

SCI-CONF.COM.UA

THE WORLD OF SCIENCE AND INNOVATION



**ABSTRACTS OF V INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
DECEMBER 9-11, 2020**

**LONDON
2020**

THE WORLD OF SCIENCE AND INNOVATION

Abstracts of V International Scientific and Practical Conference
London, United Kingdom
9-11 December 2020

**London, United Kingdom
2020**

УДК 339.9

ПЕРСПЕКТИВИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ткач О. В.

Д.е.н., проф., зав.кафедри
менеджменту і маркетингу, ДВНЗ
«Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Гринів Л. В.

К.е.н., доц. кафедри менеджменту
і маркетингу, ДВНЗ
«Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Жолобчук А. В.

Магістрант кафедри менеджменту
і маркетингу, ДВНЗ
«Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Анотація. У процесі дослідження було проведено аналіз наукових робіт та публікацій щодо розширення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Було визначено, які цілі ставлять перед собою компанії, пошук та розвиток нових зовнішніх ринків та які інструменти вони використовують для досягнення цих цілей. Охарактеризовано теоретичні основи, пов'язані з диверсифікацією зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Досліджено зовнішньоекономічну діяльність «ВО «Карпати», його міжнародного партнера та порівняльна характеристика результатів діяльності з одним із конкурентів.

Здійснено формування шляху диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності підприємства «ВО «Карпати». Було запропоновано 2 сценарії - розвиток своєї зовнішньоекономічної діяльності в межах дійсної галузі, залученням нових технологій або розширенням асортимента новою продукцією інших галузей.

Також було проведено SWOT-аналіз підприємства «ВО «Карпати», щоб визначити готовність самого підприємства до диверсифікаційних процесів.

Найбільш перспективним шляхом диверсифікації ЗЕД підприємства виявився сценарій, який дозволить диверсифікувати виробництво підприємства шляхом впровадження нової кабельно-провідної продукції інших галузей. В ролі ймовірного закордонного партнера було обрано французьку компанію «Nexans».

Ключові слова: диверсифікація, зовнішньоекономічна діяльність підприємств, експорт, стратегії експорту

Сучасні тенденції світового розвитку визначають важливість зовнішньоекономічних операцій у діяльності підприємств. Немає сумнівів, що в сучасних умовах на діяльність вітчизняних підприємств впливають тенденції світового розвитку. Для адаптації до зовнішніх та внутрішніх факторів середовища функціонування підприємства доцільно розробити та використовувати механізми інтеграції, що базуються на побудові завершених технологічних ланцюгів, забезпеченні координації виробництва і збуту, зниженні затрат на одиницю продукції, зростанні продуктивності праці тощо.

В основному інтеграція означає послідовне зближення та об'єднання господарських суб'єктів у процесі їх взаємодії, взаємозв'язку, взаємного проникнення, взаємозабезпеченні [2]. Процес інтеграції покращує життєздатність та фінансову стабільність підприємства, зміцнює маркетинговий потенціал та підвищує конкурентоспроможність.

Основна мета виходу компанії на зовнішній ринок - максимізувати прибуток, застосовуючи ефект масштабу. Досягнення успішного виходу

підприємства на міжнародний ринок зазвичай передбачає з'ясування двох основних питань: мотиви підприємства виходити на зовнішні ринки та фактори, що визначають вибір форми виходу на зовнішні ринки.

Розвиток глобалізаційного процесу сприяв перенесенню діяльності за межі країни походження компанії. Це, однак, не означає, що світовий ринок став одним або що компанія може працювати глобально лише шляхом встановлення кількох зовнішньоторговельних зв'язків. Найчастіше початок зовнішньоекономічної діяльності пов'язаний з конкретними пропозиціями, які безпосередньо звертаються компанією.

Зовнішньоекономічна діяльність супроводжується великою кількістю операцій, пов'язаних з переміщенням товарів до кінцевого покупця, своєчасним і повним наданням різних зовнішньоторговельних послуг (транспортних, експедиторських, страхових та ін.), оплата контрактної ціни, розмитнення та вивчення комерційної інформації на зовнішніх товарних та грошових ринках.

В умовах глобалізації світової економіки, пов'язаної з проникненням технологій та капіталу, підприємства проводять диверсифікацію власної господарсько-фінансової діяльності. Сутність процесу диверсифікації як економічного процесу має важливе значення для збереження можливості подальшої економічної діяльності.

Диверсифікація діяльності підприємства - означає оновлення (диференціювання) як товарів, так і ринку підприємства водночас, виходячи за межі основного бізнесу, яким компанія займалася до цього часу, проникаючи в нові галузі та ринки економіки.

