

**Наталія Йосипівна БАСЮРКІНА**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом,  
Одеський національний технологічний університет

ORCID ID: 0000-0001-9342-8863

**Ірина Олександрівна СЕДІКОВА**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і логістики,  
Одеський національний технологічний університет

ORCID ID: 0000-0001-5684-6927

**Каміла Владиславівна МОМОТ**

бакалавр з економіки,  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Басюркіна Н. Й., Седікова І. О., Момот К. І. Теоретичні засади диверсифікації діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 440 – 446.

### **Анотація**

*У статті обґрунтовано теоретичні підходи до визначення поняття «диверсифікація» та надано йому змістовне визначення, виявлено ознаки та ключові характеристики в контексті його розвитку в умовах економічної нестабільності. На основі широкого аналізу визначень диверсифікації сформульовано авторське, сутність якого у тому, що «диверсифікація» – це стратегія, яка спрямована на підвищення ефективності функціонування підприємства в умовах нестабільності, шляхом зміни асортименту продукції, ринків збуту, розподілу ризиків, досягнення економічної вигоди, запобігання банкрутства та використання наявних можливостей. Визначено ознаки диверсифікації, серед яких: цільова орієнтація, розподіл фінансових ресурсів, проникнення в нові сфери та галузі, розширення географічних меж діяльності, розширення асортименту, освоєння нових видів виробництва та технологій, вихід підприємства на нові сектори ринку, зміна організаційних структур. Визначено, що концепції диверсифікації діяльності підприємства показують її значення як стратегії розвитку. Основні характеристики цієї стратегії включають структурованість, багатоаспектність, динамізм, цілеспрямованість, емерджентність та зворотний зв'язок. Встановлено, що підприємства вдаються до диверсифікації з різних причин, таких як застій ринку, бажання розширити спектр діяльності, виявлення нових можливостей та інші. Визначено, що головний мотив застосування диверсифікації полягає у бажанні підвищити ефективність підприємства не тільки в поточний момент та в найближчій перспективі, але й на довгостроковий період. Проведено класифікацію мотивів диверсифікації діяльності підприємств з їх поділом на техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні, стратегічні. Обґрунтовано, що вибір конкретного шляху диверсифікації залежить від фінансового стану підприємства, можливостей різних галузей та тривалості такої стратегії.*

**Ключові слова:** управління, диверсифікація, ринок, стратегія, мотиви.

---

**Nataliya BASIURKINA**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Trade Entrepreneurship,  
Commodity Science and Business Management, Odessa National University of Technology

**Iryna SEDIKOVA**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Management and  
Logistics, Odessa National University of Technology

**Kamila MOMOT**

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

## **THEORETICAL FOUNDATIONS OF DIVERSIFICATION OF ENTERPRISE ACTIVITIES IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY**

Basiurkina N., Sedikova I., Momot K. Theoretical foundations of diversification of enterprise activities in conditions of economic instability. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022. Volume 7. № 2, pp. 440 – 446

### **Abstract**

*The article substantiates theoretical approaches to the concept of «diversification». It provides a meaningful definition, identifying signs and critical characteristics in the context of its development in conditions of economic instability. Based on a broad analysis of the definitions of diversification, the author's theory is formulated, the essence of which is that «diversification» is a strategy aimed at improving the efficiency of the enterprise's functioning in conditions of instability by changing the range of products, sales markets, distribution of risks, achieving economic benefits, preventing bankruptcy, and using available opportunities. The signs of diversification are defined, including target orientation, distribution of financial resources, penetration into new spheres and industries, expansion of geographical boundaries of activity, expansion of the range, development of new types of production and technologies, entry of enterprise into new sectors of the market, change of organizational structures. It is determined that the concepts of diversification of enterprise activity show its importance as a development strategy. The main characteristics of this strategy include structure, multidimensionality, dynamism, purposefulness, emergence, and feedback. It has been found that enterprises resort to diversification for various reasons, such as market stagnation, the desire to expand the range of activities, identifying new opportunities, and others. It is determined that the primary motive for using diversification is the desire to increase the efficiency of the enterprise not only at the current moment and shortly but also for the long term. A classification of motives for diversifying enterprise activities with their division into technical-technological, economic, financial, social, and strategic has been carried out. It is substantiated that the choice of a specific way of diversification depends on the financial condition of the enterprise, the capabilities of different industries, and the duration of such a strategy.*

