

УДК 338

Гудзь Ю.Ф.*

ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ВІЙН

Анотація. Розглянуто сукупність наукових поглядів і теоретичних концепцій щодо особливостей диверсифікації виробництва харчових продуктів. Проаналізовано підходи щодо удосконалення та поглиблення змісту диверсифікації, виходячи з особливостей сучасних зовнішньоекономічних умов та специфіки харчової промисловості, як галузі матеріально виробництва. Висвітлено макроекономічні передумови та внутрішні чинники диверсифікації, які формують середовище для реалізації зазначеного процесу в умовах постійних торгівельних війн. Розроблено схему процесу диверсифікації виробництва для харчових підприємств в умовах торгівельних війн.

Ключові слова: диверсифікація виробництва, харчова промисловість, зовнішнє середовище, продукти харчування, торгівельні війни.

Annotation. In the article we have considered a set of scientific views and theoretical concepts which regard the features of diversifying food production. We have analysed the approaches to improve and deepen the content diversification, based on the characteristics of modern foreign economic conditions and specific food as material production. The article deals with macroeconomic conditions and internal factors diversification, which form the framework for the implementation of this process in a continuous trade war. The scheme of diversification for food enterprises in the trade war will be over shown..

Keywords: diversification of production, food processing, environment, food, trade wars.

Аннотация. Рассмотрены совокупность научных взглядов и теоретических концепций относительно особенностей диверсификации производства пищевых продуктов. Проанализированы подходы относительно усовершенствования и углубления содержания диверсификации, исходя из особенностей современных внешнеэкономических условий и специфики пищевой промышленности, как отрасли материально производства. Освещены макроекономические предпосылки и внутренние факторы диверсификации, которые формируют среду для реализации указанного процесса в условиях постоянных торговых войн. Разработана схема реализации диверсификации производства для пищевых предприятий в условиях торговых войн.

Ключевые слова: диверсификация производства, пищевая промышленность, внешняя среда, продукты питания, торговые войны.

Постановка проблеми. Одним із перспективних напрямів подолання наслідків торгівельних війн і зменшення обсягу реалізації продукції підприємств є здійснення диверси-

* кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Національний університет харчових технологій

фікації. Важливим завданням вітчизняних виробників є збільшення попиту на продукцію харчових підприємств на внутрішньому ринку та проведення політики імпортозаміщення. На сучасному етапі харчова галузь характеризується середньою прибутковістю і низьким рівнем попиту на продукти харчування закордоном. У таких умовах найбільш доцільним є вибір стратегії диверсифікації виробництва. Це уможливить досягнення різноманітності асортиментного ряду продукції та розширення галузевого діапазону діяльності підприємства.

Вибір стратегії диверсифікації дозволить швидко реагувати на різкі зміни попиту на продукцію, максимально ефективно використовувати виробничі потужності підприємства, підвищити ефективність використання факторів виробництва і збільшити прибутковість фірми.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Найбільшого розвитку диверсифікація набула в 50-х роках, коли вперше проявилось вичерпання внутрішніх джерел розвитку та зростання ефективності підприємства і його виробничої бази. Піонерами, які досліджували диверсифікацію, були американець М. Горт і японець С. Есінара. М. Горт у 1962 році провів дослідження щодо інтеграції американських компаній у світову економіку, а Е. Есінава в 1979 році досліджував інтеграцію японських підприємств.

Орієнтація на інноваційний шлях розвитку вимагає від товаровиробників наявності асортименту, який складається як мінімум з кількох різновидів продукції, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу і взаємно доповнюють один одного, що потребує диверсифікації виробництва. Вітчизняна економіка характеризується частими змінами вектора економічного розвитку, політико-правових умов господарювання, запитів споживачів, підвищеним ризиком. В цих умовах засобом забезпечення умов виживання і розвитку підприємства на ринку є диверсифікація. Теоретичні та науково-методичні основи диверсифікації діяльності розглянуті в працях зарубіжних вчених Ансоффа І., Аккофа Р., Гелбрейта Дж. К., Дихтль Е., Друкера П.Ф., Котлера Ф., Мінцберга Г., Портера М.Е., Стрикленда А. Дж., Томпсона А., Шумпетера Й.А.

