

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено сутність стратегії диверсифікації виробництва. Обґрунтовано впровадження стратегії диверсифікації аграрними підприємства для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості діяльності на ринку.

Определена сущность стратегии диверсификации производства. Обосновано внедрение стратегии диверсификации аграрными предприятиями для повышения конкурентоспособности и эффективности их деятельности.

The essence of strategy diversification is defined. Implementation of the strategy of agricultural enterprises diversification to improving competitiveness and profitability of the market is grounded.

Постановка проблеми. Розвиток науково-технічного прогресу, міжнародного співробітництва та вихід на світові аграрні ринки вимагає від сільськогосподарських товаровиробників нових підходів до організації своєї діяльності, а недостатність ресурсів держави для поліпшення економічної ситуації зумовлює усвідомлення ними необхідності перспективного планування господарської діяльності на мікрорівні з орієнтацією на власні сили, а саме: визначення тактики поведінки в економічному середовищі, формування певних індикаторів зростання та розробки стратегій їх досягнення. Одним з ефективних способів посилення конкурентних переваг і забезпечення стабільного існування підприємств у динамічному середовищі може стати стратегія диверсифікації. Досвід застосування й управління диверсифікацією доводить, що її обґрунтована реалізація дає змогу підприємству досягти високої ефективності з низьким рівнем ризику [5].

Впровадження стратегії диверсифікації сільськогосподарського виробництва забезпечує підприємствам економічне зростання та фінансову стабільність, а, отже і конкурентоспроможність як продукції, так і підприємства в цілому, тоді як вузькоспеціалізовані підприємства зазнають вагомих збитків, сконцентрувавшись на одному виді продукції чи виробництві [1].

Мета дослідження. Теоретичне обґрунтування та розробка методологічних положень, а також науково-практичних рекомендацій процесу формування та реалізації стратегії диверсифікації виробництва.

Основний матеріал дослідження. У сучасній економічній літературі поняття «диверсифікація» розглядається неоднозначно. Аналіз наукових публікацій свідчить про наявність розбіжностей у трактуванні сутності диверсифікації та її напрямів, хоча присутнє і дублювання окремих

аспектів. Аналіз літературних джерел свідчить, що стратегія диверсифікації існує у двох основних формах [3]:

1) розширення асортименту товарів, організація випуску нових видів продукції в межах «власної» галузі, тобто збільшення модифікацій певного виду товару, які задовольняють попит окремих груп споживачів;

2) вихід за межі основного бізнесу, проникнення в нові галузі та сфери господарства (через створення нових підприємств, скуповування фірм або злиття з ними). Внаслідок цього відбувається перехід від односторонньої виробничої структури до багатопрофільного виробництва.

В сучасних умовах диверсифікація набуває глибшого значення і може бути визначена як урізноманітнення видів діяльності підприємства у виробничій, фінансовій та маркетинговій сферах [5]. За визначенням Н.В. Куденко, диверсифікація — це протилежний процес спеціалізації виробництва, при якому в одному підприємстві поєднуються багато товарних галузей, інколи навіть не пов'язаних між собою [4].

Проведені теоретичні дослідження дозволили розробити методичні основи визначення стратегії диверсифікації діяльності сільськогосподарського підприємства, вибір якої здійснюється залежно від підприємницького середовища, конкурентного потенціалу та ринкової позиції підприємства і передбачає визначити:

– місію, цілі і завдання сільськогосподарського підприємства в зовнішній економічній середовищі на основі оптимального поєднання наявних у нього ресурсів і максимального використання своїх переваг;

– наявність ресурсів для диверсифікації в родинні галузі та перспективні напрямки диверсифікації, що дозволить використовувати наявний досвід у сільськогосподарському виробництві;

– потенціал сільської території, наявність трудових ресурсів та наявність фінансових ресурсів для диверсифікації в неспоріднені галузі;

– можливість одночасної диверсифікації в споріднений і неспоріднений бізнес.

На наш погляд, більш точним та узагальненим для сільськогосподарських підприємств буде визначення диверсифікації як стратегії розвитку діяльності за межі основного бізнесу, що спрямована на завоювання нових ринкових сегментів і груп споживачів з метою зниження ризиків, розширення джерел надходження прибутків й отримання позитивних економічного, соціального та синергетичного ефектів.

