

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ЧИННИК ЇХ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Лебедева В.В., к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

У статті розкриваються актуальні питання підвищення ефективності виробництва, отримання економічної вигоди та запобігання банкрутства підприємств аграрної сфери шляхом диверсифікації виробництва. Обґрунтовуються можливості мінімізації ризиків та отримання стабільних фінансових результатів сільськогосподарськими підприємствами шляхом диверсифікації діяльності, не пов'язаної з основним виробництвом.

Article is devoted to the topical issues of production efficiency, economic benefits and prevent bankruptcy agricultural sector by diversifying production. It proves possible to minimize risks and obtaining stable financial results farms through diversification of activities not related to the primary production

Постановка проблеми. Для забезпечення стійких ринкових позицій на ринку в умовах зростаючої конкуренції підприємства повинні постійно вносити зміни в свою діяльність. Сутність змін залежить від зовнішніх факторів та внутрішньої ситуації на підприємстві. Однак, розвиток підприємства, що базується на використанні інновацій є найбільш перспективним, зокрема, диверсифікація є одним із підходів, що надає можливість підвищити конкурентоспроможність підприємства. Отже, одним із факторів, що впливає на здатність підприємства протистояти поширенню кризових процесів та дозволяє забезпечити більш-менш стабільну діяльність, навіть в умовах спаду загальної ділової активності, є вироблення та реалізація стратегії диверсифікації, як одного із стратегічних напрямків розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Потенціал економічного зростання аграрної сфери є об'єктом досліджень як вітчизняних так і зарубіжних науковців. Значну увагу інноваційному розвитку підприємств приділено в працях М. Портера, Ж.-Ж. Ламбена, Р. Фостера, О.І. Амоши, В.М. Гриньової, Л.І. Федулової, Е.Е. Румянцевой та ін. Наукові розробки щодо диверсифікації діяльності підприємств аграрної сфери ведуть Малік М.Й, Саблук П.Т., Луценко Ю.О., Копитко В.І., Гришова І.Ю., Наумов О.Б., Топіха В.І., Мармуль Л.А., Цогла О.О та ін.

Однак, питання розробки стратегії інноваційного розвитку ще не зайняли належного місця в діяльності аграрних підприємств, а можливість забезпечити конкурентоспроможність шляхом диверсифікації не набула всебічного висвітлення.

Постановка завдання. Дослідити основні характеристики потенціалу диверсифікації аграрних підприємств як чинник їх інноваційного і стратегічного розвитку, підвищення їх конкурентоспроможності та економічного піднесення аграрної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Саме стратегія диверсифікації аграрних підприємств, яка полягає у розширенні спеціалізації та видів діяльності, вертикальній інтеграції, відновленні зв'язків та нових ініціатив, в умовах кризи може забезпечити стабільні результати господарювання. В умовах зниження попиту на основну продукцію підприємств, як на внутрішньому, так і на зовніш-

ньому ринку, питання пошуку альтернативних функціонально виражених напрямів діяльності підприємств аграрної сфери є вкрай актуальним.

Зокрема, за умови, коли використані всі можливості інтенсивного росту (збільшення обсягів продажу, ринкової частки та прибутку підприємства шляхом інтенсифікації його існуючих ресурсів), необхідно розглянути можливість диверсифікації. Тобто, підприємство може пристосуватися до умов, які змінюються, або протидіяти їм, намагаючись змінити конкурентне середовище, зокрема прийняти рішення про стратегію диверсифікації. Дана стратегія застосовується в тому випадку, коли підприємство знаходить привабливі для себе можливості поза існуючим бізнесом.

