

**ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ВІТЧИЗНЯНОГО КИЛИМОВОГО РИНКУ**

<http://doi.org/>

© Мельник О. Г., Смерека Л. В., 2020

Проаналізовано погляди вітчизняних та іноземних дослідників на сутність процесу диверсифікації, охарактеризовано основні передумови використання диверсифікації та висвітлено характеристичні особливості видів зовнішньоекономічної диверсифікації підприємств. Виокремлено чинники, що впливають на вибір напрямів диверсифікації як одного із найдієвіших методів забезпечення поступального розвитку підприємства.

Досліджено сучасний стан суб'єктів господарювання у межах вітчизняного килимового сектору легкої промисловості, динаміку експортно-імпоротної діяльності. Розвинено класифікацію мотивів суб'єктів господарювання щодо диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності та розроблено комплексну модель диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: диверсифікація; зовнішньоекономічна діяльність; експансія; суб'єкт господарювання; мотиви та бар'єри; мінімізація ризику; ефективність.

Постановка проблеми

З кожним роком перед все більшою кількістю підприємств постають проблеми адаптації бізнесу до стрімких структурних змін, забезпечення конкурентоспроможності та мінімізації потенційних ризиків. Саме зовнішньоекономічна диверсифікація націлена на розширення основного напрямку ведення бізнесу у товарному та географічному аспектах, удосконалення використаних технологій, вихід на нові ринки постачальників та збутові ринки. Все це дає змогу підтримати діяльність підприємств у період нестабільного економічного середовища та досягти конкурентних переваг у середньо- та довгостроковому періодах.

Усе вищевикладене актуалізує проблематику дослідження процесу диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання задля забезпечення їхнього ефективного функціонування та прогресивного поступу; обґрунтування аспектів розвитку диверсифікації з огляду на роль цього процесу в системі ринкових відносин та оцінювання ефективності економічної диверсифікації.

Актуальність дослідження

Основою успішного функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання є їхня неперервна діяльність за нинішнього високого рівня невизначеності та нестабільності економічного середовища. З метою мінімізації дії факторів зовнішнього середовища, що негативно впливають на діяльність підприємств на закордонних ринках та їхню міжнародну конкурентоспроможність, вітчизняні суб'єкти господарювання змушені приймати довгострокові стратегічні рішення та розробляти особливі методи захисту. Одним із найдієвіших методів, які забезпечують стабільну діяльність підприємства та знижують негативний вплив на його економічний розвиток, є диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності.

В умовах сьогодення актуальним для підприємства стає розуміння міжнародних потоків товарів чи послуг у вибраному секторі, питання способу провадження своєї діяльності. Невирі-

шеним елементом проблеми аналізування процесу зовнішньоекономічної диверсифікації залишається відсутність ефективного механізму вибору та реалізації відповідного напрямку диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності.

Формулювання мети та завдань статті

Основною метою цієї праці є розроблення комплексної моделі диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних умовах активних глобалізаційних та інтеграційних перетворень. Окремими завданнями стають аналізування сутності процесу диверсифікації у трактуваннях вітчизняних та зарубіжних науковців, характерних особливостей видів зовнішньоекономічної диверсифікації підприємств, а також дослідження сучасного становища суб'єктів господарювання у межах вітчизняного килимового сектору легкої промисловості, динаміки експортно-імпортової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вагомий внесок у формування і розвиток теоретико-прикладних положень зі стратегічного управління міжнародною діяльністю підприємств, зокрема диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності, зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких: П. Беміш, С. Брамер, Дж. Данінг, М. Джерінгер, В. Захарченко, Ф. Котлер, О. Мельник, С. Павелін, Дж. Стігліц, А. Томпсон та ін. Особливу увагу в своїх наукових доробках І. Ансофф, Н. Асанова, О. Згурська, А. Стрікленд звернули на проблему диверсифікації як важливого елемента стратегії розвитку підприємства. Своєю чергою, В. Г. Захарін, Т. С. Морщенок, А. Ю. Острик займалися проблемою диверсифікації як перспективним напрямом розвитку підприємства та нарощення його конкурентних переваг [1–13].

Виклад основного матеріалу

Основою ефективного функціонування ринкової економіки на сучасному етапі є диверсифікація усіх сфер діяльності на різних рівнях економічної системи. До основних передумов використання диверсифікації належать: загострення конкурентної боротьби серед суб'єктів господарювання та необхідність нарощення їхньої конкурентоспроможності; індивідуалізація попиту споживачів; потреба у зниженні реальних витрат і цін, що встановлені на вироблений товар, за допомогою ефекту масштабу виробництва; необхідність якнайефективнішого використання власних ресурсів; потреба у поліпшенні якості товарної продукції; необхідність збільшення ринкової частки, удосконалення та активізації напрямів ринкової та збутової політики; потреба у забезпеченні адаптаційних можливостей суб'єкта господарювання до змін зовнішнього середовища; зниження ризиків та максимізації прибутків.