Диверсифікація дозволяє компаніям «триматися на плаву» у складних економічних умовах завдяки виробництву широкого спектру товарів та послуг: збитки, спричинені неприбутковою продукцією (тимчасово, особливо новою продукцією), компенсуються прибутками інших видів продукції. Цей процес стосується насамперед переходу до нових технологій, ринків та галузей, з якими раніше компанія не мала зв'язку, і, крім того, виробництво (послуги) самого підприємства повинні бути абсолютно новим.

Підвищення ефективності зовнішньоекономічної політики відіграє важливу роль у стратегії економічного зростання, яка повинна бути спрямована на зміцнення позицій державного підприємця у світовій торгівлі та забезпечення виходу на нові ринки. Одним із шляхів досягнення цієї мети є диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності, яка може стати механізмом стимулювання подальших структурних змін в економіці, якісно перебудовуючи всю систему зовнішньоекономічних зв'язків [2].

Проведення заходів щодо диверсифікації йде у двох напрямках: проникнення у види бізнесу, що виходять за рамки сектора діяльності підприємства, та розширення асортименту продукції або послуг, пропонованих підприємством.

Необхідність диверсифікації може бути визначена шляхом порівняння бажаного та можливого рівнів діяльності з тими, що були досягнуті в результаті діяльності компанії. Для менш успішних компаній, які не планують (або не можуть планувати) на майбутнє, першою ознакою такого розриву в ефективності часто є скорочення портфеля замовлень або простоючого виробництва. У кожному окремому випадку низка причин диверсифікації може відігравати важливу роль, але більш слабкий вплив інших причин може в кінцевому підсумку призвести до іншого вирішення проблеми. Основна причина - відсутність належної продуктивності та ефективності. Всі причини диверсифікації викликані одним - підвищити ефективність роботи підприємства не тільки в даний момент або найближчим часом, а й у довгостроковій перспективі.

Основними напрямками зовнішньоекономічної диверсифікації є: диверсифікація закордонних ринків, диверсифікація імпорتنих закупівель, диверсифікація способів виходу на іноземні ринки та диверсифікація асортименту продукції. Такі напрями диверсифікації, як товарний асортимент та ринки збуту дозволяють перерозподілити витрати між видами продукції та іноземними ринками, що дає можливість підприємству працювати з прибутком у несприятливих умовах цінової кон'юнктури.

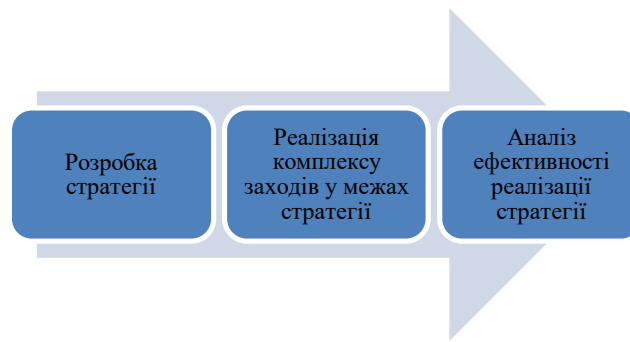


Рис. 1. Основні складові процесу диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності

Варто зазначити, що ефективна стратегія повинна мати найкращі якісні характеристики для всіх напрямків диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності. До таких характеристик належать: вартісну структуру контрактів по державах та регіонах, вартісну структуру контрактів по асортиментних позиціях та інші характеристики.

Таким чином, диверсифікація - це складний процес зміни організаційних форм розвитку підприємства, що відображає єдність концентрації, спеціалізації виробництва та капіталу на кожному етапі галузевого розвитку. Вибір стратегії диверсифікації підприємством дасть можливість не залежати від одного стратегічного господарського підрозділу чи однієї асортиментної групи.

Основним напрямком діяльності ДП «ВО «Карпати» на даний час є виробництво кабельних джгутів для автомобільної галузі.

Підприємство співпрацює в формі підрядної кооперації, метою якої є виготовлення електричної кабельної продукції для експорту.

Підрядне кооперування - найбільш старий вид виробничих зв'язків у промисловості. Сутність підрядної діяльності полягає в тому, що одна із сторін договору (замовника) доручає іншому (підряднику) виконання конкретної роботи відповідно до заздалегідь встановлених вимог щодо її виконання строків, обсягу виробництва, якості виготовлення тощо. Підрядне виробниче кооперування має два головні різновиди: «класичний» підряд по виготовленню продукції й підряд по проектуванню й випуску нового продукту.

Якщо порівняти обсяги продажу ДП «ВО «Карпати» з одним із експортерів електронних компонентів та кабельних джгутів для автомобілів за

кордон рис.2 та прибуток підприємств рис.3 в період з 2015 по 2018 рр.то отримаємо наступні дані.