**Keywords:** management, diversification, market, strategy, motives.

### **JEL classification: L25**

---

### **Вступ**

У сучасних умовах економічної нестабільності важливо, щоб українські підприємства активно вдавалися до стратегій розвитку, які дозволять їм вийти на новий рівень господарювання та зберігати фінансову стабільність і здатність вчасно виконувати фінансові зобов'язання. Сьогодні вони повинні максимально використовувати наявні ресурси, щоб адаптувати свій бізнес до потреб кінцевих споживачів, подолати кризові ситуації і продовжувати розвиватися в позитивному напрямку. Тому для можливості виробляти конкурентоздатну продукцію, розширювати свою присутність на ринку та збільшення прибутковості необхідно впроваджувати нові підходи до стратегічного управління підприємствами. Одним із таких підходів є диверсифікація – одна з найперспективніших стратегій ведення бізнесу та досягнення успіху на ринку.

Дослідження диверсифікації діяльності підприємств в умовах економічної нестабільності є важливим з кількох причин. Це дозволяє підприємствам зменшити ризики, які пов'язані з коливанням ринкових умов та конкуренцією. Розуміння

---

механізмів диверсифікації також дозволяє оптимізувати стратегічне планування та управління ресурсами. Дослідження може надати цінний досвід для уникнення помилок і використання успішних практик. Розуміння впливу економічної нестабільності на стратегії диверсифікації також допомагає розробити більш гнучкі та адаптивні підходи до управління. Такі дослідження сприяють розвитку нових теорій у сфері стратегічного управління. Вони також можуть стати базою для розробки рекомендацій для урядових органів та регуляторів. Вивчення впливу диверсифікації на економічну стабільність має значення для інвесторів та фінансових установ у оцінці ризиків та можливостей в різних галузях. Такі дослідження важливі для розвитку теорії та практики управління, а також для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємств у складних умовах ринкового середовища.

Аналіз досліджень та публікацій. Вивченню теоретичних та методологічних засад розвитку диверсифікації приділена увага таких зарубіжних та вітчизняних вчених як: В. Андрійчука, І. Ансоффа, І. Баланюка, О. Варченко, А. Гуторова, Т. Зінчук, О. Згурської, М. Корінько, В. Лагодієнка, І. Хорунжого, В. Юрчишина, А. Томпсона, Г. Гольдштейна, А. Аронова, М. Паскье, О. Цогли, В. Габаліса, І. Сазонця та інших. Втім, з огляду на загрози зовнішнього середовища, зміни у ринковому середовищі та інші фактори впливу існує доцільність в поглибленому вивченні та розширенні знань щодо диверсифікації діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності.

### **Формулювання цілей статті**

Метою статті є узагальнити теоретичні підходи до визначення поняття «диверсифікація» та дати йому змістовне визначення, виявити ознаки та ключові характеристики в контексті його розвитку в умовах економічної нестабільності.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Аналіз різних підходів до визначення терміну «диверсифікація» показує, що це поняття є багатограним та сьогодні не існує єдиної загальноновизнаної думки щодо його визначення. Ця розбіжність може бути пояснена тим, що дослідження з цього питання проводилися в різний час і в різних умовах. Вони включають як стабільний розвиток підприємств, так і кризові ситуації, особливо в контексті вітчизняних підприємств. Учені тлумачать його по-різному, фокусуючись на певних аспектах і не враховуючи всі інші сторони цього явища. Згрупуємо та узагальнимо основні визначення суті поняття «диверсифікація» вченими-економістами (табл. 1).

