

*Орленко О.М.,
викладач кафедри економіки підприємства,
Одеський національний економічний університет*

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК УМОВА ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. У статті розглянуто стратегію диверсифікації діяльності підприємства як основної умови зростання продуктивності праці та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних олійно-жирових підприємств. Здійснено аналіз показника продуктивності праці на 14 вітчизняних олійно-жирових підприємствах, встановлено існування певної залежності між високим рівнем продуктивності праці на підприємствах та кількістю видів продукції, які випускаються. Запропоновано подальші напрями стратегії диверсифікації для використання цією групою підприємств.

Ключові слова: диверсифікація діяльності підприємства, умови зростання продуктивності праці, олійно-жирові підприємства, напрями диверсифікації.

Постановка проблеми. Швидкі темпи науково-технічного прогресу, загострення конкуренції, яке відбувається на фоні глобалізації, вимагає від підприємств пошуку шляхів збереження та посилення власних позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Цього можливо досягти лише за рахунок постійного оновлення та розширення асортименту продукції, що є притаманним стратегії диверсифікації. В результаті використання цієї стратегії збільшується загальний обсяг виробництва, що дає змогу підвищувати рівень продуктивності праці та посилювати конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку теоретичних засад стратегії диверсифікації здійснив ряд зарубіжних авторів, таких як, зокрема, М. Портер, П.В. Друкер, Ф. Котлер, І. Ансофф, Р. Фатхутдинов. Впливу стратегії диверсифікації на розвиток промислових підприємств приділено увагу у працях і вітчизняних науковців, таких як, зокрема, Г.О. Пересадько, Ю.А. Курганов, В.А. Кундиус, В.Ю. Соболев, Ю.І. Єфімичев.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових робіт, присвячених теоретичним аспектам розвитку стратегії диверсифікації, в сучасній науковій літературі відсутній комплексний аналіз впливу цього виду стратегії на розвиток підприємств та збільшення рівня продуктивності праці. Недостатньо досліджений взаємозв'язок диверсифікації діяльності з інноваційними процесами на підприємстві.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних матеріалів щодо диверсифікації та аналізу вітчизняної практики використання цієї стратегії підприємствами олійно-жирової промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш за все наведемо загальне визначення І. Ансоффа [1], який приділяв значну увагу цій проблемі. На його думку, диверсифікація – це термін, який застосовується до процесу перерозподілу ресурсів, які існують на даному підприємстві, в інші сфери діяль-

ності, які істотно відрізняються від попередніх. Причому цей процес стосується перш за все переходу на нові технології, ринки і галузі, до яких раніше підприємство не мало ніякого відношення. Крім того, сама продукція підприємства повинна бути також абсолютно новою.

Г.О. Пересадько трактує диверсифікацію як «розширення сфери діяльності підприємства, що супроводжується освоєнням нових видів діяльності, виробництв, товарів і ринків з метою адаптації до змін умов господарювання, повного використання потенціалу підприємства, зниження ризику, а в підсумку – забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку» [2].

На думку В.Ю. Соболева та інших вчених, «диверсифікація – це процес ефективного комплексного використання виробничих факторів шляхом вдосконалення виробництва на основі інновацій» [3].

В.А. Кундиус [4] зазначає, що диверсифікація виступає як одна зі складових частин стратегії ревіталізації, під якою він розуміє «оживлення, розвиток» [4]. Це такий метод управління, який застосовується в питаннях концентрації зусиль на потребах ринку, у винаході нових видів бізнесу, в пошукванні організації тощо. За сучасних умов він базується на впровадженні у виробництво інновацій, вдосконаленні ринкової інфраструктури, концентрації зусиль на потребах ринку, розвитку інтеграційних процесів, винаході нових видів бізнесу, диверсифікації діяльності. Тобто стратегія ревіталізації, побудована на створенні та використанні інновацій, включає в себе і стратегію диверсифікації.

Ми цілком поділяємо цю думку, оскільки стратегія диверсифікації може забезпечити сталий розвиток лише за умови, що ця стратегія базується на інноваціях. До того ж, якщо диверсифікацію розглядати як процес освоєння підприємством нових видів продукції, нових напрямів діяльності, нових ринків, можна констатувати, що диверсифікація є процесом реалізації потенціалу певних інновацій з метою збільшення рівня економічної та соціальної ефективності своєї діяльності в умовах мінливої ринкової ситуації. Адже успішно функціонуюча в даний момент компанія постійно ризикує втратити перспективи для свого розвитку в майбутньому. Таким чином, використання стратегії диверсифікації у сукупності з інноваціями є об'єктивною необхідністю для сучасних підприємств під час побудови лінії управління своєю діяльністю.