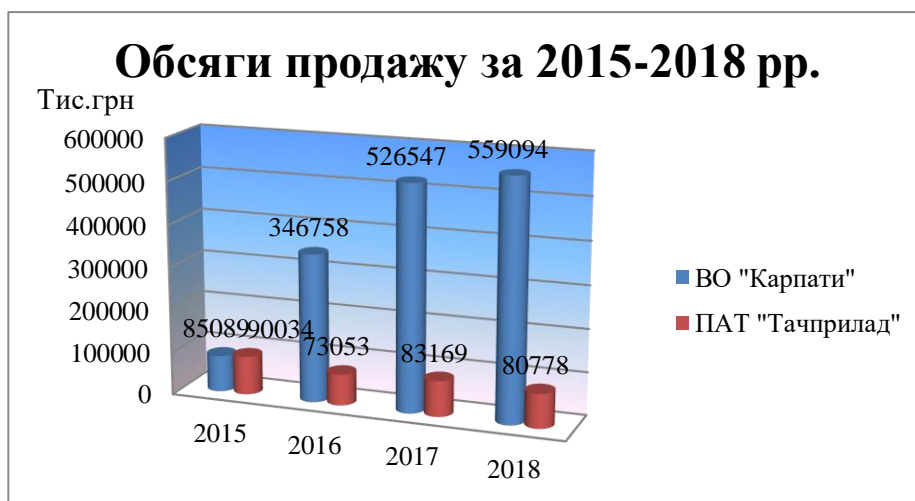


Рис.2. Порівняння продажів електронних компонентів та кабельних джгутів для автомобілів за кордон в період з 2015 по 2018 рр.



Рис.3. Прибутки підприємств в період з 2015 по 2018 рр.

На підприємстві використовуються новітні технології, які постійно вдосконалюються та йдуть в ногу з часом.

Ринок кабельної продукції надзвичайно швидко зростає та розвивається. Завдяки новітнім технологіям ця продукція буде затребувана і вигідна виробникам, якщо вони, в свою чергу, сприятимуть розвитку.

Що до автомобільної галузі, то з останньою тенденцією автомобілебудування ми все більше відходимо від використання традиційних двигунів внутрішнього згорання, спираючись на електродвигуни. Ця тенденція

різко збільшить попит на кабельну продукцію, яка буде використовуватися в автомобілях в ще більшій кількості. В наслідок, з'являться ще більше заводів та підприємств з виробітку кабельно-провідникової продукції в країнах з дешевою робочою силою, а дійсні підприємства та підрядні суб'єкти господарювання отримають ще більше роботи.

Отже, дійсне середовище функціонування ДП «ВО «Карпати», є доволі перспективною діяльністю, яка дозволить нам «відчути» майбутнє. Проте, діяльність підприємства зараз є досить вузькоспеціалізованою, тому для розширення сфери діяльності підприємства, буде досліджено можливі шляхи диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності.

Диверсифікація може відбуватися відповідно до наступних варіантів:

Перший - коли диверсифікація пов'язана із потребами споживачів. Це розробка нових технологій для компанії з метою продовження обслуговування традиційного ринку. Такий варіант розвитку диверсифікації може здійснюватися або шляхом придбання існуючої компанії з новою технологією, або шляхом створення нового виробництва на основі внутрішніх джерел.

Другий шлях - власний розвиток нової для підприємства технології - вкрай важкий і складний. Часто, впроваджуючи продукцію з новими технологіями, компанія втрачає лідерство в галузі.

Третій варіант диверсифікації - перехід до сфери, не пов'язаної з поточним бізнесом підприємства, до нових технологій або потреб ринку. Вона здійснюється, як правило, шляхом придбання фірми. Це означає, що виникає новий конгломерат, який об'єднує компанії багатьох галузей, які не пов'язані технологічним ланцюгом.

Перш за все, слід відзначити, що підприємство володіє великою територією та прилежними до неї будівлями, які потребують реставрації. Триває будівництво та ремонт, наприклад, кілька місяців тому було відкрито нове приміщення, в якому були розміщені нові конвеєри. Можливість розширення, дає змогу збільшити обсяги виробництва, а разом з цим – збільшити прибутки.

Також важливо провести паралелі з готовністю й самого підприємства до диверсифікаційних процесів. У таблиці 1 подано SWOT-аналіз підприємства.

