

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Факультет економіки та управління
Кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Економіка агробізнесу»

Денна форма навчання

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
на тему **«Економічне обґрунтування розширення масштабів діяльності
підприємства агробізнесу»**

здобувача **Паденка Євгенія Олеговича**

*Робота виконана з дотриманням основних принципів та фундаментальних
цінностей академічної доброчесності _____ Паденко Є.О.*

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент
Садовник Олександр Володимирович _____
(підпис)

Робота допущена до захисту в ЕК «__» _____ 20__ р. протокол № __

Зав. кафедри бізнес-економіки
та підприємництва,
докт. екон. наук, професор

Рєпіна І.М.

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. ПОНЯТТЯ МАСШТАБУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЙОГО РОЗШИРЕННЯ.....	6
1.1. Поняття масштабу діяльності підприємства.....	6
1.2. Види стратегій розширення масштабу діяльності підприємства.....	13
1.3. Особливості розширення масштабу діяльності підприємств агропромислового комплексу.....	21
РОЗДІЛ ІІ. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗШИРЕННЯ МАСШТАБІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ЧАЙКА».....	29
2.1. Економічна характеристика та аналіз основних показників діяльності ДП «Чайка».....	29
2.2. Аналіз та тенденції розвитку ринку м'яса птиці та яєць в Україні.....	37
2.3. Концепція впровадження автоматизованого комплексу управління виробництвом в ДП «Чайка».....	50
РОЗДІЛ ІІІ. ШЛЯХИ РОЗШИРЕННЯ МАСШТАБІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ЧАЙКА» ТА ЇХ ОБҐРУНТУВАННЯ.....	61
3.1. Розробка інвестиційного та операційного плану проекту відкриття птахоферми в ДП «Чайка».....	61
3.2. Економіко-технічне обґрунтування розширення масштабів діяльності шляхом впровадження проекту птахоферми.....	72
3.3. Аналіз ризиків реалізації проекту та шляхи їх зменшення.....	79
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	84
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	89
ДОДАТКИ.....	96

ВСТУП

Актуальність теми. З кожним роком все більше підприємств стикаються з необхідністю усунення диспропорцій відтворення та розподілу ресурсів. Саме диверсифікація виробництва, як форма організації продуктивних сил направлена на нові сфери діяльності, розширення асортименту товарів або послуг, вихід за рамки основного напрямку ведення бізнесу, поліпшення технологій, вихід на нові ринки постачальників та нові ринки збуту.

Вибираючи напрямок розвитку підприємства необхідно розглядати як позитивні, так і негативні наслідки диверсифікації. Відкриття нових виробництв або придбання нових дочірніх структур несе за собою безліч ризиків проведення невдалих заходів, які в підсумку можуть призвести до спаду виробництва і банкрутства.

Цілі диверсифікації залежать від фінансового стану і можливостей підприємства, привабливості галузей і залежить від того періоду, на який розраховане її здійснення. Фінансові можливості збиткових, середніх і процвітаючих підприємств диктують різні стратегії диверсифікаційних заходів, спрямованих на виживання або ж на створення стратегічних альянсів.

В даний час використовують два напрямки розвитку діяльності підприємства: спеціалізація та диверсифікація. Спеціалізація - це відокремлення окремих галузей, підприємств і зосередження на виробництві певної продукції або певній стадії технологічного процесу. Спеціалізація є результатом суспільного розподілу праці. Основними ознаками спеціалізації є: спеціальні устаткування і технологія, певний вид готової продукції або послуг, що надаються, спеціальні кадри робітників і фахівців.

Мета дипломної роботи: економічне обґрунтування напрямків розширення масштабів діяльності підприємства на прикладі ДП «Чайка».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначення поняття масштабу діяльності підприємства;
- характеристика видів стратегій розширення масштабу діяльності підприємства;
- аналіз особливостей розширення масштабу діяльності підприємств агропромислового комплексу;
- економічна характеристика та аналіз основних показників діяльності ДП «Чайка»;
- аналіз та тенденції розвитку ринку м'яса птиці та яєць в Україні;
- розробка та обґрунтування стратегії розширення масштабів діяльності ДП «Чайка»;
- розробка інвестиційного та операційного плану проекту відкриття птахоферми під виробництво м'яса птиці та яєць для ДП «Чайка»;
- економічне обґрунтування розширення масштабів діяльності шляхом впровадження проекту птахоферми;
- аналіз ризиків реалізації проекту та шляхи їх зменшення.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні засади масштабів діяльності підприємства.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування стратегії розширення діяльності в ДП «Чайка».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених у консультативному проекті завдань використовувалися такі методи: структурно-логічного аналізу – при побудові логіки та структури дослідження; логічної абстракції (теоретичні узагальнення і формування висновків); графічного (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі фінансової діяльності підприємства, формуванні витрат на створення та функціонування птахофабрики, при економічному обґрунтуванні доцільності

відкриття птахофабрики); маркетингові: SWOT-аналіз (для оцінки факторів, що впливають вибір стратегії розвитку підприємства).