Схожої позиції дотримується Ю.А. Курганов, який зазначає, що інноваційна діяльність з точки зору менеджменту відповідає за своєю сутністю поняттю диверсифікації, з якою сучасні компанії обов'язково стикаються для забезпечення свого динамічного розвитку в умовах глобалізації та нарощування ефективності механізмів міжнародної взаємодії в галузі відтворення і торгівлі. Цей автор розглядає диверсифікацію «як

еволюційну форму реорганізації управління та виробництва» [5]. Тобто диверсифікація передбачає оновлення як процесу виробництва, так і управління, що є притаманним та тотожним інноваційним процесам, які відбуваються в обох цих сферах діяльності підприємства.

Ю.І. Єфимічев та його співавтори мають власний погляд на взаємозв'язок між інноваціями та стратегією диверсифікації. Вони зауважують, що «оскільки виробничий процес на підприємстві повинен бути безперервним, то існує взаємозв'язок нововведень і диверсифікації виробництва, які набувають циклічного характеру. При цьому названі процеси настільки тісно переплітаються між собою, що кожен з них є одночасно і умовою здійснення, і основним фактором, і результатом для іншого» [6]. Ці автори обґрунтовують диверсифікацію виробництва на основі єдності двох її сторін: матеріальної основи інноваційного прогресу і результатів виробничої діяльності підприємства. Таким чином, логічно вихідним в процесі диверсифікації є матеріалізація інновацій, а результативним – досягнення економічної ефективності.

На нашу думку, можна побачити залежність та взаємообумовленість між інноваціями, диверсифікацією та рівнем продуктивності праці. Головним завданням сучасних підприємств є утримання конкурентних переваг за рахунок збільшення рівня продуктивності праці. Цього можна досягти за рахунок впровадження інновацій та диверсифікації діяльності підприємства, тобто постійного оновлення та розширення асортименту продукції. Якщо розглядати інновації на рівні підприємства, то будь-які зміни на підприємстві, такі як виробництво нової продукції, нові технології її виробництва та / або просування, нові методи управління, можуть розглядатися як інновації. Таким чином, можна зробити висновок про існування зв'язку інноваційних процесів на підприємстві з диверсифікацією його діяльності.

Важливо зауважити, що існують певні відмінності у практиці використання стратегії диверсифікації українськими та закордонними підприємствами. Першопричиною диверсифікації виробництва на вітчизняних підприємствах здебільшого є дефіцит фінансових і матеріальних ресурсів, що виникає на певному етапі виробничо-комерційної діяльності, як правило, на етапі спаду виробництва або взагалі проведення процедури реструктуризації підприємства. Тоді як за кордоном підприємства, як правило, починають застосовувати стратегію диверсифікації на етапі максимальної ефективності своєї діяльності, коли у підприємства достатньо ресурсів та можливостей використати їх ще більш ефективно, а також створити для себе фундамент для подальшого росту в майбутньому. Тому особливій уваги до активізації процесів диверсифікації вимагають ті вітчизняні підприємства, які посідають вагоме місце в національній економіці та мають прискорені темпи розвитку. Серед таких можна з упевненістю назвати переробні підприємства вітчизняного олійно-жирового комплексу.

Олійно-жирова галузь є провідним сектором агропромислового комплексу, який, згідно з переліком пріоритетних галузей економіки, затвердженим Кабінетом Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 843-р [7], значиться першим номером в цьому списку. Вітчизняний олійно-жировий комплекс один з небагатьох сегментів економіки навіть в умовах спаду та кризи зумів не лише вистояти, але й навіть стрімко розвиватися, а також зайняти лідируючі позиції на світовому ринку. Згідно з оцінками асоціації «Укроліяпром» у 2016 році питома вага експорту олійно-жирової продукції в загальному експорті товарів

з України склала 13%, в експорті продукції АПК – 30%, в експорті продукції харчової промисловості – 70%. [8].