В основі диверсифікації – одночасний процес розвитку усіх напрямів виробництва, розширення товарного асортименту та номенклатури, а також господарської діяльності загалом. Задля ефективного реалізації таких заходів суб'єкт господарювання повинен розробити відповідну стратегію, що передбачає: створення на підприємстві мультицільових виробничих комплексів, діяльність яких забезпечить стабілізацію бізнесу, роблячи його менш вразливим до спадів у різних галузях економіки; зниження потенційних ринкових ризиків за рахунок виробництва різноманітної продукції; збільшення чисельності постачальників, а також освоєння нових збутових ринків та комбінування методів виходу на них.

На вибір напрямів диверсифікування безпосередньо впливає низка чинників, серед яких: реальний рівень конкуренції на закордонних ринках і ймовірне загострення конкурентної боротьби; процеси стагнації ринку функціонування підприємства: високий рівень насиченості продукцією чи послугами на ринку збуту; наявність тенденції до зниження попиту; наявність вільних фінансових ресурсів та кадрового потенціалу; необхідність послаблення ризиків; циклічний характер основної діяльності суб'єкта господарювання; спрощення процедури виходу на ринки іноземних держав.

За сьогоdnішнього високого рівня невизначеності та нестабільності диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності є одним із найдієвіших методів, які забезпечують стабільну діяльність підприємства та знижують негативний вплив на його економічний розвиток.

В аспекті зовнішньоекономічної стратегічної діяльності основними орієнтирами є:

1. Диверсифікація експорту, в основі якої – формування його максимально ефективною та оптимальною структури; розширення асортименту продукції; поступове підвищення в експорті частки наукомісткої продукції та передових технологій; збереження досягнутих позицій українських товаровиробників та освоєння нових ринків збуту поза межами територіального ринку країни базування.

2. Диверсифікація імпорту, що передбачає поступове зменшення залежності від імпорту найважливіших чинників виробництва (стратегічних видів сировини) і урізноманітнення джерел постачання цих складових, а також створення імпортозаміщувальних виробництв за рахунок передових технологій.

Маючи на меті збільшити ефективність своєї діяльності та досягти її оптимального масштабу не тільки сьогодні, але й у довготривалій перспективі, суб'єкти господарювання, окрім диверсифікації експорту чи імпорту, застосовують й інші види диверсифікації ЗЕД. До основних напрямів зовнішньоекономічної диверсифікації належать:

- диверсифікація іноземних ринків – розширення географії власної діяльності, що передбачає освоєння підприємством одночасно декількох нових ринків із наявними можливостями та продукцією, яка зможе задовольнити реальні потреби споживача цих ринків;
- диверсифікація іноземних контрагентів: розосередження суб'єкта господарювання під час закупівель сировинних ресурсів, продуктів чи технологій між кількома джерелами (різні країни);
- диверсифікація шляхів виходу на ринки поза ринком країни базування, яка передбачає комбінування декількох способів виходу на іноземні ринки одночасно: прямий та непрямий експорт, управління за контрактом, промислово кооперація (підрядне виробництво) тощо;
- диверсифікація товарного асортименту: збільшення кількості модифікацій того самого товару з метою збереження вже досягнутих позицій на певному сегменті ринку.

Близько 80 % суб'єктів господарювання, що є активними учасниками зовнішньоекономічної діяльності, неодноразово стикалися із ризиковими ситуаціями. Під ризиком ЗЕД розуміють невизначеність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у розвитку, наслідках окремих зовнішньоекономічних операцій, виборі напрямів, сегментів та ніш на світовому ринку [1]. Це загроза втрат ресурсів, фінансових та виробничих витрат, недоотримання прибутку суб'єктами ЗЕД, непередбачуваність зовнішньоекономічної операції [2].

Реалізація певного виду зовнішньоекономічної диверсифікації дає змогу суб'єктам господарювання якнайповніше використати ресурсний потенціал, забезпечити стабільне економічне та соціальне середовище, максимізувати рівень використання виробничих потужностей, розподілити комерційні ризики між різними напрямками діяльності та уникнути залежності від кон'юнктури одного ринку, а надалі мінімізувати ці ризики в умовах нестабільного зовнішнього середовища [3].