Запропоновані ними концепції глибоко опрацьовані й набули розвитку в працях вітчизняних вчених Борисової В.А., Бутенко Н.В., Гришка В.А., Демченка Г.І., Ілляшенка С.М., Корецького М.Х. На основі аналізу робіт вітчизняних та зарубіжних учених виявлено, що питання теорії та методології управління диверсифікаційними процесами в науковій літературі розроблено недостатньо повно.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, як свідчить практика, невирішеними залишаються питання наукового обґрунтування і створення оригінальної, адаптованої до вітчизняних умов господарювання системи управління стратегіями диверсифікації діяльності з урахуванням стану і тенденцій розвитку ринкового середовища, а також стратегічного потенціалу підприємства у нестабільному зовнішньому середовищі. Їх вирішення надасть можливість трансформувати стихійний, інтуїтивний пошук ефективних шляхів диверсифікації у науково обґрунтований. Актуальність зазначених питань, їх недостатня розробка, теоретичне і практичне значення обумовили вибір даної проблеми для дослідження.

Мета статті. Метою є розробка теоретико-методичних засад формування та управління стратегіями диверсифікації діяльності промислових підприємств під час торговельних війн. Необхідно провести критичний аналіз та узагальнити теоретичні підходи до визначення сутності і змісту диверсифікації, удосконалити класифікацію видів диверсифікації стосовно реалій вітчизняної економіки та дослідити науково-методичні підходи та проблеми управління диверсифікацією в системі стратегічного управління підприємством.

Тоді як Україна все активніше рухається в бік Європейського союзу, готуючись підписати восени 2013 року договір про асоціацію та зону вільної торгівлі з ЄС, Росія все частіше використовує економічні важелі впливу, включаючи проведення торговельних війн. У 2012-му Росія зупинила поставки українського сиру. У липні 2013 року РФ ввела заборону на постачання кондитерської продукції однієї з найбільших українських фабрик, що належать корпорації Roshen. Введення санкцій країнами Митного союзу по відношенню до українських виробників м'ясо-молочної продукції – чергова торговельна війна, в той самий час український ринок повністю відкритий для російських товарів фінансів та банків.

Торгова війна (англ. Trade war) — торгове суперництво двох або більше сторін, яке проводиться з ціллю захоплення закордонних ринків (наступальна торгова війна) або попередження торгової «окупації» національної економіки (оборонна торгова війна). Тільки на протязі 2013 року Росією було заборонено ввіз імпорتنих продуктів харчування з десятих країн світу а також Європейського Союзу (таб. 1).

Таблиця 1
Політика протекціонізму Російської Федерації
щодо ввезення імпорتنих продуктів харчування у 2013 році

№ п/п	2013 рік	Заборони на ввіз імпортної продукції в Росію	Країна-експортер
1	березень	Заборона на ввіз м'яса птиці, буженини і охолодженої свинини	Іспанія, Нідерланди
2	квітень	Заборона на ввіз продукції дитячого харчування	Німеччина
3	1 червня	Заборона на ввіз картоплі	Європейський Союз
4	липень	Заборона на ввіз м'яса і молока	Греція, Литва
5	5 серпня	Заборона на ввіз молочних продуктів	Нова Зеландія
6	10 серпня	Заборона на ввіз форелі	Норвегія
7	13 серпня	Заборона на ввіз окремих груп продовольчих товарів	Німеччина
8	14 серпня	Заборона на ввіз крабових паличок	Китай
9	14 серпня	Заборона на ввіз винограду	Туреччина
10	серпень-вересень	Заборона на ввіз кондитерських виробів та сиру	Україна

Систематизовано автором.