Отже, з наведених визначень стає очевидним, що спільним для більшості з них є розуміння диверсифікації як стратегії розвитку підприємства, яка включає в себе збільшення асортименту продукції та пошук нових сфер діяльності, включаючи розширення виробництва, підприємницької діяльності на нові галузі, які можуть бути не пов'язані з основними видами діяльності підприємства.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури показав, що з позиції різних науковців [16] найбільш суттєвими ознаками диверсифікації є (рис. 1). Аналіз концепції диверсифікації дозволив виокремити її ключові характеристики: 1) структурованість: диверсифікація на підприємстві відбувається через послідовні етапи, які взаємозв'язані (аналіз – впровадження – оцінка); 2) багатоаспектність: включає різні напрями діяльності та їх поєднання; 3) динамізм: надає можливість постійного розвитку підприємства, забезпечуючи його конкурентоспроможність; 4) цілеспрямованість: встановлення конкретних цілей, які слід досягти завдяки диверсифікації; 5) емерджентність: включає в себе набуття підприємством нових характеристик, таких як зміни в організаційній структурі або з'явлення нових ринків збуту; 6) зворотний зв'язок: гарантує позитивний вплив нових видів діяльності на основне виробництво [17].

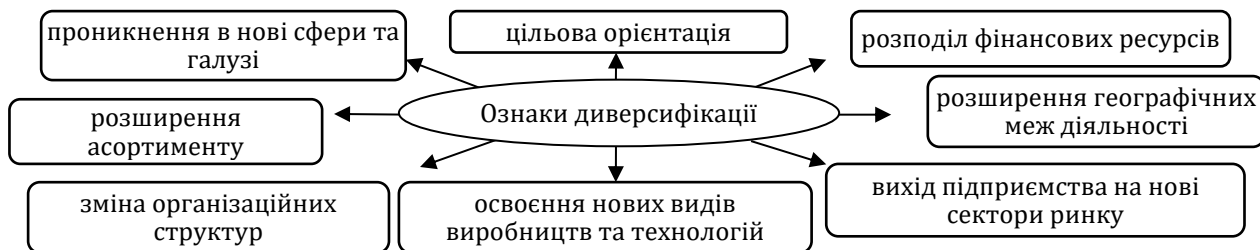
Підприємства, які перебувають як у стані благополуччя та процвітання, так і у фінансово нестійкому стані, вдаються до стратегії диверсифікації з різних причин.