Інформаційною базою дослідження слугували річні звіти ДП «Чайка» вітчизняні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних досліджень автора.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розробці науково-практичних положень і рекомендацій щодо створення птахоферми ДП «Чайка»

РОЗДІЛ 1.

ПОНЯТТЯ МАСШТАБУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЙОГО РОЗШИРЕННЯ

1.1 Поняття масштабу діяльності підприємства

Як показує практика, усталені в теорії менеджменту методи і інструменти, прийоми і технології управління, які носять по своїй суті універсальний характер, виявляються в різному ступені застосовними і ефективними для підприємств і організацій різного масштабу. У спеціальній літературі з менеджменту основна увага приділяється великим організаціям (корпораціям). Роботи лише небагатьох авторів присвячені проблемам управління в малих організаціях [11.; 27.; 46.]. Однак система і принципи управління великими і невеликими за масштабами підприємствами сильно різняться. Принципи класичного менеджменту в управлінні малими підприємствами виявляються найчастіше просто неприйнятними, структура їх управління має свої особливості, виконання повсякденних управлінських функцій специфічно [46.]. Також існує певна термінологічна плутанина з поняттями «масштаб підприємства», «розмір підприємства», «масштаб діяльності фірми» і ін. У зв'язку з цим уточнення поняття «масштаб підприємства» представляється актуальним завданням менеджменту і дозволяє формулювати цілі управління, а також виділити критерії і ознаки, за якими можна відрізнити малу організацію від середньої і великої.

У світовій практиці існує велика кількість визначень статусу «малого підприємства», які ґрунтуються більш ніж на 50 статистичних показниках [50., с. 437]. В якості критеріїв віднесення підприємств (організацій) до малих, середніх або великих найчастіше виділяються наступні:

- 1) середньорічна чисельність працівників;
- 2) валова виручка;
- 3) галузева приналежність;
- 4) форма власності;
- 5) середньорічна вартість основних виробничих фондів.

Такі критерії диференціації найчастіше використовуються державою для цілей оподаткування, а також в процесі розробки і реалізації програм підтримки підприємств малого і середнього бізнесу, вирішення різних статистичних завдань [6., с. 209-214].

Незважаючи на безліч наявних класифікацій, всі вони носять формальний характер, не враховуючи ролі малого підприємництва в житті окремих індивідів, сімей, домашніх господарств і економіки в цілому. В авторському трактуванні критерієм визначення масштабу підприємства є ступінь особистої участі підприємця (або бізнес-партнерів) в бізнес-процесах. У чому ж глибинна сутність малого підприємництва?

Відповідь криється в наступних тезах:

1. Для малого підприємства характерною є безпосередня участь підприємця (засновників) в основних бізнес-процесах і вирішенні поточних проблем. Ключовою є фігура підприємця - окремого індивіда (актора), що має певні навички, вміння і компетенції (підприємницькі здібності), і здатного взяти на себе ризики, пов'язані з реалізацією тієї чи іншої бізнес-ідеї. Мале підприємство в очах конкурентів і споживачів стійко асоціюється з конкретним підприємцем (керівником, переговорником, виробником, продавцем). Іншими словами, «ключовий» бізнес-процес малого підприємства «обертається» навколо окремого підприємця. Під ключовим розуміється бізнес-процес, який формує основне уявлення про організацію у кінцевого споживача, будучи гарантією виробництва товарів (надання послуг) саме того асортименту і якості, які користуються попитом на ринку і забезпечують впізнаваність малого підприємства.

Малі підприємства відрізняються спрощеною організаційною структурою, невеликою кількістю допоміжного персоналу, нерозвиненою інфраструктурою, бізнес-процеси в ньому слабо формалізовані. Все це дозволяє малій організації бути більш маневреною, адаптуватися до швидких змін умов зовнішнього середовища, що є одним з її конкурентних переваг в порівнянні з більш великими організаціями [29., с. 273-281].

2. На середніх за масштабом підприємствах окремий підприємець (компаньйони) безпосередньо не бере участі в ключових бізнес-процесах, управлінські функції обмежуються організацією і контролем за реалізацією бізнес-процедур.