Слід зауважити, що головною метою СОТ є поступове зниження рівня протекціонізму у торговельних відносинах країн членів, зниження митних тарифів, формування системи торговельних відносин, яка б дала змогу уникати торговельних конфліктів. Проте політика протекціонізму як здійснювалася, так і здійснюється всіма країнами світу. Історичний досвід переконує в необхідності застосування державами інструментів протекціонізму, допоки їм не вдасться досягти лідируючих позицій у міжнародній торгівлі. Так, свого часу її схвалювали і Великобританія (до середини ХІХ ст.), і США (до початку ХХ ст.) та ін. провідні на сьогодні країни світу. До політики вільної торгівлі країни частково переходять лише тоді, коли здобувають значні конкурентні переваги на світових ринках [2,

с. 14]. Від вступу до СОТ виграти змогли лише виробники конкурентної продукції. В агропромисловому секторі України відзначається позитивна динаміка виробництва олійних культур – насіння соняшнику, ріпаку та соняшникової олії.

Конкурентоспроможність харчових підприємств, що виходять на зовнішні ринки повинна ґрунтуватись на гнучкості їх виробничих систем, що створює умови для своєчасного інноваційного оновлення продукції відповідно до вимог зовнішнього ринку. У процесі аналізу розвитку вітчизняних харчових підприємств виявлено, що їх конкурентні можливості є недостатніми для швидкого подолання зовнішньополітичних криз і наслідків торговельних війн. На фоні загального зменшення кількості виведених підприємствами на зовнішній ринок продуктів харчування експортні можливості харчової промисловості не зростають.

Прискорення темпів НТП, що відбувається в останні десятиріччя, посилення конкуренції, яке спричиняється глобалізацією економіки різко загострюють проблеми підвищення конкурентоспроможності товаровиробників, пошуку і реалізації їх конкурентних переваг. При цьому динамічні зміни умов і середовища господарювання потребують постійного удосконалення та оновлення асортименту продукції, технологій її виробництва та просування на різновекторні ринки з метою оперативного пошуку і реалізації ринкових можливостей для збуту продуктів харчування

Аналіз основних макроекономічних показників розвитку економіки України свідчить про те, що в ХХІ ст. економіка не вийшла на траєкторію зростання, динаміка основних макропоказників відображає її чутливість до коливань кон'юнктури зовнішніх ринків і непослідовності внутрішніх реформ. Економіка України є вкрай неконкурентоспроможною через існування тісної залежності між коливаннями світових цін на продукти харчування, обсягами виробництва продукції, цінами виробників і зовнішньополітичної ситуації. Негативний вплив макроекономічних і внутрішньополітичних процесів на загальний стан економіки країни і постійні торговельні війни з боку Росії призвело до зниження обсягів виробництва в харчовій промисловості, що було орієнтовано на російський ринок продуктів харчування.

На основі аналізу структури виробництва цих підприємств доведено, що в основі ефективних конкурентних стратегій лежить здатність підприємства виводити на ринок продукцію із високою споживчою цінністю, яка може забезпечити реалізацію стратегії диверсифікованого або концентрованого зростання

Диверсифікація від латинської мови «*diversificatio*» – зміна, різноманітність, або «*diversus*» – різний та «*fasere*» – робити, означає розширення асортименту, видозміну продукції, освоєння нових виробництв. Економічна енциклопедія трактує диверсифікацію, як розподіл капіталів, що інвестуються між різними об'єктами вкладень з метою зниження ризику можливих втрат капіталу або доходів від нього.

Бізнес – словники визначають слово «диверсифікація» як одночасний розвиток багатьох, не пов'язаних один з одним видів діяльності, розширення асортименту виробів, що випускаються, розширення активності за рамки основного бізнесу, під яким розуміється виробництво товарів та послуг, які мають максимальні частки в чистому обсязі продажу в порівнянні з іншими видами продукції, що виробляються. В економічному словнику-довіднику подано визначення поняття «диверсифікація» як «розширення номенклатури продукції, що виробляється окремим фірмами та об'єктами» [5, с.73].