**Таблиця 1. Основні підходи щодо визначення поняття «диверсифікація» у науковій літературі**

Автор	Визначення
І. Ансофф	стратегія, яка дозволяє підприємству ефективно використовувати наявні конкурентні переваги при розширенні в нові сфери діяльності, особливо в умовах значущої мінливості економічного оточення [1].
К. Бері	розширення сфер діяльності компанії на більшу кількість галузей [2].
Х.В. Дрима-ловська	комплексний процес розвитку різних видів діяльності, який включає в себе створення нових і удосконалення існуючих товарів, послуг і робіт з метою забезпечення конкурентних позицій на різних ринках. Цей процес ґрунтується на раціональному розподілі та ефективному використанні ресурсів, і його характер може залежати від розміру суб'єкта господарювання [3].
Ю.В. Ковтуненко	організаційно-економічний фактор підвищення ефективності виробництва [4] <b>Помилка! Джерело посилання не знайдено.</b>
Т.В. Момонт	в першу чергу це засіб підвищення ефективності підприємства, що передбачає встановлення і зміцнення його довгострокової позиції на ринку та забезпечення конкурентоспроможності. В той же час її можна також вважати своєрідною стратегією, яка спрямована на розширення сфери діяльності шляхом виробництва нових продуктів, які не пов'язані з основними видами товарів, робіт і послуг, та розширення асортименту виробництва, які надає підприємство [5].
Т.Ю. Можевенко, А.В. Камнєва	представляє собою стратегію розширення продуктового спектру і є важливим напрямком для розвитку підприємств [6].
Л.А. Некрасова, М.О. Єзерова	стратегічний підхід, який може виявлятися шляхом подальшого розвитку конкретного напрямку діяльності, заміщення його новим напрямком або розширення асортименту напрямків, в яких підприємство діє [7].
О.А. Онищенко, В.А. Петрик	важливий інструмент, який при уважному аналізі зовнішнього середовища, ресурсів і можливостей компанії зазвичай призводить до позитивних економічних результатів та сприяє зниженню фінансових ризиків [8].
А.М. Прилуцький, В.Г. Герасимчук	це маркетингова стратегія, якою підприємство прагне розширити свою присутність у різних сегментах виробництва і послуг, навіть якщо вони не пов'язані з основною діяльністю підприємства. Метою цієї стратегії є отримання додаткового прибутку і покращення фінансових результатів, що сприяє комерційній стійкості підприємства [9].
М. Портер	одночасний розвиток багатьох непов'язаних між собою галузей виробництва та розширення товарного асортименту [10].
А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд	це розширення асортименту товарів (послуг) підприємства через включення споріднених чи нових продуктів, які можуть бути виготовлені та реалізовані з використанням існуючого потенціалу. Це також включає розвиток діяльності підприємства в абсолютно нових для нього галузях [11].
О.О. Цогла	економічний та виробничий процес, який включає в себе розширення на нові ринки товарів і послуг, інвестування коштів у різні господарські об'єкти, а також розширення асортименту товарів і послуг. Цей процес надає суб'єкту господарювання можливість адаптувати свою діяльність до постійних змін у зовнішньому середовищі, зменшує певні ризики, які властиві підприємницькій діяльності, і забезпечує конкурентоспроможність та фінансову стабільність у майбутньому [12].
А.Д. Чикуркова, В.В. Юр'єв	не лише зміна асортименту виробленої продукції, але охоплення повної переорієнтації на ринках збуту, розподіл ризиків та зниження впливу від циклічних коливань бізнесу і факторів зовнішнього середовища [13].
Ф.А. Шароян	потужний інструмент, за допомогою якого значно збільшується дохід підприємства та його конкурентоспроможність у цілому [14].
О.В. Шимко	одна з можливих альтернативних стратегій управління бізнесом, яка полягає у розширенні асортименту товарів, впровадженні нових технологій, виході на нові ринки та в галузі з метою збереження та підвищення стійкості підприємства перед можливими ризиками, що виникають у змінному зовнішньому середовищі та спрямована на підвищення економічної ефективності та результативності функціонування підприємства [15].

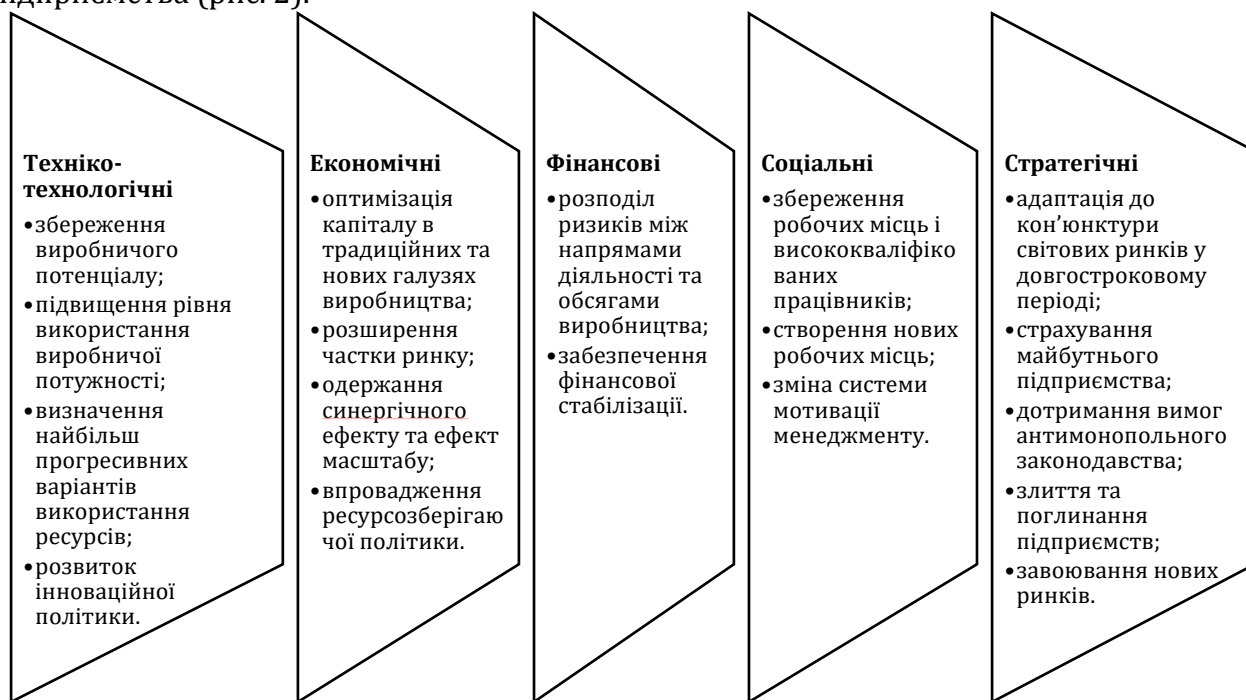
Спираючись на аналіз вітчизняних та іноземних досліджень науковців, були виділені основні причини, що спонукають для прийняття рішення про диверсифікацію діяльності підприємства: застій (стагнація) ринку; бажання розширити спектр діяльності; виявлення нових можливостей; часткове використання наявних ресурсів; зменшення попиту на існуючу продукцію; постійно зростаюча конкуренція; скорочення прибутку від основного виду діяльності; потреба знизити ризики; високі бар'єри для

