрації в роздрібній торгівлі, а також особливостей галузі під час вибору типу диверсифікації. Подальші дослідження будуть спрямовані на обґрунтування методичних підходів щодо визначення стратегії диверсифікації з урахуванням конкретних умов функціонування підприємств роздрібною торгівлі.

#### Список літератури / References:

1. Власова Н.О. Сутність та систематизація форм і видів концентрації / Н.О. Власова, О.С. Ковінько // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1 (15). – С. 244-250.

- Vlasova, N.O. and Kovinko, O.S. (2012), "The essence and systematization of forms and types of concentration", *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, Issue 1 (15), pp. 244-250.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф; пер. с англ. О. Литун; под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2009. – 343 с.  
Ansoff, I. (2009), *Strategicheskiiy menedzhment* [Strategic management], Translated from engl. by Litun, O., ed. by Petrov, A.N., Piter, St.-Petersburg, Russia.
3. Беркович М.И. Концентрация и диверсификация производства в отраслях промышленности: учеб. пособие / М.И. Беркович, А.А. Харченко, Д.А. Смирнов. – Кострома: КГТУ, 2006. – 496 с.  
Berkovich, M.I., Kharchenko, A.A. and Smirnov, D.A. (2006), *Kontsentratsiia i diversifikatsiya proizvodstva v otrasliakh promyshlennosti* [Concentration and diversification of manufacture in industries], tutorial, KGTU, Kostroma, Russia.
4. Тупицын А.Л. Диверсификация предприятия / А.Л. Тупицын. – Новосибирск, 2004. – 150 с.  
Tupitsyn, A.L. (2004), *Diversifikatsiya predpriyatiya* [Diversification of the enterprise], Novosibirsk, Russia.
5. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж.Р. Аванс; пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.  
Berman, B. and Avans, J.R. (2003), *Roznichnaya trgovlia: strategicheskiiy podkhod* [Retail trade: strategic approach], Translated from engl., 8-th ed., Wilyams, Moscow, Russia.
6. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Н.С. Краснокутська [та ін.]. – К.: КНТЕУ, 2009. – 334 с.  
Lihonenko, L.O., Bohoslavets, H.M. and Krasnokutska, N.S. (2009), [Transformation processes in trade of Ukraine in the conditions of internationalization], KNTEU, Kiev, Ukraine.
7. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: монографія / За ред. ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.  
Shubin, O.O. and Honcharuk, Ya.A. (2007), *Vnutrishnia torhivlia: rehionalni aspekty rozvytku* [Domestic policy: regional aspects of the development], DonNUET, Donetsk, Ukraine.
8. Бакунов О.О. Обґрунтування пріоритетів стратегічного розвитку роздрібних торговельних мереж / О.О. Бакунов, В.А. Распопова // Європейський вектор економічного розвитку. – 2010. – Вип. 2 (9). – С. 19-30.  
Bakunov, O.O. and Raspopova, V.A. (2010), "Substantiation of the priorities of strategic development of retail trade networks", *Yevropeyskyi vektor ekonomichnoho rozvytku*, Issue 2 (9), pp. 19-30.
9. Диверсификация – это инвестиционный подход... [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[http://forexaw.com/TERMs/Economic\\_terms\\_and\\_concepts/Services\\_and\\_manufacturing/1712](http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Services_and_manufacturing/1712)>.  
Diversification is an investment approach..., available at: [http://forexaw.com/TERMs/Economic\\_terms\\_and\\_concepts/Services\\_and\\_manufacturing/1712](http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Services_and_manufacturing/1712).



10. Власова Н.О. Механізми та ефекти процесів концентрації у роздрібній торгівлі / Н.О. Власова, О.С. Ковінько // Актуальні проблеми економіки – 2013. – № 9. – С. 82-90.  
Vlasova, N.O. and Kovinko, O.S. (2013), “Mechanisms and effects of concentration processes in retail trade”, *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 82-90.
11. Власова Н.О. Торговельні мережі як особлива форма концентрації у роздрібній торгівлі / Н.О. Власова, О.С. Ковінько // Науковий вісник ПУЕТ. Сер.: Економічні науки. – 2012. – Вип. 2. – С. 153-160.  
Vlasova, N.O. and Kovinko, O.S. (2012), “Commercial networks as a specific form of concentration in retail trade”, *Naukovyi visnyk PUET. Ser.: Ekonomichni nauky*, Issue 2, pp. 153-160.
12. Власова Н.О. Тенденції концентрації у роздрібній торговельній мережі України / Н.О. Власова, О.С. Ковінько // Вісник Львівської комерційної академії. – 2012. – Вип. 14. – С. 115-120.  
Vlasova, N.O. and Kovinko, O.S. (2012), “Trends in the concentration of retail trade network in Ukraine”, *Visnyk Lvivskoi komertsii noi akademii*, Issue 14, pp. 115-120.
13. SMIDA – Бази даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://smida.gov.ua/db>>.  
SMIDA – Database, available at: <http://smida.gov.ua/db>.