В багатьох випадках диверсифікація пояснюється, як розширення сфери діяльності організаційної системи, не зважаючи на те, до якого сектору. У фінансово-економічному словнику А. Г. Загороднього та Г. Л. Вознюка диверсифікація – це номенклатури (асорти-

менту) його товарів і послуг, а також використовуваних ним фінансових інструментів з метою мінімізації рівня господарських ризиків; один з напрямків інвестиційної політики підприємства, який полягає в інвестуванні коштів у різні види цінних паперів для мінімізації портфельного інвестиційного ризику, збільшення дохідності, ліквідності та нарощення капіталу» [9, с. 177].

Згідно з позицією І. Ансоффа, диверсифікація – це поняття, що використовують до процесу перерозділу наявних ресурсів на підприємстві у інших видах діяльності, що не пов'язані з наявними [1].

Диверсифікація виробництва – це одночасний розвиток безлічі незв'язаних видів виробництва, збільшення асортименту вироблених виробів одним підприємством. Диверсифікація виробництва застосовується для підвищення ефективності виробництва, збільшення прибутку підвищення економічних показників і запобігання банкрутства. На сьогоднішній день диверсифікація виробництва в першу чергу як форма організації виробничих сил привертає велику увагу практичних працівників. На думку М. Корінько, диверсифікація виступає як «неперервний економічний процес розробки нових товарів, робіт, послуг, який здійснюється суб'єктом господарювання, у певних ранкових умовах під впливом економічного регулювання державних органів управління» [4, с. 22]. Інші автори дають більш узагальнене визначення диверсифікації і розглядає її на форму організування виробництва, що визначає одночасний розвиток різних видів підприємницької діяльності [3; 7].

Під диверсифікацією виробництва розуміється процес різнопланового розвитку нових (або тих, що раніше вже функціонували) видів виробництва, розширення номенклатури продукції, заснований на прогнозованих даних про зміни зовнішнього середовища, що супроводжуються якісними змінами в техніко-технологічній, виробничій та управлінській діяльності підприємства, а отже, призводить до появи нових конкурентів. «Диверсифікація – це процес зменшення рівня підприємницького ризику через ліквідацію залежності від єдиного виду продукції або єдиного ринку» [8, с. 21; 12].

За підсумками аналізу теоретичного доробку щодо тлумачення диверсифікації як процесу діяльності підприємства пропонуємо синтезуюче визначення, сутність якого зводиться до наступного: диверсифікація становить собою розмаїтість кількісних і якісних змін в економічній діяльності підприємства, які супроводжуються одночасним розвитком декількох не взаємопов'язаних технологічних видів виробництва та обслуговування, розширенням асортименту виробленої продукції або послуг і рамках єдиної системи – підприємства.

Принципове доповнення до змісту цього терміна в контексті діяльності підприємства харчової промисловості полягає у тому, що диверсифікацію як процес слід тлумачити, виходячи з позиції розширення асортименту конкурентоспроможних продуктів харчування та виходу його на нові сегменти агропродовольчого ринку, що забезпечує отримання додаткової комерційної вигоди, мінімізацію виробничих ризиків та зростання доходів товаровиробників. Відповідно, диверсифікація діяльності підприємств харчової промисловості – це процес організації виробництва продуктів харчування, для якого характерним є одночасний розвиток різних видів діяльності підприємства з метою забезпечення стійких умов господарювання в нестабільному ринковому середовищі. У системі теоретичного осмислення передумов та особливостей диверсифікації формуються системні уявлення про її ознаки, що відрізняють диверсифікацію в виробництві від диверсифікації в інших галузях, а також свідчать про залежність її характеру від етапу розвитку продуктивних сил суспільства.

С. Попова акцентує свою увагу на диверсифікації як елементу антикризового управління, що охоплює не лише збільшення асортименту товарів та наданих послуг на основі використання новітніх технологій, а й вихід за межі основного виду діяльності з метою забезпечення умов стабільного функціонування підприємства, що базується на використанні внутрішніх резервів інноваційного розвитку [7, с. 31].