Сьогодні серед галузей української промисловості, що забезпечують виробництво продукції народного споживання, провідне місце займає легка промисловість, яка задовольняє потреби населення і займає другу позицію після харчової промисловості. Оскільки підприємства, що функціонують у галузях легкої промисловості, є, насамперед, орієнтованими на споживача, то вони поширені на всій території держави. На 1 січня 2020 р. у державі налічувалось 2518 суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у галузях легкої промисловості, забезпечуючи близько 88 тисяч осіб робочими місцями [4].

Однією із провідних галузей легкої промисловості є текстильна промисловість, обсяг виробництва якої становить близько 60 % усієї легкої промисловості. Протягом багатьох років серед текстильних матеріалів та виробів інтер'єрного призначення домінують килими та килимові вироби, що є незамінними для підлогового покриття. Аналізування досвіду вітчизняних та

зарубіжних виробників дає підстави стверджувати про розширення та удосконалення асортименту килимових виробів із використанням новітніх виробничих технологій (нетканого, трикотажного, тафтингового тощо), імпортової сировини (поєднання матеріалів із натуральних та хімічних волокон), застосування нових способів їх основного та кінцевого оздоблення [5].

Сьогодні ринок килимів та килимових виробів характеризується високим рівнем динамічності, зумовленої впливом низки чинників, серед яких: вплив уподобань, модних тенденцій та ринкової кон'юнктури на естетичне оформлення, зміну волокнистого складу, термінів зношування; підвищення вимог до рівня екологічності та безпеки використаних сировинних ресурсів для виробленого продукту та готового виробу загалом; відсутність комплексних досліджень (маркетингових і товарознавчих) новизни та оптимальності структури асортименту килимових виробів і килимів, а також проблеми щодо їх удосконалення та розвитку ринку.

В Україні виробництво килимів, килимових виробів, підлогового покриття характеризується достатньо низьким рівнем розвитку, що спричиняє успішне заповнення внутрішнього ринку імпортовою продукцією. Сьогодні рівень конкуренції на вітчизняному ринку килимової продукції оцінюють як високий – це зумовлено конкурентним тиском з боку офіційного та неофіційного імпорту (контрабандна та контрафактна китайська і турецька продукція, відсутність обліку та відповідного оподаткування).

Статистичні дані, оприлюднені Державною фіскальною службою України, щодо імпортних поставок килимових виробів за 11 місяців 2019 р. у кількісному та вартісному вираженні, наведено у таблиці [6].

Імпортні поставки килимових виробів за січень–листопад 2019 р.

Товарна позиція за кодами УКТЗЕД	Кількість, кг	Вартість, тис. дол. США
5701. Вузликові килими та інші текстильні покриття для підлоги	11 662,9	11,8
5702. Килими, покриття текстильні для підлоги, ткані, нетафтингові	3 768 538,6	10 887,2
5703. Килими, покриття текстильні для підлоги, тафтингові	7 625 568,0	23 167,8
5704. Килими, покриття текстильні для підлоги з повсті, нетафтингові	1 327 618,7	2 456,3
5705. Інші килими та текстильні покриття для підлоги	1 184 776,3	3 282,9

Як видно з таблиці, найбільше в Україну імпортують килимових виробів за 5701 та 5702 кодами УКТЗЕД. Ця тенденція залишається незмінною вже протягом п'яти останніх років, оскільки на килимові вироби, що належать до вищезгаданих груп, попит в українського споживача найбільший.

Основними країнами-імпортерами килимових виробів за 5702 кодом УКТЗЕД “Килими, покриття текстильні для підлоги, ткані, нетафтингові” у 2019 р. були [7]:

- країни СНД: Білорусь, Російська Федерація, Узбекистан та ін.;
- країни Європи: Бельгія, Сербія, Польща, Німеччина, Італія та ін.;
- країни Азії: Бангладеш, Індія, Іран (Ісламська держава), Китай, Туреччина, а також країни Африки.

Щодо країн, які експортували у 2019 р. в Україну килимові вироби групи “Килими, покриття текстильні для підлоги, тафтингові”, то це:

- країни СНД: Білорусь, Республіка Молдова, Узбекистан та ін.;
- європейські країни: Бельгія, Італія, Німеччина, Сербія, Чехія та ін.;
- країни Азії та Африки: В'єтнам, Афганістан, Індія, Туреччина, Єгипет;
- Канада та США.

Розподіл територіальної структури імпорتنних поставок килимових виробів за 5702 та 5703 кодами УКТЗЕД найбільших імпортерів у 2019 р. наведено на рис. 1 та 2 відповідно.

