

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК:005.336.1:631.11

Підан І. С., студентка 4 курсу
факультету «Економіки і права»
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

В умовах ринкової економіки сільськогосподарські підприємства спрямовують свої потужності на раціональне використання сільськогосподарських угідь, стабілізацію виробництва аби забезпечити в майбутньому зростання продуктивності функціонування та ефективності діяльності підприємства. Вирішенням цієї актуальної проблеми є диверсифікація, як джерело отримання синергетичного ефекту.

Задля підвищення ефективності діяльності підприємства, в більшості випадків, необхідно використовувати новітні технології, нововведення, які забезпечать поступовий безперервний розвиток. Тому, за допомогою енергозбереження, раціональних форм організації та удосконалення виробничої діяльності підприємства збільшують свій прибуток.

Результати теоретичних та практичних досліджень синергетичного ефекту в своїх роботах висвітлили: Кирилюк Є. [1], Прощаликіна А. [1], Потапова Н. [2], Ларіна Я. [3] та ін.

Проте попри досягнення вчених, проблеми в області сільськогосподарських підприємств являються недостатньо вивченими.

Метою дослідження є аналіз синергетичного ефекту в підвищенні ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств.

Синергетика означає спільну, сукупну і кооперативну дію. Р. Хакен вперше ввів поняття *sinergetic* – науку, яка займається вивченням систем, що складаються з великої кількості частин, компонентів або підсистем, тобто деталей, які складним чином взаємодіють між собою [4].

Основною метою взаємодії таких систем являється синергія. Звідси синергетичний ефект – це результат об'єднання простих систем у більш складні. Головною метою являється підвищення ефективності функціонування систем та збільшення синергетичного ефекту.

Синергетичний ефект може виникати від різних факторів (табл. 1)[5].

Таблиця 1

Фактори, які спонукають появу синергетичного ефекту в сільськогосподарських підприємствах

№ п/п	Фактори	Характеристика
1.	Диверсифікація діяльності	багатоцільове спільне використання виробничих потужностей підприємства – витрати знижуються завдяки концентрації збутової мережі (товари і послуги продаються через єдину мережу, не обов'язково власну)
		інший істотний резерв економії - внутрішній фірмовий трансферт інформації, знань, технічного й управлінського досвіду від одних виробництв до інших
2.	Управлінські рішення	взаємодоповнення різних бізнес-напрямків
		залучення партнерів із-за меж підприємства
		збалансованість та взаємодоповнюваність стратегічного портфеля підприємства
		поєднання економічних методів з моральними стимулами
3.	Об'єднання сезонних виробництв	маючи певні вільні обігові кошти, виробник електроенергії, потужності якого найбільше навантаження мають восени та взимку, може застосувати їх у виробництві сільськогосподарської продукції, пік активної діяльності якого припадає на весняну та літню пори року

Яскравим прикладом отримання синергетичного ефекту внаслідок створення вертикально інтегрованої структури також можна вважати результати, отримані внаслідок об'єднання компаній Ukrlandfarming і Avangardco, шляхом передачі в 2011 році 77,49% акцій останньої у власність UkrLandFarming.

Синергетичний ефект проявився в отриманні значної економії насамперед на закупівлях фуражного зерна, яке використовується для виготовлення и комбікормів для яєчного виробництва. Крім того, була отримана операційна безпека і надійні канали постачань для Avangardco. Маючи повністю замкнутий цикл – від постачання сировини для кормів до готового яйця і яєчного порошку, компанія зможе звести собівартість кінцевого продукту до найбільш вигідної для ринку цифри [6].

Але не у всіх випадках синергетичний ефект може бути позитивним. Тому перед проведенням процесу злиття чи поглинання компаній необхідно обрати відповідного партнера, дослідити історію його розвитку та механізм функціонування, проаналізувати наслідки та перспективи об'єднання діяльності. Тільки за таких умов можна розраховувати на отримання позитивного синергетичного ефекту.

Загалом слід зазначити, що в управлінні синергією українських підприємств можна виокремити деякі недоліки, які мають відношення до якісної оцінки рівня досягнутого синергетичного ефекту. Так, у багатьох українських підприємствах, зокрема і сільськогосподарських, ефект від управління синергією або взагалі не проводиться, або проводиться поверхнево. Тому підприємства, які залучені із синергетичною ефективністю, повинні бачити проблеми, вміти прогнозувати їх рішення та на основі цього створити дієвий «бізнес-план». А це у свою чергу вимагає на високому рівні оцінку можливостей виробничо-економічної системи, оцінку ринку, ризику, конкуренції та визначення стратегії маркетингу і фінансування, а також пошук і залучення необхідних ресурсів. [7].

У процесі опрацювання підвищення ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства слід обґрунтувати й розшифрувати систему інструментів маркетингу, зокрема просування продукції, політику ціноутворення, політику підтримки комерційності (прибутковості) продажу.

Таким чином, основою синергетичного ефекту у забезпеченні підвищення ефективності сільськогосподарського підприємства є інтеграція таких сфер діяльності підприємства, як сезонні об'єднання з іншими підприємствами, взаємодія з зовнішніми партнерами та диверсифікація діяльності.

У подальших дослідженнях автор планує зосередити увагу на вивчення механізмів формування агропромислових кластерів.

Література

1. Кирилюк Є.М. Методологія синергетики в дослідженні процесів трансформації економічних систем / Є.М. Кирилюк, А.М. Прощаликіна // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 1. – С. 87 –94
2. Потапова Н.А. Синергетичний розвиток складних економічних систем / Н.А. Потапова // «Проблеми економіки та управління»: Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2012. – № 725. – С. 180 – 186.
3. Ларіна Я.С. Синергетичний підхід у розвитку аграрного сектора економіки України / Я.С. Ларіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.fem.sumdu.edu.ua/docs/d032.pdf>.
4. Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен. – М.: Мир, 2005. – 419 с.
5. Ляшенко В.І. Синергетичний ефект маркетингової стратегії диверсифікації в умовах сезонного характеру виробництва / В. І. Ляшенко, С. В. Ляшенко // Економіка промисловості. – 2008. – № 4. – С. 114 – 121.
6. Офіційний сайт Ukrlandfarming PLC. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ulf.com.ua/ru>
7. Чухно А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 12. – С. 53 – 62.

Науковий керівник,
старший викладач

Котельникова Ю. М.

Опубліковано в авторській редакції