Конкурентна боротьба на світових ринках, уповільнення темпів економічного росту і прискорення технічного прогресу вимагають перетворень у виробництві, для якого стало недостатнім придбання прогресивної техніки і технологій, результатів наукових досліджень. В цих умовах, підприємства, щоб вижити на ринку, повинні знаходити шляхи адаптації до змін умов господарювання, серед них одним з найбільш ефективних є диверсифікація діяльності. Здійснення диверсифікації обумовлено підвищенням динамічності ринкової економіки, швидкими змінами попиту, виникненням великої кількості нових галузей та ринків. В таких умовах диверсифікація діяльності дозволяє компенсувати падіння збуту на одному ринку за рахунок збільшення його на інших ринках. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства в цілому більш стійкі та конкурентоспроможні в порівнянні з вузькоспеціалізованими, так як вони проникають в нові для себе сфери діяльності, розширюють асортимент товарів.

У результаті аналізу обмежень у використанні існуючих трактувань диверсифікації зарубіжними та вітчизняними вченими під диверсифікацією запропоновано розуміти процес, що дозволяє підвищити ефективність функціонування підприємства харчової промисловості в умовах зміни зовнішнього середовища за рахунок підвищення ступеня різноманітності різних видів діяльності суб'єкта господарювання, з метою зниження ризиків, компенсації негативних явищ і використання наявних можливостей. Диверсифікація є багатогранним процесом, який стосується різноманітних аспектів виробничої і фінансової діяльності підприємства. Під потенціалом диверсифікації виробництва на підприємстві харчової галузі слід розуміти наявних можливостей (фінансових, виробничих, організаційних) випускати види продукції, які відрізняються від тих, що вже випускаються, забезпечуючи при цьому позитивні значення основних фінансово-господарських показників.

В сучасних умовах основними загрозами різкого зменшення попиту на продукцію українських харчових підприємств за кордоном є: поява абсолютно нових сильних конкурентів; зміна зовнішнього законодавства країн щодо доступу виробників на ринок та характеристики ринкової продукції; поява нових альтернативних технологій, які призводять до зміни місткості ринку; розрив економічних зв'язків; різке погіршення платоспроможності покупців.

Таким чином, падіння попиту на базову продукцію українських харчових підприємств з урахуванням наявності внутрішнього попиту, який усе більше задовольняється іноземними постачальниками, також свідчить на користь необхідності диверсифікації виробництва.

У зв'язку з цим запропоновано науковий підхід до методологічного забезпечення диверсифікації виробництва на промисловому підприємстві, який являє собою інтеграційний підхід, що включає вигоди підприємства від використання ресурсного, портфельного, маркетингового, ресурсно-ринкового, ієрархічного, інституційного, системного, ситуаційного підходів. Методологічне забезпечення диверсифікації виробництва є підґрунтям для розробки процесу диверсифікації виробництва (Рис. 1).

