

а також сучасного інструментарію вибору пріоритетів соціальної політики та механізмів її реалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Палій Н. С. Система діагностики соціальної безпеки [Електронний ресурс] / Н. С. Палій. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2009-28-116.pdf. – Назва з титулу екрана.
2. Гордей О. Система чинників і фінансових показників вимірювання рівня життя населення / О. Гордей // Підприємство, господарство і право. – 2009. – № 10. – С. 222–225.
3. Державне регулювання економіки : навч. посіб. / Швайка Л. А. – К. : Знання, 2006. – 435 с.
4. Сергеева Л. Н. Анализ международного опыта определения показателя «качество жизни» / Л. Н. Сергеева // Бизнес-информ. – 2009. – № 6. – С. 11–17.
5. Куницкий Р. Мир труда [Электронный ресурс] / Р. Куницкий // Экономическая газета. – 2011. – № 6. – Режим доступа : <http://www.neg.by/news/9509.html>. – Название с экрана.
6. Офіційний сайт Міністерства соціальної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mlsp.kmu.gov.ua/control/uk/index>. – Назва з титулу екрана.
7. Олейник А. П. Страны мира в цифрах/2011 [Электронный ресурс] / А. П. Олейник. – Режим доступа : <http://www.alleng.ru/d/geog/geo030.htm>. – Название с экрана.

УДК 338.33:338.4:636

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Т. О. Дерев'янюк

Розвиток окремих галузей сільського господарства та будь-якого підприємства у їх складі неможливий без розробки стратегії їх діяльності, що спричинена нестабільністю на ринку та неповнотою інформації про майбутній стан підприємства. Менеджери обґрунтовують напрями стратегічного розвитку, формують альтернативні варіанти організації виробничої діяльності. Однією зі стратегій, що спрямована на підвищення економічного росту та доходів підприємства, є стратегія диверсифікації. В аграрному виробництві диверсифікація сприяє більш рівномірному надходженню доходів за періодами року, ефективного використання фінансових ресурсів, охорони навколишнього середовища тощо.

Одним із проблемних і малодосліджених питань є застосування стратегії диверсифікації в сільськогосподарському виробництві, зокрема у галузі тваринництва. Питання диверсифікації досліджували такі вітчизняні

вчені, як: О. А. Вітковський, М. В. Врода, О. В. Зоренко, І. В. Гнидюк, Н. Г. Маслак, Є. І. Милованов, Н. Б. Мельник, М. Д. Корінько, Т. О. Травіна та ін. Але вони і досі недостатньо висвітлені у вітчизняній економічній літературі, а зарубіжний досвід диверсифікації потребує адаптації до умов господарювання в Україні. Тому розробка принципів і методологічних основ диверсифікації сучасного сільськогосподарського виробництва в Україні набуває актуальності як для економічної науки, так і для практики господарювання.

Оцінка результатів діяльності підприємства пов'язана з розробкою методики отримання, аналізу та висвітлення інформації, яка стосується освоєння нових технологій, видів продукції, діяльності ринків та інших видів і напрямів діяльності, а також виявлення закономірностей визначення стану досягнення мети диверсифікації. Перспективи та проблеми, пов'язані із своєчасною оцінкою результа-

тів диверсифікації складових бізнесу підприємств, є актуальними і потребують глибших досліджень.

Теоретичну та методологічну основу статті становлять фундаментальні положення економічної теорії, менеджменту, наукові праці зарубіжних і вітчизняних учених з проблем диверсифікації виробництва та інноваційного розвитку. Дослідження проведене на системній основі з використанням аналізу, діалектичного й абстрактно-логічного методів.

Стратегія диверсифікації в галузі тваринництва – це розробка нових напрямів діяльності, пов'язаних із селекційними, техніко-технологічними та організаційними змінами у підприємстві, з використанням інновацій на всіх етапах від виробництва до реалізації та пошуку нових ринків збуту.

Метою стратегії диверсифікації є забезпечення компенсації зниження прибутків на ринку одних товарів за рахунок високих прибутків на інших ринках, щоб уникнути залежності підприємства від одного господарського підрозділу чи товару та проявити свої конкурентні переваги.

