

Харченко Тетяна Миколаївна,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

в галузях АПК СНАУ

ВЕРТИКАЛЬНА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ - СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дочірнє підприємство (ДП) “Мілкленд-Україна” - один з трьох провідних виробників молочної продукції на території України, який щорічно переробляє понад 420 тис. тонн молока. Підприємство входить до складу Групи компаній “Milkiland”. Компанія управляє 9 молокопереробними заводами, які розташовані на території 6 областей України. Усі заводи компанії сертифіковані згідно з міжнародними стандартами якості ISO 9001 та управління безпекою якості харчових продуктів НАССР. Заводи “Мілкленд-Україна” виробляють незбирану молочну продукцію, сири, фасоване вершкове масло, вагове вершкове масло та сухі молочні продукти. Продукція виробляється під брендами “Добряна” та “Коляда”.

Команда ДП “Мілкленд-Україна” налічує понад 6500 співробітників, які забезпечують виробництво, збір, обробку та переробку молока, а також дистрибуцію готової продукції.

У 2011 році “Мілкленд-Україна” підтримало створення і встановило довгострокові партнерські відносини з 16 виробничими кооперативами, які об’єднали понад 17 тис. членів з сукупним молочним стадом близько 21 тис. корів. Це дозволило забезпечити стабільні поставки сировини на молокозаводи Групи і поліпшити якість молока, що закуповується у приватних виробників.

До складу ДП “Мілкленд-Україна” входять 9 молокопереробних заводів в 6 областях України. До їх числа входять: Філія “Менський сир” Приватне підприємство “Прометей” (м. Мена, Чернігівська обл.); Філія “Славутський

маслоробний комбінат” Приватне підприємство “Прометей” (м. Славута, Хмельницька обл.); Філія “Львівський молочний комбінат” Приватне підприємство “Прометей” (м. Львів); Приватне акціонерне товариство “Чернігівський молокозавод” (м. Чернігів); Філія “Охтирський сиркомбінат” Приватне підприємство “Рось” (м. Охтирка, Сумська обл.); Філія “Роменський молочний комбінат” Приватне підприємство “Рось” (м. Ромни, Сумська обл.); Філія “Сумський молочний завод” Приватне підприємство “Аромат” (м. Суми); Відкрите акціонерне товариство “Миргородський сироробний комбінат” (м. Миргород, Полтавська обл.); Дочірнє підприємство “Агролайт” (м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл.).

На підставі проведеного SWOT-аналізу можна стверджувати, що Філія “Сумський молочний завод” ДП “Аромат” має досить стійку позицію на ринку молочних продуктів та формує позитивний імідж у споживачів за рахунок сильних сторін підприємства, зокрема використання екологічно чистої сировинної бази, широкого асортименту продукції, особливо асортименту сирів, які експортуються до інших країн.

Проведений детальний PEST-аналіз економічної та соціальної складових стійкості компанії сформували основу для подальшої розробки рекомендацій щодо стратегії підвищення рівня стійкого розвитку Філії “Сумський молочний завод” ДП “Аромат”.

Оскільки стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства повинні відповідати встановленим цілям Філії ДП “Аромат”, які, у свою чергу, залежать від позиції компанії на ринку, напряму і темпу зміни конкурентних переваг, тому оберемо стратегію концентричної диверсифікації підприємства, що значить підприємство виробляє товари, які як в технологічному, так і в маркетинговому аспекті пов'язані зі вже існуючими товарами фірми.

До переваг даної стратегії можна віднести гарантію поставок технічних і матеріальних ресурсів; тісний контакт з кінцевими споживачами; контроль всього ланцюга виробництва – від сировини до готової продукції; стабільність

господарських зв'язків у межах підприємства, до недоліків - негативні зміни зовнішнього середовища, що прямо впливають на взаємозалежність підрозділів та погіршують становище підприємства; зменшення впливу конкуренції через обмеженість ризиків [1, с. 53; 2, с. 110].

У даному випадку вертикальна диверсифікація буде базуватися на розширенні асортименту продукції – дитячого харчування.

Дитяче харчування – це продукти, які мають велику питому вагу у харчуванні дітей і відносяться до важливих продуктів, які потрібно досконало вивчати і досліджувати їх якість. До молочних продуктів спеціального призначення належать, насамперед, весь асортимент рідких та сухих молочних продуктів дитячого харчування.

Доцільно зауважити, для виробництва високоякісних продуктів дитячого харчування потрібна, насамперед, високоякісна сировина, так як якість готової продукції знаходиться в прямій залежності від якості основної та допоміжної сировини, яка використовується для її виготовлення. При виробництві сухих молочних продуктів дитячого харчування також використовують вуглеводні компоненти, які значно підвищують біологічну цінність цих продуктів. До них належать: рафінований цукор, рафінований цукор пісок, кукурудзяний крохмаль, кукурудзяний сироп, солодовий екстракт. Важливе значення при створенні продуктів дитячого харчування має коректування жирового інгредієнту.

Так, ринок продуктів дитячого харчування - одна із самих наболілих тем українського виробника й споживача. Сьогодні ринок дитячого харчування в Україні став занадто привабливим для закордонних виробників, які поставляють на наш ринок широкий асортимент продуктів дитячого харчування. В свою чергу вітчизняні товаровиробники отримують нову проблему – створити конкурентоспроможну продукцію в порівнянні з закордонними товарами та забезпечити якісною продукцією споживачів.

Таким чином, висвітлюючи результати власних досліджень, маємо наступні економічні розрахунки, для виробництва пасти сиркової дитячої в

розфасовці по 100 гр. в полімерний стакан. підприємству потрібно 700 тис. грн. Визначення отриманих в майбутньому надходжень показали, що завод може отримати додатково 591726 грн. виручки в результаті реалізації нового продукту. Термін окупності дорівнює приблизно становить 1 рік 6 місяців. Отже, виробництво нового виду продукції почне приносити прибутки вже на 18 місяць.

Також варто зауважити, що в умовах нестійкості та мінливості економічного середовища невід'ємною частиною діяльності підприємства є виникнення ризиків. Досліджено, що основними ризиками є недостатня кількість сировини; надходження на підприємство неякісної сировини; відключення електроенергії, і як наслідок, переривання технологічного процесу; недотримання правил технологічного процесу, що веде до зниження якості продукції; пошкодження обладнання, а головне втрати довіри у споживача.

Список використаної літератури:

1. Олійник Т. І. Стратегічний аналіз — чинник управління та прийняття рішень в діяльності аграрних підприємств / Т. І. Олійник, О. О. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 1 (33). — С. 52—55.
2. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти / Калиніченко Ю. // Галицький економічний вісник. — 2010. — №4(29). — С. 106-115.