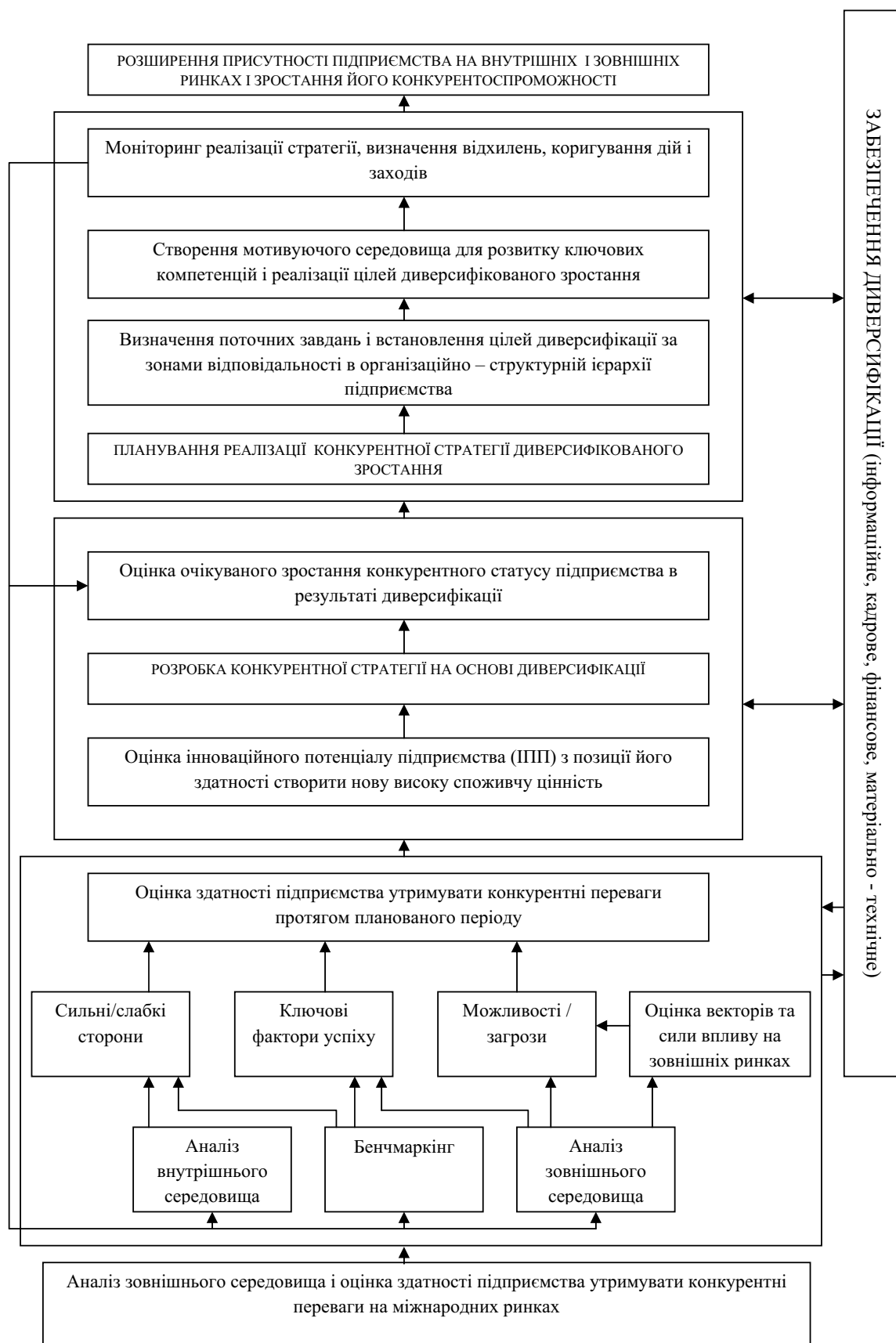


Рис. 1 Схему процесу диверсифікації виробництва для харчових підприємств в умовах торгівельних війн.

З позиції загальнотеоретичного підходу, який склався протягом достатньо тривалого історичного періоду встановлено, що диверсифікація як економічна категорія проявля-

ється у багатьох формах, насамперед у розширенні асортименту товарів; організації виробництва нових видів продукції у межах «власної» галузі; виході за межі основного виробництва; проникненні у нові галузі та сфери господарства; створенні нових підприємств тощо. Диверсифікація як суспільна форма організації виробництва може забезпечити підприємству ряд переваг.

По-перше, вона є важливим засобом управління фінансовими ризиками. В умовах диверсифікації виробництва втрати прибутку по одних харчових продуктах можуть бути компенсовані завдяки одержанню більшого прибутку від реалізації продукції інших галузей. Тому підприємства з диверсифікованим виробництвом відзначаються вищою стійкістю економіки, особливо в умовах мінливого зовнішнього середовища і прояву кризових явищ: інфляції, неплатежів, низької платоспроможності населення, закриття зовнішніх ринків та ін.

