

*Рецензент: Карпов В.А., к.е.н., професор, начальник НДЧ
Одеського національного економічного університету*

23.12.2014

УДК 338.042

Трофімова Ганна

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ ПП «СТІД»

У статті розглянуто існуючі підходи до сутності стратегії розвитку підприємства. Запропоновано основні напрями стратегії розвитку приватного підприємства «Спеціальні технології. Інноваційна діяльність» після проведення відповідного аналізу за основними фінансово-економічними показниками, зокрема обґрунтована стратегія розвитку власного виробництва та асортименту продукції. Рекомендовано здійснити диверсифікацію в частині пропозиції нових модифікацій дезінфікуючого засобу «Стерилій АБ» для використання у побуті, а саме збільшити асортимент даної продукції, що дозволило би розширити ринки збуту продукції.

Ключові слова: стратегія розвитку, фінансовий аналіз, окупність інвестиції, дисконтування, диверсифікація, виробництво.

Трофімова Анна

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ ЧП «СТИД»

В статье рассмотрены существующие подходы к сущности стратегии развития предприятия. Предложены основные направления стратегии развития частного предприятия «Специальные технологии. Инновационная деятельность» после проведения соответствующего анализа по основным финансово-экономическим показателям, в частности обоснована стратегия развития собственного производства и ассортимента продукции. Рекомендовано осуществить диверсификацию в части предложения новых модификаций дезинфицирующего средства «Стерилий АБ»

для использования в быту, а именно увеличить ассортимент данной продукции, что позволило бы расширить рынки сбыта продукции.

Ключевые слова: стратегия развития, финансовый анализ, окупаемость инвестиции, дисконтирование, диверсификация, производство.

Trofimova Anna

DEVELOPMENT STRATEGY AND PRODUCT DIVERSIFICATION OF THE PE «STID»

The article examines the existing approaches to the essence of the development strategy of the company. The author proposes the main directions of the development strategy of private enterprise «Special Technologies. Innovation Development» after proper analysis on major financial and economic indicators, in particular the strategy for the development of its own production and product mix. It is recommended to diversify the supply side of new modifications of disinfectant «Steriliy AB» for use in everyday life, namely to increase the range of these products, which would expand the markets for the products.

Keywords: strategy development, financial analysis, investment return, discounting, diversification of production.

Постановка проблеми. Найважливіша проблема будь-якого українського підприємства, що працює в ринкових умовах, – це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації конкурентних переваг, що можуть бути досягнуті на основі розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства. На даний час бізнес-середовище діяльності підприємств характеризується підвищенням складності (інфляція, ріст цін на сировину та матеріали, високі процентні ставки за кредит, зниження купівельної спроможності населення та ін.) та невизначеності (нові інформаційні технології, індивідуалізація і динамізм поведінки споживачів, посилення міжнародної конкуренції, високі вимоги до якості товарів і обслуговування та ін.). При цьому правильно розроблена, обрана і обґрунтована стратегія є частиною майбутнього успіху підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процесу формування стратегії розвитку підприємства присвячено багато досліджень та

робіт таких вчених як М. Портер [1], І. Ансофф [2], а також таких сучасних авторів як Карпов В.А. [3], Кучеренко В.Р. [4], Горбаченко С.А. [5], Зозулєв А.В. [6], Селіверстова Л. С. [7], які у своїх роботах відображають вирішення питань формування стратегічного розвитку підприємства в умовах змін зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Ціль статті. Метою статті є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо поліпшення виробничо-господарської діяльності ПП «СТІД».

Основний матеріал дослідження.

Для досягнення мети поставлені наступні завдання:

- а) розглянути теоретичні питання щодо предмету дослідження й розкрити сутність стратегії розвитку підприємства;
- б) провести аналіз діяльності підприємства за останні три роки;
- в) запропонувати основні напрями розвитку стратегії підприємства;
- г) обґрунтувати основні параметри проекту розширення власного виробництва та асортименту продукції.

Концепція стратегії розвитку підприємства має визначальне значення для утримання або завоювання позиції підприємства у галузі, ринкової поведінки і сфери інтересів бізнесу. Крім цього, стратегія – це основа для прийняття важливих рішень у веденні бізнесу, наприклад: вибір споживчих груп або окремих споживачів для задоволення їхніх потреб; вибір найбільш ефективних з урахуванням ресурсів та витрат технологій і виробничих процесів; визначення оптимальних обсягів виробництва і місця розташування підприємств; спроби добитися вищої конкурентоспроможності; використання нових ринкових альтернатив тощо. Поняття стратегії підприємства виникло і закріпилося завдяки об'єктивному процесу суттєвої зміни зовнішнього середовища діяльності комерційних структур, що й привело до необхідності моделювання майбутнього розвитку бізнесу з урахуванням прогнозованих соціально-економічних змін.

У сучасному світі відбуваються глобальні зміни в системі суспільного виробництва. Здійснюється перехід від виробництва масового споживання до диверсифікованого споживання. Сучасні технології, і особливо інформація, дають можливість виробляти невеликі партії багатоваріантної продукції для задоволення

різноманітних смаків споживачів. Необхідною умовою існування підприємства стають постійні інновації та зміни.