3. На великих підприємствах роль підприємця зводиться до стратегічного і тактичного управління або він може бути просто прямим або портфельним інвестором.

Формальними ознаками малого підприємства в рамках такого підходу є:

- унікальні знання і вміння підприємця, який є ініціатором та «каталізатором» бізнес-процесів;
- безпосередній контакт підприємця з покупцями;
- проста організаційна структура.

Середні підприємства характеризуються такими ознаками:

- оперативна участь підприємця тільки в рішенні поточних проблем;
- відносна віддаленість підприємця від кінцевого споживача;
- більш складна організаційна структура.

Великі підприємства відрізняє, зокрема:

- велика кількість бюрократизованих бізнес-процесів, високий ступінь поділу праці;
- віддаленість керівника від кінцевих споживачів (його участь в безпосередніх бізнес-процесах зведено до мінімуму);

– складна управлінська ієрархія, безліч вертикальних і горизонтальних зв'язків.

На стійкість розвитку малих підприємств, на відміну від середніх і великих, впливає персоніфікація бізнес-процесу з особистістю підприємця, а також можливість копіювання і тиражування бізнес-процесу. Припинення або скорочення масштабів діяльності багатьох малих підприємств буває пов'язано зі звільненням або відходом з них окремих працівників, на яких замикаються ключові бізнес-процеси. Ці працівники можуть організовувати аналогічні підприємства, відтворюючи вихідні бізнес-процеси і використовуючи існуючу клієнтську базу. З цієї причини, чим більш нестандартно організовано мале підприємство, чим більш унікальні використовувані фактори виробництва та наявні конкурентні переваги (компетенції працівників, обладнання, техніка, технології, використовувані сировина і матеріали та ін.), тим менше його бізнес-процес може бути відтворений і повторений іншою організацією, а значить, тим більш життєздатним воно є. Іншими словами, забезпечення ефективності організації та управління підприємства малого бізнесу має обумовлюватися, в тому числі, можливістю зберігати і розвивати наявні компетенції та навички у підприємця, а також конкурентні переваги його підприємства.

Таким чином, з точки зору менеджменту масштаб підприємства визначається не його виробничими, фінансовими або ринковими можливостями, а складністю застосовуваного бізнес-процесу і змістом, формою та методологією управління. Розміри підприємства (організації) є економічною характеристикою, яка відображатиме обсяг задіяних факторів виробництва, і кількісно вимірюються такими показниками, як середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу, середньорічна вартість основних виробничих фондів, річний обсяг виробництва продукції та ін.

Вибір оптимального масштабу підприємства залежить від ряду факторів: ємність і насиченість ринку, диверсифікованість продукції і послуг, динамічність змін зовнішнього середовища, вимоги до якості обслуговування споживачів і т.д. Кожен з цих факторів накладає свій відбиток на кращий в умовах конкретного ринку масштаб підприємства [27., с. 23-33]. Але це зовсім не означає, що на одному і тому ж ринку не можуть існувати одночасно підприємства різного масштабу. Більш того, якщо підприємство даного масштабу ефективно функціонує і розвивається, то це означає, що в існуючому форматі воно змогло оптимально використовувати свої сильні сторони і мінімізувати слабкі з урахуванням можливостей і загроз зовнішнього середовища.

У теоретичному і прикладному аспектах, крім віднесення підприємства до того чи іншого масштабу, важливим є з'ясування передумов і потенціалу його ефективного зростання (збільшення його розмірів) в рамках і за межами існуючого масштабу. Залежно від ринкової кон'юнктури і макроекономічної ситуації розміри фірми (неважливо, малого чи великого бізнесу) повинні змінюватися. У цих умовах управлінню необхідно вміти правильно оцінювати актуальні розміри фірми і можливості для її переростання в більшу за розмірами або масштабами бізнес-структуру. Це, в свою чергу, дозволить визначити, чи можна і потрібно розвиватися організації далі в існуючому форматі, чи зможе вона задовольняти потреби своїх клієнтів і при цьому бути стійкою в короткостроковому і довгостроковому періодах.

Внаслідок формального поділу підприємств на малі, середні та великі часто виникає неправильне розуміння того, що мале підприємство - це потенційно транснаціональна корпорація, в яку вона може вирости при ефективному менеджменті. Але в більшості випадків там, де ефективно функціонує невелика організація, велика компанія буде неефективна, і навпаки. Для багатьох видів бізнесу велика організація буває нераціональною.