Серед найвагоміших факторів, які сприяли прискореному розвитку галузі, можна назвати такі [9]:

- збільшення зовнішнього попиту споживання соняшникової олії на основі щорічного зростання чисельності населення світу (від 1,1% до 1,5%);
- факт того, що населення віддає перевагу здоровому способу харчування, зменшуючи споживання тваринних жирів і збільшуючи споживання рослинної олії;
- стійка тенденція до зростання технічного використання продуктів переробки олійних культур;
- те, що собівартість виробництва соняшнику в Україні дорівнює собівартості вирощування цієї культури в Аргентині і становить 25% від собівартості вирощування цієї культури в країнах Європейського Союзу, а, скажімо, олійність українського соняшнику приблизно на 5–7% перевищує олійність аргентинського соняшника;
- підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що дало можливість відміни 2% мита на українську соняшкову олію, внаслідок чого вітчизняна продукція стала більш конкурентоздатною порівняно з відповідними російськими аналогами в Європі.

Загалом потужності з переробки насіння олійних культур на початок 2017 р. за прогнозами перевищать 18 млн. тонн, що дає змогу переробляти весь вирощений урожай олійних. Однак, як зазначала Л.М. Благодир, ще станом на 1 січня 2015 р. мав місце «диспаритет між наявними переробними потужностями, які на той час становили 15,232 млн. т переробки насіння олійних культур на рік, і сировинною базою, яка з урожайністю соняшника на рівні 19–20 ц/га, становила 10–11 млн. т в рік» [10]. Тобто наявна нестача сировини майже у 5 млн. т на рік змушує підприємства простоювати, що негативно позначається на економічних показниках їхньої діяльності.

Незважаючи на те, що за останні роки значно зросли потужності з переробки ріпаку та сої (на 2 млн. та 3,5 млн. тонн на рік відповідно), завантаженість вітчизняних потужностей з переробки цих культур не перевищує 30% [11]. Це викликає занепокоєння та потребує, на думку експертів, більш виважених заходів експортної політики щодо олійної сировини. В Україні діє мито лише на соняшник та льон у розмірі 10%, на інші олійні культури воно відсутнє. В цей час основні конкуренти України на ринку насіння олійних культур займають протилежну позицію відносно експортного мита. Наприклад, уряд Аргентини у 2013 р. збільшив експортне мито на насіння олійних культур з 32% до 39%, в Росії воно становить 9,88%, але не менше 14,81 євро за тону [9]. На наш погляд, Україна також повинна дбати про захист внутрішнього ринку сировини для переробних підприємств. З цією метою введення експортного мита на сою та ріпак, а також збільшення експортного мита на насіння соняшника сприятимуть ефективнішому використанню сировини та більш повному завантаженню створених виробничих потужностей.

Також однією з причин наявного дисбалансу є те, що переробні підприємства нарощують власні виробничі потужності якісніше та більш швидкими темпами, ніж це роблять виробники сировини. Адже суттєве зростання обсягів сировини досягалося екстенсивним шляхом – збільшувалися розміри посівних площ, про що свідчать дані табл. 1.

Якщо розглянути динаміку площі, яка засівається олійними культурами, то можна побачити тенденцію до негативного її збільшення на 22, 85% у 2015 р. порівняно з 2010 р. Також від-

Динаміка розмірів площі, з якої зібрано врожай олійних культур, за 2010–2015 рр.

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Олійні культури, тис. га	6 588,6	6 765,4	7 143,5	7 403,5	8 000,4	8 093,9
% від загальної посівної площі	24,4	24,4	25,7	26,9	29,4	30,1
Соняшник, тис. га	4 525,8	4 716,6	5 081,7	5 006,3	5 212,2	5 166,2
Соя, тис. га	1 036,6	1 110,3	1 412,4	1 337,1	1 792,9	2 135,6
Ріпак, тис. га	862,5	832,8	547,0	987,7	865,3	671,1

Джерело: розраховано автором за даними [12]

Динаміка рівня продуктивності праці підприємств олійно-жирової галузі України за 2011–2015 рр., тис. грн./ос.