Перш за все при розробці стратегії необхідно дослідити сучасний стан економіки підприємства.

Приватне підприємство «Спеціальні технології. Інноваційна діяльність» з 2001 року займається розробкою та виробництвом допоміжних технологічних засобів – це дезінфікуючі, антисептичні препарати, які використовуються у цукровій, спиртовій та харчовій промисловості, а також для застосування у ветеринарії, сільському господарстві і в побуті.

Крім виробництва власної продукції підприємство імпортує на територію України допоміжно-технологічні засоби для застосування на підприємствах харчової промисловості, а саме піногасники, дріжджі для виробництва спирту, ферментні препарати, а також сировину для виготовлення власної продукції.

У четвертому кварталі 2013 року в зв'язку з політичною ситуацією в країні призупинились експортні поставки товару в країни СНГ. У 2014 році, у зв'язку зі зростанням курсу долара США з рівня 7,99грн./долар США до рівня 15,74 грн./долар США (в 2 рази), вартість сировини для виготовлення дезінфікуючих засобів та антисептиків, що поставляються на цукрові та спиртові заводи України, зросла вдвічі. Все це досить негативно вплинуло на діяльність ПП «СТІД». Але для правильного вибору стратегії розвитку підприємства слід дослідити та проаналізувати його роботу більш детально.

Напротязі 2011-2013 років (експрес-діагностика проводилась на основі даних балансу, звіту про фінансові результати та бухгалтерської звітності за 2011 - 2013рр.) підприємство досягло кризового стану, що особливо проявилось в різкому падінні обсягу продажу. Структуру продажу товарів наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Структура продажу товарів ПП «СТІД» за 2011 – 2013 рр., %

Найменування	Питома вага в загальному обсязі продажу		Відхилення, п. п.
	2011 р.	2013 р.	
1. Продаж дезінфікуючих засобів для побуту	35,6	49,1	+ 13,5
2. Продаж дезінфікуючих засобів для підприємств харчової промисловості	28,5	6,2	- 22,3
3. Продаж дезінфікуючих засобів для ветеринарії	12,6	13	+ 0,4
4. Продаж піногасників для харчових підприємств	11	11,5	+ 0,5
5. Продаж затравочної суспензії на цукрові заводи	6,1	5	- 1,1
6. Продаж імпортової продукції	6,2	15,2	+ 9
Загалом	100	100	-

Як видно з таблиці 1 у 2013 р. скорочення на 22,3% обсягів реалізації продукції на цукрові та спиртові заводи. Так, у 2011 р. об'єм продукції, що поставлялася на підприємства харчової промисловості, становив 28,5% від загального обсягу продажу, то в 2013 р. склав лише 6,2%. Зниження попиту на дану продукцію пояснюється тим, що зменшилась кількість працюючих цукрових заводів.

Збільшення попиту у сегменті дезінфікуючих засобів саме на цей препарат дає змогу розглянути такий напрямок діяльності, як введення нових потужностей для випуску розширеної лінійки продукції.

Для реалізації проекту «Дезінфікуючі засоби для побуту» підприємству необхідно придбання імпортного спеціалізованого обладнання для розливу та упаковки дезінфікуючих засобів. Маркетингові дослідження показали необхідність наступних обсягів інвестиційних потреб проекту та доступні джерела

а) придбання обладнання за рахунок кредиту на 5 років на суму 1500000 грн.;

б) взяття кредиту в національній валюті в банку під ставку 22%. Застава кредиту - придбане обладнання;

в) ринкова вартість обладнання через 5 років складе 10% від первісної вартості;

г) затрати на ліквідацію обладнання складуть 8% від ринкової вартості через 5 років;

д) повернення основної суми кредиту проводиться рівними долями з 1 (першого) року по закінченню кожного з п'яти років;

е) збільшення оборотного капіталу з власних коштів становить 500000 грн. (власний інвестований капітал проекту);

є) сплата відсотків за користування кредитом – щорічна.

Виходячи із заданих вихідних даних і умов реалізації проекту визначались наступні показники ефективності проекту:

– ЧД - чистий дохід та ЧДД - чистий дисконтований дохід;

– ІД - індекс доходності та ІДД - дисконтований індекс доходності;

– ВНД - внутрішня норма доходності;

– СО - строк окупності та ДСО - дисконтований строк окупності;

– КЕІ - коефіцієнт ефективності інвестицій та ДКЕІ - дисконтований коефіцієнт ефективності інвестицій.