Перехід до ринкової економіки зумовив переорієнтацію діяльності суб'єктів господарювання з виробничої сфери до маркетингової, опрацювання довготермінових стратегій розвитку з урахуванням ринкових реалій, соціальних потреб населення. Складна ситуація у сільському господарстві призвела до значного

відставання в матеріальному забезпеченні зайнятих у цій галузі, порівняно з іншими сферами матеріального виробництва [7].

Стратегію диверсифікації розподіляють на три фази: початкову, аналітичну та виконавчу. На початковій фазі підприємство займається збором інформації про конкурентне середовище в регіоні, потенційний розвиток і диверсифікацію виробничих потужностей. Наступним етапом є аналіз зібраних даних. Виконавча фаза полягає у введенні в дію стратегії диверсифікації.

Існує шість різних стратегічних підходів, що сприяють покращенню діяльності диверсифікованого підприємства:

1. Купувати нові підприємства.
 2. Позбавлятися від підприємств або їх підрозділів, результати яких незначні або перспективи росту яких не спостерігаються.
 3. Реструктуризувати господарський портфель при низьких результатах.
 4. Переходити до диверсифікації на іншій основі.
 5. Використати багатофункціональну диверсифікацію.
 6. Позбавитись від збиткових підрозділів з потенційно низьким товарооборотом.
- Розглядаючи причини, що спонукають до диверсифікації галузі тваринництва, можемо виділити внутрішні та зовнішні фактори впливу (рис.).

Фактори	
Зовнішні	Внутрішні
<ul style="list-style-type: none"> • конкуренція; • попит на вироблену продукцію; • інтеграція в суміжні галузі; • зменшення рівня сезонності; • розвиток промислової діяльності; • розвиток, привабливість та прибутковість нової галузі; • НТП 	<ul style="list-style-type: none"> • рівень розвитку галузі в підприємстві; • ефективне використання ресурсів; • розподіл ризиків; • можливість більш вигідної переорієнтації діяльності підприємства; • пошук способів зниження виробничої собівартості; • застосування інновацій; • ставлення підприємства до інноваційних змін

Рис. Фактори впливу на виробничу диверсифікацію в галузі тваринництва

Також потрібно враховувати й ті фактори, які стримують розвиток диверсифікації в аграрній сфері та у тваринництві зокрема. Серед таких факторів виділимо диспаритет цін на промислову й аграрну продукцію, недос-

татню забезпеченість засобами виробництва основної діяльності, недосконалість фінансово-кредитного забезпечення, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, необізнаність із механізмами диверсифікації,

стереотипність мислення багатьох спеціалістів у тому, що диверсифікація призводить до деспеціалізації, знижує ефективність інвестицій, веде до розпорошення ресурсів, виробництва не завжди доброякісної продукції, яка в результаті стає неконкурентоспроможною. Також слід вказати на недостатність для сільськогосподарських підприємств методичних розробок, у яких би були викладені практичні рекомендації проведення диверсифікації [6], відсутність на районному, обласному та загальнодержавному рівні програм, спрямованих на зміну структури підприємств у процесі реалізації проектів диверсифікації. Причинами такої ситуації є недостатня кількість, а іноді й відсутність фахівців, які б мали досвід роботи в диверсифікованому сільськогосподарському виробництві. Брак інформації та практичних навичок щодо переваг диверсифікованого виробництва є несприятливими чинниками для застосування стратегії диверсифікації в аграрних формуваннях.

На прийняття рішення щодо проекту диверсифікації впливають усі попередні фактори. Зокрема, підприємство вирішує чи проводити внутрішню диверсифікацію, чи проводити диверсифікацію через злиття та поглинання. Розглядаючи внутрішню диверсифікацію галузі тваринництва на інноваційній основі, підприємство може застосувати перепрофілювання галузей тваринництва у напрямку зміни спеціалізації. Одним із видів внутрішньої диверсифікації може бути переробка продукції тваринництва в підприємстві.

Однією з перспектив запровадження інноваційної діяльності є диверсифікація, яка в кінцевому результаті має за мету забезпечити фінансову стійкість підприємства. Але диверсифікація не повинна бути застосованою, поки підприємство не вичерпає всі можливості для розвитку в основній, пріоритетній сфері діяльності.