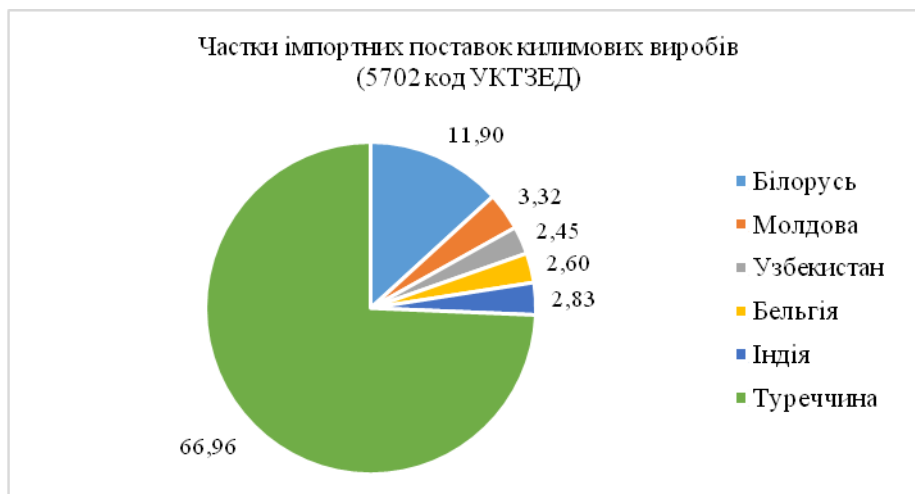


Рис. 1. Розподіл територіальної структури імпорتنних поставок килимів, покриття текстильного для підлоги, тканих, нетафтингових у 2019 р.
Джерело: опрацювали автори на основі [7]

Аналіз розподілу часток імпорتنних поставок демонструє, що найбільша частка, а саме 66,96 %, належить Туреччині, яка експортувала до України килимових виробів загальним обсягом 5992,4 тис. дол. США (2523397,9 кг).



Рис. 2. Розподіл територіальної структури імпорتنних поставок килимів, покриття текстильного для підлоги, тафтингових у 2019 р.
Джерело: опрацьовано автором на основі [7]

Як відображено на рис. 2, приблизно однакові частки імпорتنних килимових виробів за кодом 5703 УКТЗЕД розподілені між чотирма країнами: Білоруссю (1285447,7 кг; 2943,5 тис. дол. США), Бельгією (1094968,1 кг; 3603,3 тис. дол. США), Китаєм (989849,4 кг; 3223,6 тис. дол. США) та Туреччиною (801809,5 кг; 2519, 4 кг).

На рис. 3 наведено дані про різницю між вартістю експорту та імпорту килимових виробів за 2014–2019 рр.

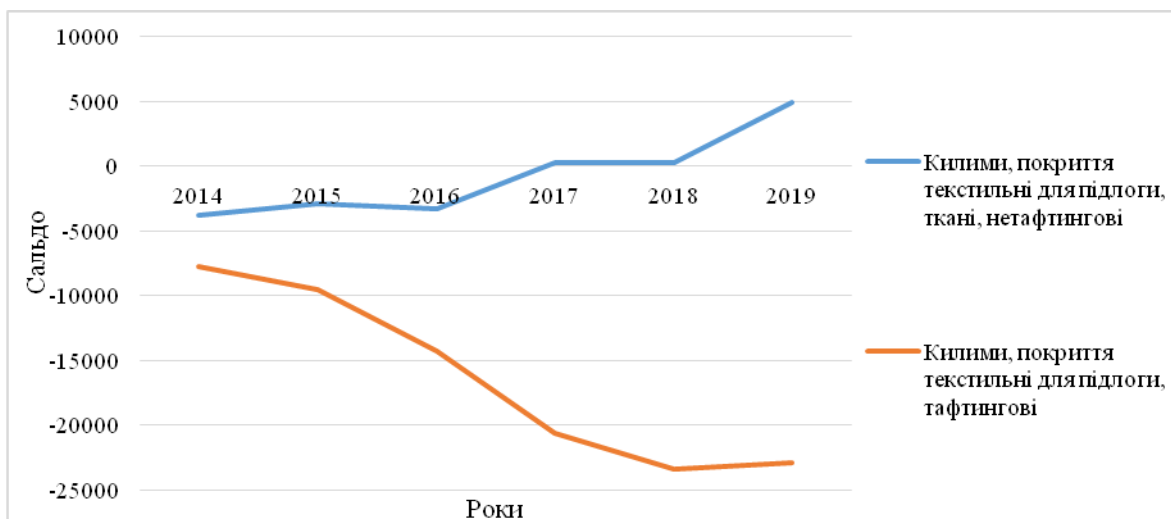


Рис. 3. Дані про різницю між вартістю експорту та імпорту килимових виробів у 2014–2019 рр.