входу на міжнародні ринки; впровадження нових технологій; привабливість та прибутковість нових галузей; стратегічний синергізм; необхідність виживання за рахунок набуття досвіду від більш успішних учасників ринку; наявність відповідних ресурсів у підприємства для реалізації цих заходів [18, 19].



**Рис. 1. Ознаки диверсифікації**

Якщо систематизувати причини, які спонукують підприємства до диверсифікації, можна виділити п'ять основних груп мотивів: техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні та стратегічні. Важливо враховувати, що ці мотиви часто взаємодіють між собою і впливають на рішення про диверсифікацію підприємства. На основі основних положень робіт [24; 20] виділено наступні мотиви для диверсифікації підприємства (рис. 2).



**Рис. 2. Мотиви диверсифікації діяльності підприємств**

Більшість учених-економістів [5, 16] виділяють такі основні цілі диверсифікації (рис. 3). Головний мотив застосування диверсифікації полягає в бажанні підвищити ефективність підприємства не тільки в поточний момент та в найближчій перспективі, але й на довгостроковий період. Диверсифікація діяльності підприємства має різні цілі, і вибір конкретного шляху залежить від фінансового стану підприємства, можливостей різних галузей та тривалості такої стратегії.



---

### Рис. 3. Основні цілі диверсифікації

Вони можуть варіюватися від прагнення вижити в умовах конкуренції до досягнення додаткового прибутку. Керівництво підприємства має можливість вибирати найбільш оптимальний та значущий спосіб диверсифікації відповідно до своїх власних уявлень і обставин.

О. Згурська до цілей диверсифікації відносить [16]: забезпечення ринкової стійкості підприємства, зниження ризику, мінімізацію витрат, збільшення частки ринку, створення конкурентних переваг, підвищення рентабельності.

Таким чином, роль диверсифікації полягає у забезпеченні значної стійкості та стабільності функціонування підприємства, оскільки вона діє як захист від ризиків, які пов'язані із зменшенням попиту на один продукт.

### Висновки та перспективи подальших розвідок

Після аналізу різних визначень диверсифікації можна зробити висновок, що це поняття вкрай складне і немає єдиного визначення. Підсумовуючи різні трактування, ми можемо сформулювати наступне визначення: диверсифікація – це стратегія, яка спрямована на підвищення ефективності функціонування підприємства в умовах нестабільності шляхом зміни асортименту продукції, ринків збуту, розподілу ризиків, досягнення економічної вигоди, запобігання банкрутства та використання наявних можливостей.