№	Назва підприємства	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	ПАТ «Пологівський МЕЗ»	989,47	1 195,19	1 338,28	1 835,54	3 054,36
2	ПАТ «Креатив»	1 908,37	3 288,15	5 482,48	5 303,66	2 138,24
3	ПАТ «Вінницький МЖК»	220,24	191,43	209,67	342,58	2 118,76
4	ПрАТ «Харківський жировий комбінат»	862,88	777,55	954,85	1 089,73	1 980,3
5	ПАТ «Львівський ЖК»	842,33	662,22	860,54	636,3	1 424,15
6	ПАТ «Запорізькийолія ЖК»	290,9	526,99	298,85	759,72	1 250,97
7	ПрАТ з П «Дніпропетровський МЕЗ»	859,89	957,84	881,02	1 467,86	1 091,72
8	ПАТ «Кіровоградолія»	314,33	547,67	440,68	527,37	836,94
9	ПрАТ «Полтавський ОЕЗ – Кернел Груп»	365,28	410,48	249,24	407,24	634,2
10	ПрАТ «Мелітопольський МЕЗ»	596,18	820,14	935,3	1 144,76	556,45
11	ПАТ «Одеський МЖК»	410,1	751,12	643,33	806,85	443,1
12	ПАТ «Чернівецький ОЖК»	221,42	154,8	169,98	239,1	377,17
13	ПАТ «Іллічівський МЖК»	161,71	504,08	227,68	278,86	416,28
14	ПрАТ «Вовчанський МЕЗ»	138,69	322,04	189,44	290,87	242,24

Джерело: складено автором за [16]

бувається зростання частки площ, відведених під олійні культури, від загальної посівної площі з 24,4% у 2010 р. до 30,1% у 2015 р. Найбільш стрімкими темпами зростали площі під соєю з 1 036,6 тис. га у 2010 р. до 2 135,6 тис. га у 2015 р. Засівання соняшником також мало тенденцію до зростання з 4 525,8 тис. га у 2010 р. до 5 166,2 тис. га у 2015 р. Площі, відведені під ріпак, постійно змінюються, однак у 2015 р. мало місце скорочення до 671,1 тис. га, тоді як у 2010 р. вони дорівнювали 862,5 тис. га.

Певною мірою також відстають показники врожайності олійних культур порівняно зі світовими значеннями. Так, С.П. Капшук зауважує [13], що рівень урожайності соняшнику, до якого необхідно прагнути, складає 25–30 ц/га. Згідно з оцінками І.В. Чехової [14] потенційна урожайність сучасних гібридів соняшнику сягає 35–40 ц/га, сортів ріпаку – 45–55 ц/га, сортів сої – 23–25 ц/га. Водночас у 2015 р. в середньому по країні врожайність соняшника сягала лише 21,6 ц/га, сої – 18,4 ц/га, ріпаку – 25,9 ц/га.

Також для підприємств олійно-жирової галузі особливо гостро стоїть проблема сезонності в поставках сировини. Оскільки сировина знаходиться на ринку обмежений термін часу (з вересня по березень), підприємства мають за цей час забезпечити власне виробництво сировиною до наступного врожаю. Тому, як слушно зазначає О.М. Черновол [15], саме в цей час переробні підприємства олійно-жирової промисловості змушені залучати значні фінансові ресурси для поповнення обігових коштів з метою закупівлі сировини. Також змінився напрям завантаження виробничих потужностей. Якщо раніше більшість підприємств (олійно-екстракційні заводи,

олійно-жирові комбінати) переробляли переважно сировину на давальницьких умовах (70% давальницької сировини, 30% власної сировини), то останнім часом існує інша тенденція: 30 % – давальницька сировина, 70 % – власна. Окрім цього, на ринку сировини існує жорстка конкуренція, яка призводить до середньомісячного зростання цін на насіння соняшнику на 5%. Це підштовхує підприємства закуповувати основні обсяги сировини в перші місяці закупівлі (вересень, жовтень, листопад), коли ціни на насіння є найнижчими. Отже, необхідність зменшення впливу рівня сезонності забезпеченості рівня сировиною стоїть досить гостро.

За таких умов у підприємств олійно-жирової галузі України загострюється необхідність застосування стратегії диверсифікації, яка дасть змогу частково вирішити наявні проблеми та зберегти високий рівень конкурентоздатності продукції цієї галузі.

На користь застосування стратегії диверсифікації також свідчать результати аналізу рівня продуктивності праці на переробних підприємствах олійно-жирової галузі. Ті підприємства, які мають у своєму продуктовому портфелі більше видів продукції, демонструють більш високі значення рівня продуктивності праці як в абсолютному виразі, так і в тому випадку, якщо порівнювати динаміку темпів зміни самого показника продуктивності праці.