Джерело: опрацьовано автором на основі [6]

Як відображено на рис. 3, різниця між вартістю експорту та імпорту килимових виробів за кодом 5702 УКТЗЕД становила 4925 тис. дол. США у 2019 р., що майже у 18 разів більше порівняно з попереднім роком. Це пояснюється тим, що вітчизняні підприємства активно здійснювали експортну експансію своєї діяльності, успішно реалізовували значний обсяг нетафтингових килимів та килимів ручної роботи на іноземні ринки збуту (Німеччина, Польща, Індонезія). Що стосується товарних позицій за кодом 5703 УКТЗЕД, то спостерігається значне перевищення обсягів імпорту товарів, як наслідок, негативне сальдо протягом кількох років аналізованого періоду. Однією із причин такої ситуації є великі обсяги імпорту тафтингових килимів із різних країн: Бельгії, Нідерландів, Молдови та Узбекистану – килимові покриття, яким притаманне відмінне поєднання ціна–якість, що зумовлює значну популярність виробів у споживача.

Враховуючи сучасні тенденції та тренди у килимовому секторі вітчизняної легкої промисловості, що характеризується високим рівнем потенціалу, визначено необхідність створення моделі диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності. Комплексне формування моделі дасть змогу розвинути адаптаційний характер суб'єктів господарювання у мінливих умовах ринку, сформуванню плану розвитку діяльності з використанням різноманітних альтернатив, а також отримати додаткові економічні вигоди в умовах складної ринкової кон'юнктури. Запропоновану модель диверсифікації ЗЕД суб'єкта господарювання наведено на рис. 4.

Враховуючи нестабільні сучасні умови діяльності підприємств, істотний вплив з боку факторів мікро- та макросередовища, до яких необхідно пристосовуватися або ж чинити опір, суб'єкт господарювання усвідомлює важливість експансії своєї діяльності та реалізує перший етап щодо прийняття рішення про необхідність розроблення та реалізації стратегії зовнішньоекономічної диверсифікації.

Обґрунтування доцільності диверсифікації ЗЕД зумовлює проведення комплексного аналізу мотивів диверсифікації, які розподілені у дві групи: спільні мотиви та мотиви, що характерні для кожного з напрямів диверсифікації:

1. Спільні: зменшення ризиків, досягнення ефекту синергізму, заповнення ринкової ніші та нарощування конкурентних переваг.

2. Характерні мотиви для напрямів диверсифікації:

– диверсифікація експорту: створення потужного експортного потенціалу в складі міжнародно спеціалізованих галузей і видів виробництва, зокрема, із залученням іноземного капіталу; пошук та освоєння іноземних ринків із вітчизняними товарами чи послугами;