Показники дисконтованої ефективності вкладення в проект кредитної та власної інвестиції у розмірі 2,0 млн. грн. досягли наступних рівнів:

а) чистий дисконтований прибуток проекту складає 287,55 тис. грн., тобто інвестиція, вкладена в досліджуваний проект, за 5 років генерує потік доходів, який дозволяє повернути банку-кредитору їх інвестицію, сплатити відсотки за користування інвестицією, та ще додатково отримати значний прибуток для підприємства;

б) власник підприємства в якості дивідендів (25% від щорічної суми чистого прибутку проекту) за 5 років отримає 1,138 млн. грн. тільки від експлуатації проекту;

в) дисконтований коефіцієнт ефективності (доходності) інвестиції для підприємства ДКЕІ становить 123,12%, тобто вище дисконтованого обсягу інвестиції і є гарантією повернення кредиту, а дисконтований прибуток інвестора-банка у вигляді сплачених підприємством відсотків за користування кредитом складає 46,9%. Таким чином інвестиційний проект є вигідним не тільки для підприємства, але й для інвестора;

г) дисконтований строк окупності інвестиції ДСО = 4,06 років, тобто менше розрахункового строку проекту 5 років;

д) внутрішня рентабельність проекту становить ВНД = 34,2% річних та вище розрахункової норми дисконтування 28% річних.

На рис. 1 наведений вихідний графік результатів дослідження доцільності та високої ефективності проекту «Дезінфікуючі засоби для побуту» у розвитку ПП «СТІД».



Рис. 1. Прогнозне підвищення прибутковості діяльності ПП «СТІД» при впровадженні проекту «Дезінфікуючі засоби для побуту»

Так, на базі вихідних даних за 2011-2013 роки побудовано прогнозний тренд на три роки, що свідчить про збільшення чистого прибутку майже вдвічі, а сумарної чистої виручки – втричі. Отже, для підприємства ДКЕІ надзвичайно вигідним буде впровадження запропонованих заходів.

При впровадженні проекту рівень валового чистого доходу зросте в 1,5 - 5 разів (з 2-8 млн. грн. до 13 млн. грн), а прогнозований рівень чистого прибутку в 10 разів (з 120 тис. грн. до 1,16 млн. грн). Проект є економічно вигідним і може бути прийнятним для підприємства.

Висновки. Таким чином, ґрунтуючись на результатах проведеного дослідження, автором запропоновано основний напрямок стратегії розвитку приватного підприємства «Спеціальні

технології. Інноваційна діяльність», обґрунтовано стратегію розвитку власного виробництва і асортименту продукції та рекомендовано здійснити диверсифікацію в частині пропозиції нових модифікацій дезінфікуючого засобу «Стерилій АБ» для використання у побуті. Проект є економічно вигідним і може бути прийнятним для підприємства.

Література

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. С англ. - 2-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 454 с.

2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия /И. Ансофф [пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского].- СПб: Издательство Питер, 1999. - 416 с.

3. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проєктів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.

4. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання: Навчальний посібник. – Одеса, 2011.

5. Горбаченко С.А., Карпов В.А. Аналіз підприємницьких проєктів. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 241 с.

6. Зозульєв А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект: Учеб. пос. - Харьков: Студцентр, 2005. - 238 с.

7. Селіверстова Л. С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №7. – 235 с.

1. Porter M. Konkurentnaya stratehiya: Metodyka analyza otrasley y konkurentov / Maykl E. Porter; Per. S anhl. - 2-e uzd. - M.: Al'pyna Biznes Buks, 2006. - 454 s.

2. Ansoff Y. Novaya korporativnaya stratehiya /Y. Ansoff [per. s anhl. pod red. YU.N. Kapturevskoho].- SPb: Yzdatel'stvoPyter, 1999. - 416 s.

3. Karpov V.A. Planuvannya ta analiz pidpryyemnyts'kykh proektiv. – Odesa: ONEU, 2014. – 243 s.

4. Kucherenko V.R., Karpov V.A., Karpov A.V. Ekonomichnyy ryzyk ta metody yoho vymiryuvannya: Navchal'nyy posibnyk. – Odesa, 2011.

5. Horbachenko S.A., Karpov V.A. Analiz pidpryyemnyts'kykh proektiv. – Odesa: ONEU, 2013. – 241 с.

6. Zozulëv A.V. Promyshlenny marketynh: stratehychesky aspekt: Ucheb. pos. - Khar'kov: Studtsentr, 2005. - 238 s.

7. Seliverstova L. S. Shlyakhy formuvannya efektyvnoyi stratehiyi pidpryyemstva // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2008. - №7. – 235 s.

Рецензент: Карпов В.А., к.е.н., професор, начальник НДЧ Одеського національного економічного університету

24.12.2014

УДК 657:338.48

Хазар Хамад Хуссейн

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття розкриває основні підходи формування антикризової політики підприємства в ринкових умовах Іракського Курдистану. Завдання обґрунтування сучасних підходів формування антикризової політики підприємств в умовах іноземних інвестицій вирішена на базі стратегії реструктуризації. Нові підходи формування антикризової політики визначає адаптивна реструктуризація, фінансове оздоровлення і санація підприємства, які відносяться до компетенції проектного менеджменту. Розглянуті підходи формування антикризової політики дозволять підприємствам активізувати свою діяльність та підвищити рівень конкурентоздатності.

Ключові слова: підприємство, антикризова політика,