Найбільші рівень та темпи росту продуктивності праці демонстрував ПАТ «Креатив». За період 2011–2014 рр. рівень продуктивності його праці перевищував у 3,5–4,5 рази середній рівень аналогічних підприємств і склав 5 303,66 тис. грн./ос. у 2014 р. Однак у 2015 р. підприємство зазнало зменшення рівня продуктивності праці більше ніж у 2,5 рази. В результаті цього

перше місце за рівнем продуктивності праці у 2015 р. з позначкою у 3 054,76 тис. грн./ос. посів ПАТ «Пологівський МЕЗ». Суттєвого зростання рівня продуктивності праці у 2015 р. також досяг ПАТ «Вінницький ОЖК», а саме 2 118,76 тис. грн./ос., що у 6,2 рази більше порівняно з попереднім роком. Загалом більшість підприємств цього сектору демонструє позитивну динаміку зміни рівня продуктивності праці. Хоча деякі з них мають і негативні тенденції. Серед таких можна назвати ПрАТ «Мелітопольський МЕЗ», ПАТ «Одеський ОЖК», ПрАТ «Вовчанський МЕЗ».

На наш погляд, наявні позитивні зрушення в рівні продуктивності праці більшості підприємств можна пояснити використанням ними стратегії диверсифікації у своїй діяльності. Так, якщо аналізувати кількість видів продукції, які випускають підприємства, то ПАТ «Вінницький МЖК» випускав у 2011 р. 3 види продукції, а у 2015 р. вже 11 видів. ПрАТ «Харківський жировий комбінат» у 2011 р. випускав 2 види продукції, а у 2015 р. – 6. ПАТ «Запорізький олія ЖК» у 2011 р. випускав 4 види продукції, а у 2015 р. – 7. ПрАТ «Полтавський олійно-екстракційний завод – Кернел Груп» у 2011 р. випускав 3 види продукції, а у 2015 р. – 15. Водночас у більшості підприємств із суттєво меншим рівнем продуктивності праці номенклатура продукції залишалася незмінною та/або малочисельною. ПрАТ «Вовчанський МЕЗ» взагалі зменшив кількість з 3 позицій у 2011 р. до 1 у 2015 р., в результаті чого і отримав найменше значення продуктивності праці порівняно з іншими підприємствами.

Таким чином, в умовах необхідності подолання негативних явищ та забезпечення можливостей для збільшення рівня продуктивності праці вітчизняним олійно-жировим підприємствам необхідно застосовувати стратегію диверсифікації для можливості розвитку своєї діяльності в майбутньому. Однак важливим аспектом використання стратегії диверсифікації є вибір підприємством напрямів для свого подальшого розвитку. Нами буде зроблена спроба окреслити ці можливі перспективи.

Одним з напрямів може стати розширення сировинної бази для переробки за рахунок використання більшої кількості видів сировини. Перспективним для вітчизняних підприємств олійно-жирового комплексу є ринок продукції переробки олійного льону, на якому діють лише одиничні компанії. Як зауважує І.С. Сарафонов [17], основними з них є ТОВ «Факторія» та ПАТ «Ніжинський жировий комбінат», які переробляють до 95% олійного льону. Основними продуктами переробки льону на ринку є лляні олія та шрот. Основне застосування лляної олії має технічне призначення. Лляний шрот має високі поживні характеристики, містить 31–39% протеїну і є цінним концентрованим кормом та додатковим джерелом білка. Але використання його в Україні вкрай обмежене, а відносно активно лляний шрот використовується лише в приватному секторі в районах його виробництва.

Також сировиною можуть виступати нетрадиційні джерела олій: кукурудза, зародки пшениці, конопля, бавовник, гірчиця, насіння кавуна, гарбуза, винограду, томатів, огірків, волоський та інші види горіхів, що володіють високою харчовою цінністю, фармакологічними властивостями, є біологічно активними. Також можливе використання кісточок вишні, сливи, персиків, абрикосів.

Важливу роль у харчовій промисловості відіграє така продукція переробки олійних культур, як фосфатидний концентрат. Фосфатидний концентрат – це складна та цінна група полярних ліпідів. У харчовій промисловості його використовують для

виробництва лецитину, у кондитерській та хлібобулочній промисловості, а в сільському господарстві є високоенергетичним компонентом та джерелом ненасичених жирних кислот в комбікормах. Згідно з оцінками [17] в Україні виробляється близько 10% від потреби у фосфатидному концентраті, тому існують значні можливості у диверсифікації виробництва олійно-жирових підприємств, що також істотно вплине на їх прибутковість.