Перед розробкою будь-якої економічної стратегії розвитку підприємство здійснює пошук коштів на запровадження інноваційних проектів диверсифікованого розвитку галузі. Джерелами фінансування можуть бути власні, залучені або позикові кошти. Для сільськогосподарських підприємств власними коштами можуть бути прибуток від господарської ді-

яльності або внески власників; до залучених відносно доброякісних внески на розвиток господарства або окремого проекту та інвестиції; до позикових коштів належать кредити, дотації або бюджетні кошти, також можуть бути безвідсоткові позики підприємства.

У сучасній ринковій економіці диверсифікація виробництва не може здійснюватися без залучення значних додаткових коштів. Сільськогосподарські підприємства для розширеного відтворення потребують капіталовкладень, хоча б для оновлення матеріально-технічної бази. Адже підприємство, розпочинаючи диверсифікаційні зміни, прагне до підвищення ефективності виробництва та прибутковості, щоб вийти на новий рівень розвитку і тому вдається до інноваційної діяльності, яка, в свою чергу, потребує інвестиційної підтримки. Саме застосування інноваційних підходів до розв'язання економічних і соціальних завдань, які стоять перед підприємством дасть змогу забезпечити нарощення обсягів виробництва продукції тваринництва та зробити галузь стабільно прибутковою [2]. Адже головними факторами, які стримують інноваційну діяльність у сільському господарстві, перш за все є нестача оборотних засобів, неможливість залучення інвестицій та обмежений доступ товаровиробників до кредитних ресурсів унаслідок низької ліквідності сільськогосподарських підприємств.

Кабінет Міністрів України прийняв Постанову від 02.02.2011 р. № 389 «Про затвердження програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні». Дана програма розроблена з метою переходу на інноваційну модель розвитку економіки, модернізацію виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, запобігання впливу міжнародної фінансової кризи на розвиток економіки. Однією із пріоритетних галузей економіки, де реалізуються інвестиційні та інноваційні проекти, є виробництво, перероблення та зберігання сільськогосподарської продукції. Держава компенсує частину витрат на будівництво тваринницьких об'єктів, але лише після завершення проектів і лише на конкурсній основі.

Власні кошти підприємства найчастіше спрямовуються на фінансування невеликих за обсягом робіт. Переважно це кошти, які становлять частину нерозподіленого прибутку підприємства, амортизаційного та резервного фондів та фонду розвитку, також це можуть бути додаткові внески власників до статутного фонду [3].

Диверсифікаційна стратегія є одним із засобів досягнення мети підприємства, яка відрізняється своєю новизною, адже розроблена стратегія буде результативною, якщо вона пов'язана із застосуванням інновацій. Стратегія диверсифікації на інноваційній основі в тваринництві покликана сприяти вдосконаленню та покращенню якісних характеристик виробленої продукції тваринництва, стабілізувати продовольчі ринки, покращити забезпечення країни продуктами харчування вітчизняного виробництва, а також підвищення продовольчої безпеки. Серед чинників, які сприяють застосуванню інновацій, виділимо прискорення НТП і конкурентність. Проектно-технологічні роботи адаптують інновації до конкретних умов використання, дають змогу підготувати виробництво до інноваційних змін.

Відмітимо, що при диверсифікації виробництва продукції тваринництва на інноваційній основі основними пунктами стратегії мають бути: виділення нових підгалузей і пріоритетних напрямів розвитку; виробництво нової або вдосконаленої продукції з використанням нових або поліпшених технологій; аналіз можливих ризиків, пов'язаних із запровадженням

інновацій; виділення коштів на інвестування інноваційної діяльності; визначення наукових і технологічних факторів, які забезпечать перехід галузі на інноваційний шлях розвитку; забезпечення спрямування інновацій на реалізацію проектів, які забезпечували б зниження загального рівня витрат галузі тваринництва.