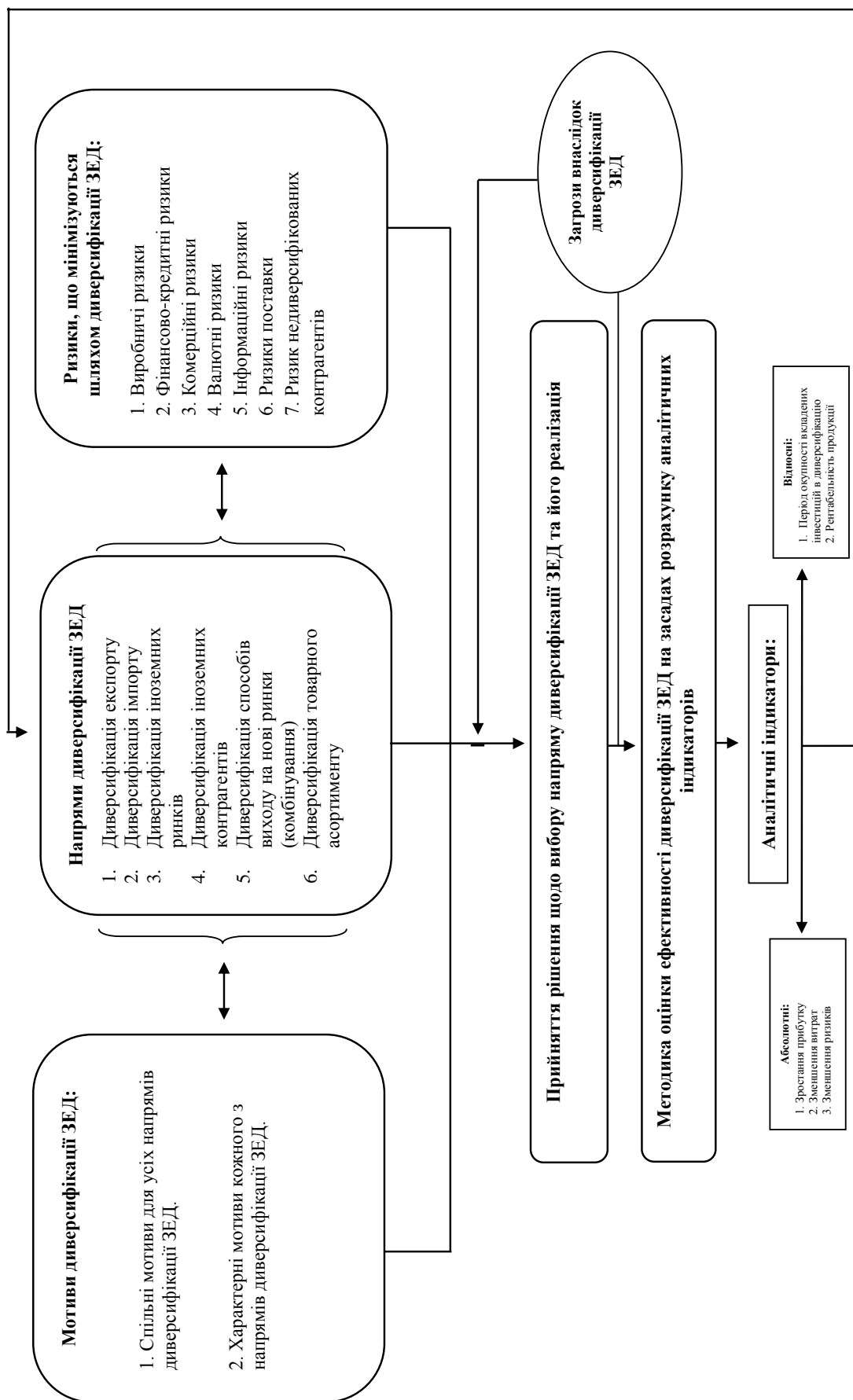


Рис. 4. Комплексна модель зовнішньоекономічної диверсифікації підприємства

- диверсифікація імпорту: мінімізація залежності як від обмеженої кількості джерел постачання, так і від споживачів; стабільність закупівель;
- диверсифікація іноземних ринків: зменшення залежності циклічності бізнесу; збалансування міжнародної кооперації із кількома країнами-партнерами;
- диверсифікація іноземних контрагентів: послаблення залежності від єдиного джерела поставок;
- диверсифікація шляхів виходу на іноземний ринок: недостатня ефективність реалізації одного напрямку диверсифікованої діяльності; потреба у глибокій модернізації діяльності;
- диверсифікація товарного асортименту: збільшення товарообігу; послаблення залежності від однієї асортиментної групи.

Ключовим елементом моделі диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності для суб'єкта господарювання є аналіз потенційних ризиків. Після структурної перебудови власної діяльності доцільно врахувати ймовірну можливість активізації наявних та потенційних конкурентів, відповідно, й зростання попиту на їх товарну продукцію; неправильний вибір потенційного партнера чи напрямку диверсифікації загалом через недостатню обізнаність та слабе попереднє дослідження ринкової ніші, країни виробника, його ділової репутації та реального фінансово-господарського стану тощо.

Завершивши такий багатоаспектний аналіз, суб'єкт господарювання має змогу вибрати для реалізації найперспективніший диверсифікаційний напрям зовнішньоекономічної діяльності.

Для оцінювання ефективності диверсифікаційного напрямку, реалізованого підприємством, запропоновано методику на засадах розрахунку аналітичних індикаторів із визначенням абсолютних та відносних показників.

Висновки і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Сьогодні існує чимало перешкод, що уповільнюють повноцінний розвиток килимового сектору та вітчизняної легкої промисловості загалом. Нагальним завданням є створення сприятливих умов для провадження легальної експортно-імпоротної діяльності та формування “здорового” конкурентного середовища у килимовому секторі; посилення митного контролю з метою не допустити здійснення неофіційного імпорту, а також удосконалення податкового законодавства у цій сфері.

Запропонована комплексна модель диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності, що передбачає вибір одного або ж кількох напрямів зовнішньоекономічної диверсифікації, дає змогу суб'єкту господарювання системно розвивати власну діяльність завдяки альтернативам, забезпечивши адаптаційний характер в умовах нестабільної кон'юнктури ринку. Вибравши оптимальний варіант експансії діяльності та вкладення капіталу, підприємство матиме змогу одержати максимально можливий прибуток з найменшим ризиком, а в перспективі й забезпечити свою фінансову стійкість.