По-друге, диверсифікація дає змогу підприємствам повніше використовувати свої матеріальні ресурси і завдяки цьому підвищити зайнятість працівників, отримати додатковий дохід від своєчасної і продуманої галузевої маневреності, швидше нарощувати обсяги виробництва тих видів продукції, на які є попит і формується прийнятна ціна, а також частково скорочувати виробництво інших видів продукції, по яких стала проявлятися несприятлива кон'юнктура ринку.

По-третє, диверсифікація аграрних підприємств, зокрема галузева вертикально інтегрована диверсифікація, дає змогу їм отримувати синергійний ефект і тим самим, за однакових інших умов, підвищувати ефективність виробництва.

Одночасно диверсифікація несе підприємствам і певні загрози. Адже розвиток багатьох напрямів вимагає великих фінансових ресурсів підприємства, а тому нерідко не вдається досягти по окремих з них раціональної концентрації. В результаті підприємство втрачає ефект масштабу виробництва. Потрібно також мати на увазі, що управляти диверсифікованим виробництвом значно складніше порівняно з не диверсифікованим. Менеджери і спеціалісти повинні мати різнобічну фахову підготовку, їм доводиться враховувати значно більше чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, а це підвищує ризик прийняття недостатньо обґрунтованих рішень.

Висновки. Аналіз існуючих підходів дає підстави для висновку про те, що диверсифікація є економічною категорією, оскільки широко відображає загальні та часткові ознаки процесу праці, сукупність та структуру видів діяльності конкретного господарюючого суб'єкта. Тому, враховуючи аргументи «за» і «проти» диверсифікації, кожне підприємство повинне вирішити, до якого ступеня йому доцільно диверсифікувати виробництво в нестабільному зовнішньому середовищі. При цьому потрібно враховувати стан зовнішнього середовища (стабільна чи нестабільна економіка, кон'юнктура зовнішнього ринку, платоспроможність населення тощо), а також розміри підприємства, фактичний стан його економіки. Очевидно, що великі за розміром підприємства мають більше можливостей для диверсифікації виробництва. Вони в змозі розвивати нові для них галузі з раціональною концентрацією виробництва і тим самим усувати або істотно згладжувати протиріччя між диверсифікацією і спеціалізацією виробництва, досягати кращих результатів господарювання.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; [сокр. пер. с англ. науч. Ред. и отв. .. передисл. Л.В, Евенко]. – М : Экономика, 1989 – 519 с.

2. Димедет В. В. Перспективи інтеграції національного бізнесу України до Світової торговельної системи в умовах політики подвійних стандартів СОТ. – Київ, 2007. – № 4 (33).
3. Ефимцова Т. С. Диверсифікація діяльності підприємств в системі антикризисного управління / Т. С. Ефимцова // БІЗНЕСИНФОРМ – 2010. – № 8. – С. 86-89.
4. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та медичні основи: [монографія] / М. Д. Корінько // . – Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2007, – 486с.
5. Лозовський Л. Ш. Універсальний бізнес-словарь / Л. Ш. Лозовський, Б. А. Рейзберг, А. А. Ратновський. – М.: ИМФРА-М, 1999. – 640 с.
6. Макаров В. М. Инновационная сущность диверсификации планирования производства с учетом динамического спроса / В. М. Макаров // Инновации. – 2002. – №9-10. – С. 118-124.
7. Попова С. М. Диверсифікація діяльності промислових підприємств як елемент антикризового управління / С. М. Попова // Економіка розвитку ХДЕУ: наук. журнал. – Харків. – 2002. – № 4 (24). – с. 30-32.
8. Трубочанин В. В. Диверсифікація виробництва та промислових підприємств: концепції, методи, моделі [Текст]: монографія / В. В. Трубочанин; НАН України, Ін-т економіки пром-сти. – Донець: Апекс, 2010. – 315с.
9. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородний, Г. Л. Вознюк. – 3-те вид., доп. Та перероб. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 844 с.