Й. Шумпетер 1942 р. висунув думку про те, що головною рушійною силою на ринках будь-якої продукції є крупні фірми [8]. Лише вони за допомогою великих оборотів і доступу до зовнішнього фінансування можуть перенести фінансові втрати від недоліків інновацій і запровадити в життя або протестувати на ефективність одночасно кілька проектів. За рахунок диверсифікації такі підприємства стійкіші на ринку для запровадження в життя нетривіальних розробок. Таким чином, у їхній інноваційній поведінці проявляється ефект економії від масштабів і різноманітності [1].

Сьогодні в Україні набувають розвитку великі вузькоспеціалізовані тваринницькі комплекси, для яких буде доцільна виробнича диверсифікація, тобто освоєння нових підвидів виробництва та переробки. Диверсифікація та інноваційна діяльність не дадуть вагатого ефекту на рівні малого підприємства, а, навпаки, негативно вплинуть на економічну стійкість аграрного підприємства. В табл. проведено групування сільськогосподарських підприємств за наявністю поголів'я тварин.

Таблиця

Групування сільськогосподарських підприємств за наявністю поголів'я тварин на 1 січня 2012 р.

Види тварин	Групи с.-г. підприємств із поголів'ям, голів	Кількість підприємств		Кисельність поголів'я	
		одиниць	у відсотках до загальної кількості	тис. гол	у відсотках до загальної кількості
ВРХ	малі (до 99)	1788	44,7	51,4	3,4
	середні (100–999)	1798	45,0	721,3	47,7
	великі (1000–4999)	405	10,1	703,2	46,6
	найбільші (понад 4999)	5	0,1	34,7	2,3
Підприємств всього		3996	100	1510,6	100
Корови	малі (до 99)	1961	54,6	55,1	9,4
	середні (100–1499)	1616	45,0	497,9	85,3
	великі (понад 1499)	14	0,4	30,7	5,3
Підприємств всього		3591	100	583,7	100

Продовж. табл.

Види тварин	Групи с.-г. підприємств із поголів'ям, голів	Кількість підприємств		Кисельність поголів'я	
		одиниць	у відсотках до загальної кількості	тис. гол	у відсотках до загальної кількості
Свині	малі (до 99)	1702	40,0	68,3	2,1
	середні (100–999)	2011	47,2	685,2	20,6
	великі (1000–59990)	460	10,8	977,2	29,4
	найбільші (понад 5999)	85	2,0	1588,5	47,9
Підприємств всього		4258	100	3319,2	100
Вівці та кози	малі (до 99)	648	53,0	23,6	8,1
	середні (100–1999)	561	45,9	228,2	78,7
	великі (понад 1999)	13	1,1	38,2	13,2
Підприємств всього		1222	100	290	100
Птиця	малі (до 999)	259	38,8	52,3	0,05
	середні (1000–9999)	163	24,4	577,5	0,55
	великі (10000–49999)	71	10,6	2006,2	1,90
	найбільші (понад 49999)	174	26,1	103089,3	97,51
Підприємств усього		667	100	105725,3	100

Основна кількість свиней і птиці зосереджена у великих і найбільших підприємствах – 2565,7 та 105095,5 тис. голів відповідно. Найбільша кількість поголів'я ВРХ, корів, овець і кіз утримується в середніх підприємствах, у відсотковому співвідношенні становлять 47,7; 85,3 та 78,7 % відповідно. Саме сільськогосподарським підприємствам, які належать до середніх, великих і найбільших, доцільно та ефективно диверсифікувати виробництво тваринницької продукції, адже саме такі господарства мають достатній ресурсний потенціал, щоб мати можливість розвивати виробничі потужності за декількома напрямками розвитку. Для господарств, що належать до малих, більш ефективним є шлях поглибленої спеціалізації, адже при відносно невеликому обсязі виробництва саме вузько спеціалізоване виробництво дасть змогу накопичити ресурсний потенціал, який сприятиме диверсифікації в подальшому розвитку.

Якщо виробнича стратегія диверсифікації сільськогосподарських підприємств буде комплексно охоплювати всі напрями інновацій у галузі тваринництва, це сприятиме вирішенню багатьох проблем галузі та підвищить прибутковість у тваринництві, адже метою будь-якої діяльності є комерційний результат. Отже, будь-які нововведення повинні мати комплексний характер і аналізувати їх потрібно як з технологічного, так і нетехнологічного

боку. Досить часто сільськогосподарські підприємства не використовують комплексний підхід до застосування нових технологій та інноваційних рішень. Вітчизняні товаровиробники не завжди позитивно сприймають інноваційні зміни, дотримуючись системи управління і виробництва, що не змінювалась роками.