Список літератури

1. Brammer S. J., Pavelin S., & Porter L. A. (2006). Corporate social performance and geographical diversification. *Journal of Business Research*, 59 (9), 1025–1034.
2. Michael Geringer J., Beamish P. W., & DaCosta R. C. (1989). Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance. *Strategic management journal*, 10(2), 109–119. Michael Geringer J., Beamish P. W., & DaCosta R. C. (1989). Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance. *Strategic management journal*, 10(2), 109–119.
3. Ансофф І. (1999). Нова корпоративна стратегія, 416 с.
4. Сьомкіна Т. В., Згурська О. М. (2019). Теоретико-методологічний підхід до вибору стратегій диверсифікації підприємства.
5. Хут С. Ю., Асанова Н. А. (2018). Диверсификация как основа стратегии развития организации в рыночных условиях. *Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа*, 282–288.

6. Згурська О. М. (2018). Диверсифікація як метод підвищення економічної ефективності підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*, (13), 16–21.
7. Котлер Ф. (1998). *Маркетинг і менеджмент*. Серія: Теорія і практика в менеджменті, 896с.
8. Мельник О. Г., Петришин Н. Я., & Чиркова Ю. Л. (2017). International diagnostic systems as instruments of business entities diagnostics in the conditions of European integration. *Економіка. Фінанси. Право*, (11 (1)), 27–32.
9. Мельник О. Г. (2017). Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. *Проблеми економіки*, (1), 226–231.
10. Томсон А. А., Стрикленд А. Дж. (1998). *Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии*. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 576 с.
11. Stiglitz J. E. (2010). Risk and global economic architecture: Why full financial integration may be undesirable. *American Economic Review*, 100(2), 388–392.
12. Battiston S., Gatti D. D., Gallegati M., Greenwald B., & Stiglitz J. E. (2012). Default cascades: When does risk diversification increase stability?. *Journal of Financial Stability*, 8(3), 138–149.
13. Захарченко В. І., Балахонова О. В., Величко М. Р. (2019). Оптимізація інвестиційного ризику з використанням інструменту його диверсифікації. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*, (18, вип. 1), 57.
14. Захарін С. В. (2012). Економічна диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*.
15. Морщенок Т. С., Острик А. Ю. (2016). Диверсифікація діяльності як напрям розвитку та посилення конкурентних переваг торговельного підприємства. *Економіка і суспільство*. Вип. 7.
16. Свідерська А. В. (2016). *Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства: дис. д-ра екон. наук*, Хмельницький: ХНУ, 2016. 290 с.
17. Березяк І. (2013). Статистичне вивчення ризиків в зовнішньоекономічній діяльності та способи їх мінімізації. *Актуальні проблеми функціонування господарської системи України: зб. доп. XX Міжнар. наук. конф.*, 17–18 травня 2013, 18–20.
18. Md. Harun-Or-Rashid. Diversification: An easy way to reduce risk, вебсайт: URL: <http://m.theindependentbd.com/printversion/details/214436> (дата звернення: 03.02.2020).
19. Українська асоціація підприємств легкої промисловості, вебсайт: URL: <https://ukrlegprom.org/ua/analytics/> (дата звернення: 02.02.2020).
20. Напольные покрытия – основа любого интерьера, вебсайт: URL: <http://www.carpet-service.ru> (дата звернення: 02.02.2020).
21. Офіційний портал Державної фіскальної служби України, вебсайт: URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 03.02.2020).
22. Офіційний портал Державної служби статистики України, вебсайт: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.02.2020).

References

1. Brammer S. J., Pavelin S., & Porter L. A. (2006). Corporate social performance and geographical diversification. *Journal of Business Research*, 59 (9), 1025–1034.
2. Michael Geringer J., Beamish P. W., & DaCosta R. C. (1989). Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance. *Strategic management journal*, 10(2), 109–119. Michael Geringer J., Beamish P. W., & DaCosta R. C. 1989. Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance. *Strategic management journal*, 10(2), 109–119.
3. Ansoff I. (1999). *New corporate strategy*. St. Petersburg, 416 (in Ukrainian)
4. Semkina T. V., & Zgurskaya O. M (2019). Theoretical and methodological approach to the choice of enterprise diversification strategies. (in Ukrainian)
5. Huth, S. Y., & Asanova, N. A. (2018). Diversification as the basis of an organization's development strategy in market conditions. *Problems and prospects of development of the theory and practice of economic analysis*, pp. 282–288. (in Russian)
6. Zgurska O. M. (2018). Diversification as a method of increasing the economic efficiency of the enterprise. *Investments: Practice and Experience*, (13), 16–21. (in Ukrainian)
7. Kotler F. (1998). *Marketing and Management*. Peter Com, 896 (Series: Theory and Practice in Management). (in Ukrainian)