Значний потенціал і резерв для розвитку та розширення сфер діяльності переробних підприємств криється в активізації біопаливного напрямку. На виробництві твердих видів біопалива спеціалізуються близько 200 вітчизняних підприємств, і цей ринок щорічно зростає на 15–20%. Більше того, існує значний потенціал щодо його зростання, адже майже 1,5 млн. т лушпиння соняшнику залишаються невикористаними. Якщо весь обсяг лушпиння, який зосереджується на переробних підприємствах, буде спрямовано на виробництво твердого біопалива і реалізовано, то показник додаткового прибутку становитиме 43,5 грн. на 1 тону насіння [18].

Виробництво пелет є одним з можливих варіантів використання цієї біомаси. Пелети мають можливість конкурувати з дешевшими традиційними джерелами енергії, що використовуються для опалення, однак внутрішній український ринок пелет все ще розвинений слабо, і більшість виробників залишаються експортоорієнтованими на європейський ринок. Згідно з оцінками [19] до 85% українських пелет експортується, що становить близько 2,5% європейського ринку пелет.

Частина відходів переробки льону також використовується в альтернативній енергетиці. Як зазначає І.С. Сарафонов [17], Ніжинський жировий комбінат частину лляної побічної продукції використовує для самозабезпечення енергією, а іншу переробляє на паливні пелети, які експортує в країни Європейського Союзу.

Стосовно сировини для біопалива з олійних культур, то пропозиція досить обмежена. Сьогодні в Україні намагаються залучати до біопаливної галузі сою, ріпак, але такий підхід не набув поширення і має локальний характер. Адже згадані культури на тверде біопаливо можна використовувати лише у вигляді соломи. Водночас уже зараз існують технічні можливості для збирання урожаю з використанням комбайнів, які виконують функцію збирання та тюкування соломи одночасно. Таким чином можна отримати додатковий дохід від збирання сої, ріпаку. Як зазначено у статті [18], на 1 тону зібраного насіння сої та ріпаку припадає до 3 т соломи. За середньої урожайності сої 17,1 ц/га вихід соломи становить 51,3 ц/га, за урожайності ріпаку 22 ц/га соломи буде 66,0 ц/га. Ціна реалізації соломи становить 500 грн./т. За цих умов під час реалізації соєвої соломи можна отримати 2 550 грн./га додаткового прибутку, реалізація соломи з ріпаку забезпечить 3 300 грн./га додаткового прибутку.

Також одним з напрямів стратегії диверсифікації може стати виробництво теплової енергії, яке спрямоване не тільки на забезпечення власних технологічних потреб, але й на надання послуг іншим. Завдяки переобладнанню котелень для спалювання лушпиння соняшнику на підприємствах галузі зменшилася залежність від зовнішніх джерел теплової енергії, що дає змогу заощаджувати щорічно майже 350 млн. м³ газу [10]. За рахунок спалювання лушпиння передбачається поступовий перехід на режим повного самозабезпечення підприємств парою і електроенергією. Такі котли вже використовують ПрАТ «Мелітопольський олійно-екстракційний завод», ПАТ «Кіровоградолія».

Перевагами стратегії диверсифікації вже ефективно користуються й інші підприємства олійно-жирової продукції. Наприклад, агропромислова група «Креатив», яка входить у ТОП-3 вітчизняних підприємств, які переробляють насіння соняшнику і є другим підприємством за обсягами експорту соняшникової олії, окрім цього виду діяльності, спеціалізується на переробці сільськогосподарської продукції, виробництві кормової продукції для тваринництва та птахівництва, продуктів харчування та біопаливної продукції, а також володіє заводом з виробництва пелет, має земельний банк.

