

СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Шквыря Наталья

Таврический государственный агротехнологический университет им. Дмитрия Моторного, Мелитополь, Украина

Актуальность темы исследования. Развитие научно-технического прогресса, международного сотрудничества и выход на мировые аграрные рынки требует от сельскохозяйственных товаропроизводителей новых подходов к организации своей деятельности, а недостаточность ресурсов государства для улучшения экономической ситуации приводит к осознанию ими необходимости перспективного планирования хозяйственной деятельности на макро- и микроуровне с ориентацией на собственные силы [1]. Одним из эффективных способов усиления конкурентных преимуществ и обеспечения стабильного существования предприятий в условиях изменяющейся среды может стать стратегия диверсификации производства.

Методы и методология исследования. Поставленные в исследовании задачи решались с помощью следующих методов: абстрактно-логический, экономического анализа и сравнения, статистически-экономические, анкетного опроса, методы оценки инвестиционных проектов, методы оценки рисков инвестиционного проекта.

Результат исследования. Проведенные теоретические исследования позволили разработать методические основы определения стратегии диверсификации деятельности сельскохозяйственного предприятия, выбор которой осуществляется в зависимости от предпринимательской среды, конкурентного потенциала и рыночной позиции предприятия. На наш взгляд, более точным и обобщенным для сельскохозяйственных предприятий будет определение диверсификации как стратегии развития деятельности за пределы основного бизнеса, направленной на завоевание новых рыночных сегментов и групп потребителей с целью снижения рисков, расширения источников поступления доходов и получения положительного экономического, социального и синергетического эффектов. Рассчитаем эффективность внедрения стратегии диверсификации на примере сельскохозяйственного предприятия ООО «Агрофирма Мир», Мелитопольского района Запорожской области. С помощью метода анализа иерархий обосновали выбор стратегии диверсификации производства; в качестве альтернатив предложили следующие элементы, которые влияют на прибыль и конкурентоспособность предприятия - спрос, потенциал развития, эффективность, уровень конкуренции. В результате установили, что наиболее прибыльной и конкурентоспособной продукцией для предприятия является биотопливо из соломы зерновых культур. Для реализации данной стратегии необходимо осуществить инвестиции в размере 1400 тыс. грн. на покупку оборудования для брикетирования соломы. Результаты расчетов свидетельствуют, что полная себестоимость 1 т. готовой продукции планируется на уровне 890 грн/т, уровень безубыточности производства биотоплива составит 1077 т. Проведенное анкетирование свидетельствует о перспективности и эффективности использования биотоплива населением для различных целей. 86% респондентов считают актуальной в настоящее время проблему загрязнения окружающей среды, это свидетельствует о будущем растущем спросе на биотопливо. Анализ указывает на слабую осведомленность опрошенных о современных видах отопления. Поэтому для увеличения спроса необходимо усиление коммуникационных мероприятий по продвижению биотоплива. Наиболее важными факторами, которые имеют значение при принятии решения о покупке биотоплива является цена и качество, соответственно 84% и 76% респондентов отдали им предпочтение. Расчеты показывают, что производство биотоплива является эффективным для предприятия. Размер чистой прибыли в 2021 г составляет 976,4 тыс. грн. Расчет индекса доходности и чистой приведенной стоимости стратегии свидетельствует, что она прибыльна и целесообразна к внедрению. С помощью метода анализа чувствительности рисков определили, что предложенная стратегия имеет наибольшую чувствительность к повышению цены и изменению объема продаж.

Выводы. Таким образом, реализация стратегии диверсификации является одним из главных факторов достижения предприятием конкурентных преимуществ и способствует его успешному экономическому развитию как на микро-, так и на макроуровне. Также она дает возможность предприятиям дополнительно использовать свои собственные сильные стороны в других сферах, а также минимизировать возможные риски со стороны внешней среды за счет распределения капитала среди различных видов деятельности.

Ключевые слова: стратегия диверсификации производства, сельскохозяйственное предприятие, биотопливо.

Литература:

1. Олексенко, Р. И. (2018). Маркетинг как "философия бизнеса": концепт развития предпринимательства. *Приоритетные задачи и стратегии развития экономики, менеджмента и маркетинга*: сб. материалов Межд. науч.-практ. конф. посвященная 70- летию академика Ж.Т. Сейфуллина: Алматы, 23-26.
2. Олексенко, Р. І. (2001). *Політика забезпечення конкурентоспроможності України на світовому продовольчому ринку в умовах глобалізації: тенденції та перспективи*. Мелітополь: Колор Принт.
3. Леонова, А. А., Олексенко, Р.И. (2013). Теоретические особенности становления и развития маркетинга. *Новый университет. Серия: Экономика и право*, 12, 135-137.