Отже, завдяки стратегії диверсифікації виробництва продукції тваринництва на інноваційній основі тваринницькі підприємства зможуть отримати не тільки фінансовий, а й економічний, науково-технічний, соціальний і екологічний ефект.

Застосування стратегії диверсифікації виробництва – об'єктивно необхідний процес розвитку сільського господарства в цілому та тваринництва, зокрема в сучасних умовах функціонування аграрних підприємств на основі вільного ринку та конкуренції. Диверсифікація покликана за рахунок розширення асортименту товарів, урізноманітнення інвестиційних ринків забезпечувати стійку рентабельність підприємства, знижувати ризики господарської діяльності. В результаті правильного вибору і застосування форм диверсифікації підвищується прибутковість виробництва, зміцнюється позиція підприємства на ринку, зростає його конкурентоспроможність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончар К. Инновационное поведение крупнейших компаний: ленивые монополии или агенты модернизации? / К. Гончар // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – № 3. – С. 3–15.
2. Колодько Т. Г. Активізація інноваційної діяльності, як фактор соціально-економічного зростання АПК України / Т. Г. Колодько // Вісник БДАУ. – № 49. – 2007. – С. 55–58.
3. Ладюк О. Д. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні / О. Д. Ладюк // Проблеми науки. – 2009. – № 1. – С. 2–7.
4. Малахов С. Пути повышения эффективности молочного скотоводства // С. Малахов, Н. Агарков // АПК: Экономика, управление. – 2001. – № 12. – С. 64–67.
5. Маслак Н. Г. Економічні особливості диверсифікації виробництва підприємств АПК / Н. Г. Маслак // Економіка АПК. – 2007. – № 12 (62). – С. 16–19.
6. Матковський П. Є. Шляхи диверсифікації діяльності аграрних підприємств регіону / П. Є. Матковська, В. В. Гловацька, Д. І. Шеленко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 7 (33). – С. 128–131.
7. Травіна Т. О. Диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств / Т. О. Травіна // Вісник Львівського державного університету. Економіка АПК. – 2005. – № 2. – С. 26–31.
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер : [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

УДК 359.09

ПРОМОЦІЙНО-МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ДО ЄВРО-2012

**М. О. Джаман, доктор економічних наук;
І. Г. Смирнов, доктор географічних наук**

Проведення фінальної частини Європейського футбольного чемпіонату 2012 р. (ЄВРО-2012) в Україні та Польщі дало новий поштовх у подальшому розвитку туристичної галузі та відповідної політики в Україні, зокрема, це стосується одного з її найважливіших складників – промоційно-маркетингової та рекламної діяльності. Після кількох невдалих експериментів у цій царині останнім часом (з 2010 р.) спостерігається бурхлива активізація промоційно-маркетингової та рекламної діяльності України з підготовки до ЄВРО-2012, зокрема в міжнародних засобах масової комунікації. Ця діяльність потребує теоретичного осмислення та наукового аналізу, а також ознайомлення з її особливостями широкого загалу, зокрема, це стосується ВНЗ і їхніх спеціальностей туристичного профілю.

Літературні джерела та публікації з теми статті охоплюють як базові науково-навчальні видання з міжнародного туристичного бізнесу [1, 2], менеджменту [3, с. 159] та маркетингу в туризмі [4, с. 63], так і популярні часописи України, де тема ЄВРО є однією з найчастіше висвітлюваних у різних аспектах, в тому числі з погляду промоційно-маркетингової та рекламної діяльності [5, 6].

Метою статті є висвітлення сучасних особливостей промоційно-маркетингової та рекламної діяльності України, як держави, яка прийматиме (разом із Польщею) фінальну частину Європейської футбольної першості ЄВРО-2012. При цьому промоційно-маркетингова діяльність до ЄВРО-2012 розглядається в контексті реалізації туристичної політики України як європейської держави.