Аналіз концепції диверсифікації діяльності підприємства показує її значення як стратегії розвитку. Основні характеристики цієї стратегії включають структурованість, багато-аспектність, динамізм, цілеспрямованість, емерджентність та зворотний зв'язок. Підприємства вдаються до диверсифікації з різних причин, таких як застій ринку, бажання розширити спектр діяльності, виявлення нових можливостей та інші. Головний мотив застосування диверсифікації полягає у бажанні підвищити ефективність підприємства не лише в поточний момент, а й на довгостроковий період. Вибір конкретного шляху диверсифікації залежить від фінансового стану підприємства, можливостей різних галузей та тривалості такої стратегії.

### Список літератури

1. Ansoff I.H. *Corporate Strategy* (Revised edition). New York: Penguin Books. 1987. 284 p.
2. Berry C.H. Corporate growth and diversification. *Journal of Law and Economics*. 1971. № 14. P. 371-384.
3. Дрималовська Х.В. Розвиток диверсифікації на підприємствах: дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2016. 219 с.
4. Ковтуненко Ю.В. Стратегія диверсифікації діяльності підприємств в системі стратегічного управління. *Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти*: кол. монографія. Херсон: Грінь Д.С., 2017. С. 378-391.
5. Момонт Т.В. Диверсифікація як альтернативний напрям розвитку діяльності суб'єктів господарювання та об'єкт облікового відображення. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2019. № 3 (42). С. 57-63.
6. Можевенко Т.Ю. Камнева А.В. Процеси диверсифікації продукції та послуг підприємств в умовах невизначеності зовнішнього середовища. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 6 (117). С. 63-66.
7. Некрасова Л.А., Єзерова М.О. Моделювання стратегії розвитку виробничого підприємства в умовах диверсифікації. *Economics*. 2021. № 6 (58). С. 62-68.
8. Онищенко О.А. Петрик В.А. Об'єктивна необхідність і тенденції розвитку диверсифікації виробництва сучасних українських підприємств. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку* 2018. Випуск 1 (03). С. 66-72.
9. Прилуцький А.М., Герасимчук В.Г. Диверсифікація підприємницької діяльності як інструмент зростання прибутковості підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 11/2. С. 17-20.
10. Porter M.E. From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvard Business Review*. 1987. Vol. 65. № 3. P. 43-59.
11. Томпсон-мл. А.А., Стрікленд А.Дж. Стратегічний менеджмент. Концепції та ситуації для аналізу. Київ: Вільямс. 2003. 924 с.
12. Цогла О.О. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 5. С. 148-152.

13. Чикуркова А.Д., Юр'єв В.В. Теоретичні аспекти розвитку диверсифікації діяльності сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2021. № 21-22. С. 80-86.
14. Шароян Ф.А. Ключові етапи розроблення стратегії диверсифікації на міжнародних ринках. *Підприємництво та інновації*. 2021. Випуск 16. С. 16-25.
15. Шимко О.В. Диверсифікація як стратегічний напрямок розвитку торговельних підприємств. *Бізнес-інформ*. 2018. № 2. С. 159-163.
16. Згурська О.М. Визначення суті та значення дефініції «диверсифікація». *Економіка та держава*. 2019. № 12. С. 77-82.
17. Сьомкіна Т.В., Згурська О.М. Теоретико-методологічний підхід до вибору стратегій диверсифікації підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. №3 (29). С. 25-34.
18. Згурська О.М. Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 13. С. 16-21.
19. Болотова В.В. Суть диверсифікації як економічного процесу. *Вісник ХНАУ ім. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 3. С. 176-187.
20. Згурська О.М. Ващенко О.О., Гужавіна І.В. Концептуальна характеристика категоріального апарату «диверсифікації діяльності підприємства». *Економіка та держава*. 2021. № 5. С. 121-125.