Вважається, що диверсифікація забезпечує: ресурсні конкурентні переваги (переваги, що збільшують споживацький ефект, пов'язаний з ціновими характеристиками), технологічні конкурентні переваги (переваги, які зумовлені наявністю та експлуатацією технологій масового виробництва), інноваційні конкурентні переваги (переваги, які дають змогу забезпечити оновлення номенклатури і асортименту), партнерські конкурентні переваги (переваги, які пов'язані з формуванням соціальних, економічних стандартів господарської діяльності та їх реалізацією). У сучасній літературі диверсифікацію пов'язують, насамперед, з переходом до багатoproфільного виробництва з широкою номенклатурою продукції. Вважають, що слово «диверсифікація» походить від латинського *diversus* – різний, віддалений. Поняття «диверсифікація» у «Економічній енциклопедії» за редакцією професора Мочерного С.В. трактується як процес розширення номенклатури продукції, яку виробляють окремі фірми та об'єднання [4].

«Диверсифікація, – вказують автори видання, – існує у двох основних формах:

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

По-друге, вихід за межі основного виду діяльності, проникнення в нові галузі та сфери господарства» [4].

Російська дослідниця О. Румянцева наводить наступне визначення: «Диверсифікація – це володіння найрізноманітнішими фінансовими активами, з кожним з яких пов'язані різні ризики, аби знизити ступінь ризику портфеля в цілому; або загальна ділова практика, що спрямована на розширення номенклатури товарів та послуг та (або) географічної території, аби розпилити ризик та знизити залежність від циклічності бізнесу» [5].

У виданні «Современный экономический словарь» наводиться таке визначення: «Диверсифікація – 1) розширення асортименту, зміна виду продукції, що виготовляється підприємством, фірмою, освоєння нових видів виробництва з метою підвищення ефективності виробництва, отримання економічного зиску, попередження банкрутства...; 2) розподіл грошових капіталів, що вкладаються в економіку або використовуються в якості кредитів поміж різними об'єктами з метою зниження ризику втрат та в надії отримати більший дохід» [6].

Якщо систематизувати визначення поняття диверсифікації, наведені в іноземній літературі такими авторами, як Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж., Гріфін Р., то їх можна звести до наступного: «диверсифікація» – це розширення номенклатури товарів (послуг) підприємства за рахунок споріднених чи нових, які

можуть виготовлятися і збуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності фірми, в абсолютно нових для неї галузях [7].

Диверсифікація, як явище світової економіки, отримала розвиток та поширення у середині 50-х рр. XX ст. Нині серед 500 найбільших компаній світу понад 90% мають різноспрямовані виробництва, що є природним наслідком реалізації стратегії економічної диверсифікації.

Зазвичай виділяють п'ять основних груп мотивів, що спонукають до здійснення диверсифікації – техніко-технологічні, фінансові, економічні, соціальні та стратегічні. При цьому, слід зазначити, що як правило, ці мотиви тісно взаємопов'язані і впливають в комплексі на прийняття рішення про здійснення диверсифікації.

Критеріями вибору та успішного застосування стратегії диверсифікації є: привабливість галузі з точки зору рентабельності і можливості розвитку; стабільний фінансовий стан та місце даного підприємства в галузі на момент диверсифікації; асоціативні зв'язки між профілем підприємства та потребами галузі, куди диверсифікує свою діяльність підприємство; створення замкнутих виробничих циклів; оперативне та адекватне реагування на зміну смаків і переваг споживачів тощо. Загрозами диверсифікації виступають: невизначеність; необ'єктивність оцінки власної компетентності та особливостей нового ринку; ускладнення управління підрозділами великих диверсифікованих підприємств; загострення проблеми пошуку джерел фінансування; невизначеність часу впровадження; неадекватне реагування споживачів [8].

Дане узагальнення прийнятне для використання у випадку, коли підприємство здійснює диверсифікацію у споріднені галузі, тобто коли для випуску нової продукції можуть застосовуватися вже існуючі технології та обладнання. Це дозволяє визначити максимально можливу широту диверсифікації у споріднені галузі. Так, якщо дохід після диверсифікації є більшим за суму існуючого доходу та приросту доходу, подальша диверсифікація є доцільна, оскільки дає змогу зменшити питомі постійні та умовно-постійні витрати (економія на витратах позитивна). Як тільки зазначена умова не виконується, підприємство повинно використовувати інший підхід до визначення доцільності диверсифікації, оскільки диверсифікація або вже не носить характер спорідненої, або подальше збільшення випуску продукції потребує нових значних вкладень.