Таблиця 1

SWOT-аналіз підприємства ДП ВО «Карпати»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Постійне забезпечення матеріалами 2. Кваліфікований персонал 3. Наявність великих приміщень 4. Продукція, яка поставляється на експорт 5. Мінімальна кількість браків 6. Безперервне виробництво 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вузька спеціалізація 2. Час виконання замовлень, який може бути скорочений за проханням партнера 3. Плинність кадрів 4. Сильна залежність від іноземного партнера 5. Мала доля виробництва на вітчизняний ринок
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість розширення 2. Скорочення термінів виконання замовлень за рахунок подальшої автоматизації 3. Зменшення безробітності в області 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вихід на ринок схожих підприємств 2. Коливання курсу валют 3. Зменшення продаж автомобілів на ринку 4. Міграція трудових ресурсів 5. Зростання податків і мит

підприємство за допомогою SWOT-аналізу, можна зробити висновок, що підприємство хоть і володіє приміщеннями та можливостями його розширення, розпочати використовувати повноцінно їх на сьогодні не має можливості. Залежність від іноземної компанії (для якої 99% продукції виготовляється на замовлення), також відіграє важливу роль. Тому підприємство наразі не має можливості повноцінно виходити на зовнішні ринки з власною продукцією.

Оскільки підприємство спеціалізується на виробництві кабельнопровідникової продукції, буде досліджений шлях диверсифікації продукції, що являє собою розширення асортименту даної продукції в інших галузях за рахунок нових договорів із іноземними партнерами. Цей шлях дозволить підприємству зменшити залежність від одного іноземного партнера та стати на шлях повноцінного виробничого підприємства в кабельній промисловості. Також, цей шлях не потребує великих витрат на перепрофілювання персоналу та збільшить кількість робочих місць в області.

Для формування плану розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства «ВО «Карпати» застосовано метод планування сценаріїв.

Перший сценарій – диверсифікувати виробництво підприємства шляхом нової кабельно-провідної продукції інших галузей.

Оскільки підприємство надає послуги з виробництва іноземним партнерам, то для даного сценарію потрібно знайти закордонного партнера. Для прикладу, було обрано компанію «Nexans», як одного з гігантів кабельної діяльності, який має великий асортимент кабельно-провідникової продукції.

Другий сценарій – диверсифікувати виробництво підприємства шляхом нових технологій в кабельно-провідній продукції автомобільній галузі. Yazaki, який виробляє різні кабельні вироби в автомобільній промисловості, стане партнером на цьому шляху. Для більш детального оцінювання потрібно визначити переваги та недоліки кожної з обраних стратегій (таблиця 2).

Таблиця 2

Переваги та недоліки обраних сценаріїв диверсифікації

Сценарій	Переваги	Недоліки
«Nexans»	<ul style="list-style-type: none"> - Велика різноманітність асортименту продукції закордонного партнера не пов'язана з автомобільною галузю; - Одні з лідерів виробництва кабельної продукції; - Вдале географічне розташування «ВО «Карпати» дозволить поставляти продукцію до найближчих збутових Європейських ринків; - Отримання нових міжнародних сертифікатів; - Виробництво підприємства 	<ul style="list-style-type: none"> - Потрібне перепрофілювання персоналу, що до виробництва нової продукції; - Появляється потреба в персоналі; - Може призвести до погіршення відносин з теперішнім партнером.

	<p>раніше не здійснювалось та не здійснюється в Україні;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зменшення проблеми вузькоспеціалізованості підприємства «ВО «Карпати»; - Шлях підприємства «Карпати» до незалежності від одного партнера; - Нові закордонні інвестиції в українське підприємство. 	
«Yazaki»	<ul style="list-style-type: none"> - Новітні технології виробництва кабельнопрвідникової продукції в автомобільній галузі; - Велика різноманітність асортименту продукції закордонного партнерапов'язана з автомобільною галузю; - Одні з найбільших виробників автомобільних комплектуючих; - Працівники піддаються тільки частковому репрофільюванню; - Шлях підприємства «Карпати» до незалежності від одного партнера; - Нові закордонні інвестиції в українське підприємство. 	<ul style="list-style-type: none"> - Проблема вузькоспеціалізованості залишається актуальною; - Закордонний партнер вже здійснює свою діяльність в Україні на умовах підрядної кооперації; - Появляється потреба в персоналі; - Може призвести до погіршення відносин з теперішнім партнером.

Якщо охарактеризувати ці два сценарії як рішення всіх питань та мінімізацію всіх ризиків ДП ВО "Карпати", не виходить, то керівництву потрібно обрати в такій ситуації між розвитком своєї зовнішньоекономічної діяльності в межах дійсної галузі, залученням нових технологій або розширенням асортимента новою продукцією інших галузей.

В результаті аналізу обрано перший сценарій як найбільш перспективний шлях розвитку зовнішньоекономічної діяльності компанії «ВО« Карпати »».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с.

2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1; Редкол. С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий дім "Академія", 2000. – 668 с.

3. Панова К. І. Потенціал зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України. / К. І. Пано́ва // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – Випуск № 2(12). – С. 267-273.

4. Ковальчук Т.Г. Вплив інтеграційних процесів на формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств України / Ковальчук Т.Г.. // «Young Scientist». – 2016. – С. 55–59.