Розрахуємо ефективність впровадження стратегії диверсифікації на прикладі сільськогосподарського підприємства ТОВ «Агрофірма Мир», Мелітопольського району Запорізької області. Аналіз структури товарної продукції підприємства свідчить, що спеціалізація ТОВ – виробництво зернових та соняшнику. За допомогою методу аналізу ієрархій обґрунтували вибір стратегії диверсифікації виробництва; у якості альтернатив запропонували наступні елементи, які впливають на прибуток та конкурентоспроможність підприємства – попит, потенціал розвитку,

ефективність, рівень конкуренції, потенціал розвитку. В результаті виявили, що найбільш прибутковою та конкурентоспроможною продукцією є біопаливо з соломи пшениці. Для реалізації даного проекту необхідно здійснити інвестиції у розмірі 800тис.грн. на покупку обладнання для брикетування соломи. Результати розрахунків свідчать, повна собівартість 1т. готової продукції планується на рівні 496,1 грн/т до 2018р. вона зменшиться до 470,4тис.грн. Рівень беззбиткового виробництва брикетів із соломи пшениці складе 1077т. у 2014р. у 2018р. він збільшиться до 1248,2т.

Результати проведеного анкетування свідчать про перспективність та ефективність використання біопалива населенням для різних цілей. 86% вважають актуальною на даний час проблему забруднення навколишнього середовища, що свідчить про майбутній зростаючий попит на біопаливо. Аналіз вказує на слабку обізнаність опитуваних про сучасні види опалення. Тому для збільшення попиту необхідно посилення комунікаційних заходів щодо просування біопалива, а саме брикетів із зерновідходів. 28% респондентів згодні використовувати брикети для опалення та інших цілей. Виходячи кількості мешканців Мелітопольського району кількість майбутніх споживачів складатиме 113,9тис.грн, з них згодних опалювати приміщення 62,6тис.грн. Найбільш важливими факторами що мають значення при прийнятті рішення про покупку палива для опалення або інших цілей є ціна та якість, відповідно 84% та 76% респондентів віддали їм перевагу. Визначальними чинниками, що обумовлюють перевагу покупців відносно покупки брикетів із соломи є зольність, тепловіддача та виділення CO₂. Найбільш надійними джерелами інформації респондентів щодо сучасних видів опалення є Інтернет, реклама в газеті та спеціалізовані видання.

Таблиця 1

Ефективність впровадження стратегії диверсифікації в ТОВ
«Агрофірма Мир»

Показник	Значення
Ставка дисконтування, %	16
Період окупності, місяців	9,0
Дисконтний період окупності, місяців	10,4
Середня норма рентабельності, %	109,3
Чиста дисконтна вартість, тис.грн	4373,2
Чистий дисконтний дохід, тис.грн.	3573,2
Індекс прибутковості	4,5
Внутрішня норма дохідності,%	143

Розрахунки свідчать, що виробництво і реалізація паливних брикетів із соломи пшениці є прибутковою для ТОВ «Агрофірма Мир». Розмір чистого прибутку у 2014р становить 676,4тис.грн., до 2018р. від зросте на 745,6тис.грн. і становитиме 1421,9тис.грн. Розраховані індекс прибутковості та чиста теперішня вартість проекту показали, що проект є ефективний і доцільний до впровадження (таблиця 1). За методом аналізу чутливості

ризиків виявили, що запропонована стратегія має найбільшу чутливість до підвищення ціни та зростання обсягу продаж.

Висновки. Отже, впровадження стратегії диверсифікації в сільськогосподарське виробництво є одним із головних факторів забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Стратегія стабілізує діяльність, робить аграрне підприємство менш вразливим до кризових явищ. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стійкі та конкурентоспроможні, ніж вузькоспеціалізовані. Вони мають можливість переливати капітал у найприбутковіші галузі. Тому, впровадження стратегії диверсифікації – це організаційно-економічний фактор підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. Бондарєва Ю.Г. Маркетингова стратегія підприємства / Ю. Г. Бондарєва // Науковий вісник ЛНАУ. – 2010. – №16.-с.34-45.
2. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: монографія / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль: Екон. думка, 2009. – 246 с.
3. Вітковський О.С. Ефективність стратегії диверсифікації діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища / О.С. Вітковський // Економіка та держава. – 2009. – № 8. – С. 30–32.
4. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
5. Петрова Н. О. Стратегія диверсифікації сільськогосподарського виробництва, як шлях формування конкурентоспроможності підприємства АПК // Вісник СНАУ.-2009.- №4. – С. 129-130.

УДК 339.9

В.О. Шилін

Науковий керівник к.е.н., доцент О.В. Мандич
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ПРИ УПРАВЛІННІ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто та проаналізовано основні негативні моменти, які впливають на формування системи управління міжнародною конкурентоспроможністю аграрних підприємств.

В статье рассмотрены и проанализированы основные негативные моменты, которые влияют на формирование системы управления международной конкурентоспособностью аграрных предприятий.

The article considers and analyzes the main negative points that affect the formation of the system of international competitiveness of agricultural enterprises.