**Цель.** Цель статьи состоит в определении особенностей, преимуществ и наиболее эффективных форм диверсификации как средства концентрации в торговой отрасли.

**Методика.** В процессе исследования использованы: общенаучные теоретические методы анализа и синтеза (для уточнения содержания понятия «диверсификация»), методы системного подхода (с целью определения форм диверсификации), причинно-следственной связи (для выявления связи между процессами концентрации и диверсификации в розничной торговле).

**Результаты.** На основании проведенного исследования определены сущность диверсификации, основные предпосылки её возникновения и последствия. Рассмотрено содержание эффекта разнообразия как средства роста объемов деятельности предприятий и систематизированы мотивы, которые побуждают предприятия к диверсификации. Определены основные этапы реализации стратегии диверсификации. Выделены основные типы диверсификации: связанная и несвязанная; горизонтальная и вертикальная. Учитывая особенности функционирования торговой отрасли и, в первую очередь, розничной торговли (локальность деятельности отдельных предприятий, высокий риск и зависимость от изменчивости конъюнктуры товарных рынков и т.п.), выявлена взаимосвязь между типом диверсификации и формой её проявления как средства концентрации в торговой отрасли. Отмечено, что в современных условиях развития розничной торговли на Украине преобладают смешанные формы связанной диверсификации (как горизонтальной, так и вертикальной).

**Научная новизна.** Научно обосновано понимание сущности диверсификации как средства концентрации производства и капитала, которое позволило с учетом отраслевых особенностей определить связь между типом диверсификации и формой концентрации в розничной торговле.

**Практическая значимость.** Полученные результаты направлены на повышение обоснованности стратегических решений относительно выбора типа диверсификации в процессе развития предприятий розничной торговли.

**Ключевые слова:** концентрация, диверсификация, стратегия, розничная торговля, предприятие, тип, форма.

**Objective.** The purpose of the article is to determine the features and benefits of the most effective forms of diversification as a mean of concentration in the trading industry.

**Methods.** The study used: general scientific theoretical methods of analysis and synthesis (to clarify the concept of “diversification”), methods of system approach (to determine the forms of diversification), causation (to identify the connection between the processes of concentration and diversification in the retail trade).

**Results.** Based on this study it is defined the essence of diversification, the basic premise of its origin and consequences. It is discussed the content of “effect of diversity” as a means of growth of enterprises and systematized motives that encourage businesses to diversify. The main stages of the diversification strategy and the main types of diversification are related and unrelated; horizontal and vertical. It is given the characteristics of the trading industry, and primarily retail (local activities of individual companies, high risk and dependence on the volatility of commodity markets, etc.), revealed the relationship between the type of diversification and its forms as a means of concentration in the trading industry. Noted that in modern conditions of development of retail trade in Ukraine mixed forms related diversification are prevailed, both horizontal and vertical.

**Scientific novelty.** Scientifically proved the understanding of the diversification as a mean of production and capital concentration, which allowed to determine the relationship between the type of diversification and concentration in the form of retailing taking into account industry characteristics.

**Practical value.** The obtained results are aimed at improving the validity of the strategic decisions on the choice of the diversification type in the retailers development.

**Key words:** concentration, diversification strategy, retail, company, type, shape.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. Гросул В.А. Дата надходження рукопису 02.10.2013 р.

УДК 005.336:658.15

Марина Зашчук, канд. екон. наук, доц.

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк, Україна, e-mail: rms555@bk.ru

## ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Maryna Zashchuk, Cand. Sc. (Econ.),  
Assoc. Prof.

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky, Donetsk, Ukraine, e-mail: rms555@bk.ru

## FEATURES OF TRADE ENTERPRISES INNOVATIVE DEVELOPMENT

**Мета.** Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей інноваційного розвитку торговельних підприємств.

**Методика.** У процесі дослідження використано методи: логіко-діалектичний (для визначення сутності теоретичних понять «інновація торговельного підприємства», «інноваційний розвиток»); узагальнення та порівняння (з метою визначення характерних ознак інновацій у промисловості та торгівлі); аналізу та синтезу (у процесі обґрунтування видів