Висновки. Сучасні умови бізнес-середовища підприємств олійно-жирової галузі України вимагають постійного пошуку шляхів зростання продуктивності праці для подальшого збереження високого рівня конкурентоспроможності продукції цієї галузі. Тому під час розроблення заходів, спрямованих на зростання продуктивності праці, компаніям слід, окрім іншого, приділяти особливу увагу стратегії диверсифікації. Оскільки вона дає змогу підприємствам не тільки добитися зниження собівартості за рахунок більш повного використання сучасного високотехнологічного обладнання, але й заощадити значні кошти в результаті досягнення синергетичного ефекту. Крім цього, стратегія диверсифікації сприяє нівелюванню залежності даних підприємства від сезонності в поставках сировини, яка є характерною для цієї галузі. Також вона дає можливість підприємствам додатково використати свої власні сильні сторони (такі як, наприклад, знання, досвід, науково-технічні розробки) в інших сферах, а також мінімізувати можливі ризики та непередбачуваності з боку зовнішнього середовища за рахунок розподілу капіталу серед різноманітних видів діяльності.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Пересадько Г.О. Управління стратегіями диверсифікації промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук / Г.О. Пересадько ; наук. кер. С.М. Ілляшенко. – Суми : СумДУ, 2008. – 254 с.
3. Конверсия: российский и французский опыт : [учебное пособие] / [под ред. В.Ю. Соболева, Ф.Е. Удалова, Ф.Ф. Юрлова]. – Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 1996.
4. Кундиус В.А. Диверсификация и ревитализация сельской экономики / В.А. Кундиус, В.В. Чермянина // Никоновские чтения. – 2009. – № 14. – С. 14–16.
5. Курганов Ю.А. Международная кооперация – катализатор диверсификации и инноваций / Ю.А. Курганов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 10.
6. Диверсификация как способ повышения производительности труда и эффективности производства / [Н.А. Ефимычев, А.С. Морозова, Ю.И. Удалов] // Экономика и финансы. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия : Экономика и финансы. – 2007. – № 3. – С. 168–170.
7. Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 серпня 2013 р. № 843-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80>.
8. Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukroilprom.org.ua>.
9. Лозовський О.М. Основні тенденції формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України в умовах фінансової нестабільності / О.М. Лозовський // Економічний форум. – 2015. – № 2. – С. 90–98.
10. Благодир Л.М. Конкуренція в олійно-жировій галузі України: поведінковий і функціональний аспекти / Л.М. Благодир, Н.Г. Вігонюк // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2015. – № 6. – С. 35–42.
11. В 2016 році виробництво основних видів олійних в Україні склало 18,7 млн. тонн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agravery.com/uk/posts/show/v-2016-roci-virobnictvo-osnovnih-vidiv-olijnih-v-ukraini-sklalo-187-mln-tonn>.
12. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Капшук С.П. Олійно-жирова галузь: ростемо, бо об'єдналися у команду / С.П. Капшук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2488-oliino-zhyrova-galuz-rostemo-bo-obiednalsia-u-komandu.html>.
14. Чехова І.В. Основні тенденції розвитку ринку олійних культур в Україні / І.В. Чехова, С.А. Чехов // Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2014. – Вип. 25. – С. 71–78.
15. Черновол О.М. Особливості формування собівартості на підприємствах олійно-жирової промисловості / О.М. Черновол // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – Вип. 20. – Ч. I. – С. 253–258.
16. Система розкриття інформації на фондовому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua>.
17. Сарафонов І.С. Формування механізму регулювання діяльності підприємств на ринку олійно-жирової продукції : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / І.С. Сарафонов. – Вінниця, 2016. – 236 с.
18. Основні напрями використання олійних культур у біоенергетичній галузі / [О.О. Митченко, І.В. Чехова, С.А. Чехов] // Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 88–97.
19. Манойленко О.В. Специфічні особливості олійно-жирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1 (39). – С. 12–15.

Орленко О.М. Диверсификация деятельности предприятия как условие роста производительности труда на масложировых предприятиях

Аннотация. В статье рассмотрена стратегия диверсификации деятельности предприятия как основного условия роста производительности труда и обеспечения конкурентоспособности отечественных масложировых предприятий. Осуществлен анализ показателя производительности труда на 14 отечественных масложировых предприятиях, установлено существование определенной зависимости между высоким уровнем производительности труда на предприятиях и количеством выпускаемых видов продукции. Предложены дальнейшие направления стратегии диверсификации для использования данной группой предприятий.

Ключевые слова: диверсификация деятельности предприятия, условия роста производительности труда, масложировые предприятия, направления диверсификации.

Orlenko O.M. Enterprise activity diversification as a condition of labour productivity growth at the oil and fat enterprises

Summary. The article discusses the diversification strategy of a company activity as the basic condition of labour productivity growth and competitiveness of domestic oil and fat enterprises. The analysis of labour productivity index of 14 Ukrainian oil and fat enterprises and the existence of a certain relationship between the high level of labour productivity in businesses and the number of manufactured products is made. Future directions of diversification strategy for this group of enterprises are proposed.

Keywords: enterprise activity diversification, condition of labour productivity growth, oil and fat enterprises, diversification directions.