8. Melnyk O. G., Petrishin N. E., & Chirkova Y. L. (2017). International diagnostic systems as instruments of business entities diagnostics in the conditions of European integration. *Economy. Finances. Law*, (11 (1)), 27–32.
9. Melnyk O. G. (2017). Export potential of the enterprise: essence and methodological basis of analysis. *Problems of Economy*, (1), pp. 226–231 (in Ukrainian)
10. Thomson A. A. Strickland A. J. (1998). *Strategic Management. The art of strategy development and implementation*. M.: Banks and Stock Exchanges, UNITI, 576. (in Russian)
11. Stiglitz J. E. (2010). Risk and global economic architecture: Why full financial integration may be undesirable. *American Economic Review*, 100(2), 388–92.
12. Battiston S., Gatti D. D., Gallegati M., Greenwald B., & Stiglitz J. E. (2012). Default cascades: When does risk diversification increase stability?. *Journal of Financial Stability*, 8(3), 138–149.
13. Zakharchenko V. I., Balakhonova O. V. & Velichko M. R. (2019). Optimization of investment risk using its diversification tool. *Market Economics: Modern Management Theory and Practice*, (18, Issue 1), 57. (in Ukrainian)
14. Zakharin S. V. (2012). Economic diversification as an effective mechanism for ensuring enterprise development. *Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design*.
15. Morshchenko T. S., & Ostrick A. Y. (2016). Diversification of activity as a direction of development and strengthening of competitive advantages of a trading enterprise. *Economy and society*. Issue 7. (in Ukrainian)
16. Sviderska A. V. (2016). *Risk Management of Foreign Economic Activity of the Enterprise*: (doctoral dissertation. Khmelnytskyi: KhNU, 290. (in Ukrainian)
17. Berezyak I. (2013). Statistical study of risks in foreign economic activity and ways to minimize them. *ACTUAL PROBLEMS OF UKRAINE'S ECONOMIC SYSTEM PERFORMANCE*, 18. (in Ukrainian)
18. Md. Harun-Or-Rashid. Diversification: An easy way to reduce risk. Retrieved from Access mode: <http://m.theindependentbd.com/printversion/details/214436> (accessed: 03.02.2020).
19. Official site of the Ukrainian Association of Light Industry Enterprises, [Electronic resource]. Retrieved from: <https://ukrlegprom.org/ua/analytics/> (accessed: 02.02.2020). (in Ukrainian).
20. Flooring – the basis of any interior, [Electronic resource]. Retrieved from: <http://www.carpet-service.ru> (accessed: 02.02.2020). (in Russian).
21. Official site of the State Fiscal Service of Ukraine, [Electronic resource]. Retrieved from: <http://sfs.gov.ua/> (accessed: 03.02.2020). (in Ukrainian).
22. Official site of the State Statistics Service, [Electronic resource]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 03.02.2020). (in Ukrainian).

O. G. Melnyk, L. V. Smereka
Lviv Polytechnic National University

DIVERSIFICATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF DOMESTIC CARPET MARKET ENTERPRISES

© *Melnyk O. G., Smereka L. V., 2020*

At the present stage of dynamic development of the world economy, active processes of interpenetration of technologies and capital, expansion of economic relations, economic entities are increasingly faced with various socio-economic challenges. In view of this, the role of foreign economic activity is increasing not only for economic entities, but also for the country as a whole, since all systemic transformations of the economy affect the characteristic features of the development of the specified sphere of activity. Activation of foreign economic relations is a driving force of economic transformation in Ukraine, which has a significant impact on the structure of social production, consumption and quality of life of citizens; determines the competitiveness of the national producer in the world market and determines the approximation of national standards of living to the European and world level as a whole. In a challenging market environment, more and more businesses are having to deal with numerous economic challenges. The uncertainty of the external environment, the increasing impact of crisis phenomena are driving economic agents to actively expand their activities and pursue strategic alternatives to development. External economic diversification enables the enterprise to support its activity in the period of economic downturn, gain competitive advantages and gain additional economic

benefits. All of the above determines the relevance of the chosen topic and substantiates the need for research related to the choice of foreign economic guidelines and the implementation of the process of diversification of foreign economic activity of enterprises in the current conditions of foreign economic transformation, as well as assessing the effectiveness of economic diversification depending on the state of the industry act of management.

In this article there are analyzed the views of domestic and foreign researchers on the essence of the diversification process, described the main prerequisites for the use of diversification and presented the characteristics of the types of foreign economic diversification of enterprises. There are singled out the factors influencing the choice of directions of diversification as one of the most effective methods of ensuring the progressive development of the enterprise.

There is explored the current state of economic entities within the domestic carpet sector of light industry, the dynamics of export-import activity. There is developed the classification of motives of business entities for the diversification of foreign economic activity and a complex model of diversification of foreign economic activity.

Key words: diversification; foreign economic activity; expansion; entity; motives and barriers; risk minimization; efficiency.