Важливий фактор, який дозволяє підвищити ефективність діяльності підприємства в результаті вибору стратегії диверсифікації, є застосування нових технологій. Причому такі інновації виступають в якості чинника, що дозволяє підвищити ефективність діяльності підприємства (наприклад, за рахунок зниження собівартості чи підвищення якості блага, що виробляється), а також передумовою здійснення диверсифікації (оскільки на основі нових технологій можна розпочати випуск благ, які раніше підприємство не виробляло).

Отже, основне завдання при реалізації стратегії економічної диверсифікації – забезпечення прийняттого співвідношення між прибутковістю і рівнем ризику. Це співвідношення кожне підприємство визначає для себе самостійно, воно залежить, в першу чергу, від того, наскільки власники та топ-менеджери компанії схильні до ризику. Загальний ризик складається з двох компонентів: по-перше, несистематичний (диверсифікований, власний) ризик; він притаманний конкретному підприємству і підлягає зменшенню в результаті диверсифікації; по-друге, систематичний (не диверсифікований, ринковий) ризик; його неможливо змен-

шити шляхом подальшої диверсифікації, він породжується причинами, які впливають на ринок в цілому (інфляція, темпи зростання).

Економічна диверсифікація не може становитися стратегічним пріоритетом діяльності підприємства, аж поки не почнуть скорочуватися можливості зростання підприємства на його основному ринку. Оцінка “зростання підприємства” може бути здійснена на основі частки ринку, яке займає підприємство, або ж на основі зростання його вартості.

Крім перерахованих позитивних результатів господарювання ефективна економічна диверсифікація може сприяти зростанню вартості підприємства, що актуально для будь-якого виду економічної діяльності. В той же час, слід пам’ятати, що існує безліч прикладів, коли підприємство працює десятки років на одному ринку, не застосовуючи стратегію економічної диверсифікації, і при цьому незмінно демонструє позитивні результати господарювання. Відтак, перед ухваленням рішення про економічну диверсифікацію слід реалістично оцінити внутрішні виробничі фактори, провести ретельний економічний аналіз внутрішнього середовища, віднайти резерви збільшення ефективності.

Висновки. Диверсифікація – це комплекс аналітичних, організаційних, контролюючих заходів, спрямованих на створення, підтримку та розширення економічно вигідних напрямів діяльності підприємства для досягнення його стратегічних цілей. Вихід до нових сфер діяльності передбачає для аграрного підприємства неабиякі конкурентні переваги (ефективне використання ресурсів, економія за рахунок масштабів, скорочення залежності від постачальників, ефект синергії, раціональне застосування побічної продукції, розподіл інвестиційного ризику тощо). Водночас диверсифікація містить й певні небезпеки для підприємства, зокрема вибір неперспективного напрямку розширення діяльності, недостатня компетентність менеджерів щодо управління різноплановими напрямками, розподілення ресурсів підприємства, значні витрати на входження до нових ринків, тому застосування диверсифікації вимагає ретельного попереднього аналізу і економічно обгрунтованого рішення.

Список використаних джерел:

1. Диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки : Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.0.04 / С.М. Попова ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., –2012. – 20 с.
2. Диверсифікація інновацій у харчовій промисловості: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 [Електронний ресурс] / К.В. Білецька; Нац. наук. Центр «Ін-т аграр. Економіки» УААН. – К., –2007. – 19 с.
3. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред) та ін. – К.: ВЦ –Академія. 2000–2002. – с. 952.
4. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. 3-е изд. / Е.Е.Румянцева. – М.: Инфра-М, 2008. – 826 с.
5. Современный экономический словарь / Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М.: Инфра-М, –1996. – 496 с.
6. Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III. А. Дж Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.Р. Ганиева (пер.с англ.) . – 12.изд. – М. ; –СПб. ; –К. :- Вильямс, –2003. – 924с.
7. Цогла О.О, Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств / О.О, Цогла // Актуальні проблеми економіки – 2011. – №7. – с. 147–151.

Рецензент – д.е.н., професор Гришова І.Ю.