## References

1. Ansoff, I.H. (1987). *Corporate Strategy (Revised edition)*. Penguin Books. New York. USA.
2. Berry, C.H. (1971). «Corporate growth and diversification». *Journal of Law and Economics*. № 14. pp. 371-384.
3. Drymalovs'ka, Kh.V. (2016). *Rozvytok dyversyfikatsii na pidpriemstvakh*. [Development of diversification at enterprises]. Ph.D. Thesis: 08.00.04. Natsional'nyy universytet «L'vivs'ka politekhnikha». L'viv. Ukraine.
4. Kovtunenکو, Yu.V. (2017). *Stratehiia dyversyfikatsii diial'nosti pidpriemstv v systemi stratehichnoho upravlinnia. Innovatsijna ekonomika: teoretychni ta praktychni aspekty*. [The strategy of diversification of enterprise activities in the system of strategic management]. Hrin' D.S. Kherson. Ukraine.
5. Momont, T.V. (2019). «Diversification as an alternative development direction of business entities and an object of accounting reflection». *Visnyk Kyivs'koho instytutu biznesu ta tekhnolohij*. № 3 (42). pp. 57-63.
6. Mozhevenko, T.Yu. Kamnieva, A.V. (2020). «Processes of diversification of products and services of enterprises in conditions of uncertainty of the external environment». *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. № 6 (117). pp. 63-66.
7. Nekrasova, L.A., Yezerova, M.O. (2021). «Modeling the strategy of the development of a manufacturing enterprise in the conditions of diversification». *Economics*. № 6 (58). pp. 62-68.
8. Onyschenko, O.A. Petryk, V.A. (2018). «The objective necessity and development trends of production diversification of modern Ukrainian enterprises». *Menedzhment ta pidpriemnytstvo: trendy rozvytku*. Issue 1 (03). pp. 66-72.
9. Pryluts'kyj, A.M., Herasymchuk, V.H. (2019). «Diversification of entrepreneurial activity as a tool for increasing the profitability of the enterprise». *Ekonomika. Finansy. Pravo*. № 11/2. pp. 17-20.
10. Porter, M.E. (1987). «From Competitive Advantage to Corporate Strategy». *Harvard Business Review*. Vol. 65. № 3. pp. 43-59.
11. Tompson-ml., A.A., Striklend, A.Dzh. (2003). *Stratehichnyy menedzhment. Kontseptsii ta sytuatsii dlia analizu*. [Strategic management. Concepts and situations for analysis]. Vil'iams. Kyiv. Ukraine.
12. Tsohla, O.O. (2007). «Advantages and disadvantages of the company's diversification strategy». *Aktual'ni problemy ekonomiky*. № 5. pp. 148-152.
13. Chykurkova, A.D., Yur'iev, V.V. (2021). «Theoretical aspects of the development of diversification of agricultural enterprises». *Ahrosvit*. № 21-22. pp. 80-86.
14. Sharoian, F.A. (2021). «Key stages of developing a diversification strategy on international markets». *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*. Issue 16. pp. 16-25.
15. Shymko, O.V. (2018). «Diversification as a strategic direction of development of trade enterprises». *Biznes-inform*. № 2. pp. 159-163.
16. Zghurs'ka, O.M. (2019). «Defining the essence and meaning of the definition "diversification"». *Ekonomika ta derzhava*. № 12. pp. 77-82.
17. S'omkina, T.V., Zghurs'ka, O.M. (2019). «A theoretical and methodological approach to the choice of enterprise diversification strategies». *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. №3 (29). pp. 25-34.
18. Zghurs'ka, O.M. (2018). «Diversification as a method of increasing the economic efficiency of the enterprise». *Investysii: praktyka ta dosvid*. № 13. pp. 16-21.
19. Bolotova, V.V. (2020). «The essence of diversification as an economic process». *Visnyk KhNAU im. Dokuchaieva. Seriya «Ekonomichni nauky»*. № 3. pp. 176-187.
20. Zghurs'ka, O.M. Vaschenko, O.O., Huzhavina, I.V. (2021). «Conceptual characteristics of the categorical apparatus "diversification of enterprise activity"». *Ekonomika ta derzhava*. № 5. pp. 121-125.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2022 р.