

УДК 631.15:338.33

Чаговець О. В. – аспір., Несен А. В. – ст. гр. МО-2

Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Науковий керівник: к. е. н., доцент Пасемко Г. П.

Аграрний сектор має велике значення для економіки України. Однак, сучасний стан потребує впровадження невідкладних заходів, одним з яких є його диверсифікація.

Диверсифікація сільськогосподарського виробництва продиктована об'єктивними причинами природного і економічного порядку. Вона позитивно діє на економічну, соціальну і екологічну ефективність аграрних формувань. Через реалізацію проектів диверсифікації виробництва покращується використання землі, засобів виробництва і трудових ресурсів, завойовуються додаткові ніші ринків, стабілізується фінансовий стан сільгоспвиробників, більш повніше задовольняється попит на продукцію, роботи, послуги. Вона дозволяє краще насичувати ринки товарами, замінити застарілі новими, підвищувати ефективність виробництва, використовувати ресурси більш рівномірно на протязі року, підвищувати зайнятість за рахунок нових робочих місць. Диверсифікація сприяє витісненню імпорту, більш рівномірному надходженню доходів за періодами року, збільшенню річної маси прибутку. Виходячи з цього диверсифікація виробництва вимагає особливого типу господарювання, що стимулює новачі, пошук нових виробництв і ринків.

Диверсифікацію в сільському господарстві можна проводити в таких напрямках: виробничому, фінансовому і маркетинговому.

Диверсифікація виробництва в сфері АПК – це процес проникнення сільськогосподарських підприємств у нові для себе галузі виробництва шляхом освоєння нових видів виробництва, зміни виду продукції, що виробляється підприємством, розширення номенклатури та асортименту з метою підвищення ефективності підприємства, отримання економічної вигоди, запобігання банкрутства х урахуванням екологічних та соціальних потреб населення.

Фінансова диверсифікація – це урізноманітнення фінансової діяльності, яка досягається через здійснення підприємством різних видів коротко- і довгострокових фінансових вкладень.

Маркетингова диверсифікація передбачає створення підприємством власної торгівельної мережі, використання різних каналів збуту продукції та засобів постачання, організацію післяпродажного обслуговування товарів.

Класифікація видів диверсифікації надає можливості проаналізувати результати діяльності сільськогосподарських підприємств, визначити можливі шляхи їх диверсифікації.

Диверсифікація для вітчизняного аграрного сектору – порівняно нове явище, що виникло у зв'язку з необхідністю пристосування підприємств до швидких змін споживчого ринку і посиленням конкурентної боротьби.

Диверсифікація діяльності на селі має ряд економічних і соціальних переваг: повніше забезпечується зайнятість населення, реалізовується ширше коло соціальних та матеріальних потреб для сільськогосподарських регіонів. Тому пріоритетами державної підтримки сільськогосподарської диверсифікації мають бути різні програми саме соціального характеру.