Якщо проаналізувати розвиток більшості сучасних великих корпорацій, які вирости з дрібних фірм, можна помітити, що з їх зростанням змінювалися профіль і сфера діяльності, форми і методи управління, ступінь залученості засновників фірми в бізнес-процеси і т. д. У кінцевому рахунку, після десятиліть з дня заснування від початкових фірм залишилися тільки назви і в кращому випадку (якщо фірма розвивалася дуже динамічно) засновники, які найчастіше відійшли від безпосереднього управління. Наприклад, фірма «Sony» починала з випуску радіоприймачів зі стартовим капіталом в 500 дол. і кількістю співробітників в 20 чол., компанія «SHARP» була заснована як майстерня по випуску пряжок для ременів, а штучне виробництво автомобілів «Ford» початку минулого століття з працею можна зіставити з сучасним масштабом автомобілебудування даної фірми з усією супутньою йому міжнародною індустрією сервісу та просування.

Зі збільшенням розмірів підприємства (збільшення обсягів випуску і продажів, диверсифікації діяльності) настає момент, коли підприємець вже не може особисто брати участь в бізнес-процесах, так як відбувається перевищення норми керованості. У цій ситуації виконання бізнес-процесів делегується найманим працівникам, або в деяких випадках частину з них виконують партнери (компаньйони) підприємця.

У міру подальшого зростання компанії тимчасових, інтелектуальних і професійних можливостей підприємця і його партнерів виявляється недостатньо для її фактичного керівного органу. На цьому етапі не тільки виконавцем, але і керівником структурних підрозділів стає найманий персонал, оскільки підприємець остаточно відстороняється від ключових бізнес-процесів і його функція в кращому випадку зводиться до загального керівництва і координації. Все це, як уже зазначалося, призводить до зменшення маневреності організації, її «механістичності» і бюрократизації. Як наслідок, організація змінюється не тільки кількісно, але і якісно. Вона втрачає ті переваги, які були притаманні їй як малій організації, проте набуває нових,

які на даному етапі розвитку повинні стати її ключовими факторами успіху, стати підставою для її зростання.

Таблиця 1.1 - Характеристики підприємств в залежності від розміру

Розмір підприємства	Характеристика підприємства	Приклад економічної діяльності
Мале підприємство	Підприємець (підприємці) здійснюють особисто всі функції або є виконавцями ключових бізнес процесів	Приватний дизайнер, перукар, адвокат, невелика приватна бригада будівельників, локальна служба таксі
Середнє підприємство	Підприємець делегує ключові бізнес-процеси найманим виконавцям, але сам здійснює безпосередній і постійний контроль за їх ефективністю	Багатопрофільна будівельна організація, де один із засновників (власників) є технічним директором і здійснює безпосередній контроль за всіма проектувальними роботами і процесом будівництва, особисто підтримує контакт з технічним представником замовника, другий засновник керує процесом постачання і т.д.
Велике підприємство	Підприємець (власник) не бере участі в бізнес-процесах і присутній в організації або як генеральний директор, голова ради директорів або є просто інвестором	ТНК, велика мережева структура (мережа ресторанів, торгових центрів), велике багатопрофільне виробництво

Джерело: складено автором

Факторами, що сприяють росту організації, є: трансформація структури ринку; зміна вимог, що пред'являються з боку держави і споживачів; невідповідність структури бізнесу актуальним потребам ринку та ін. Обмежуючими факторами зростання можуть бути інституційні та організаційні особливості бізнесу, його транзакційна і трансформаційна специфіка. Чим більше функціонування організації залежить від особистісних

характеристик і навичок підприємця, тим більше ця обставина стає стримуючим фактором її зростання. Чим специфічніші бізнес-процеси організації, тим складніше їх тиражувати і масштабувати і, отже, такі бізнес-процеси є провідним фоновим фактором, що лімітує величину оптимального розміру організації.

Узагальнюючи сказане, наведемо сутнісні характеристики і приклади підприємств різного масштабу (див. таблицю 1.1).

Таким чином, масштабна диференціація підприємств відповідно до запропонованого критерію дозволяє більш адекватно і своєчасно застосовувати різні управлінські інструменти і методи, ефективніше приймати управлінські рішення на різних етапах розвитку організації, що, в свою чергу, надає можливості для вибору оптимальних розмірів організацій як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

1.2 Види стратегій розширення масштабу діяльності підприємства

Стратегія підприємства є програмою, що включає цілі, які необхідно досягти. Розроблювана стратегія повинна приводити до технологічного та економічного розвитку підприємства, орієнтувати на досягнення стратегічних цілей і вирішення стратегічних завдань, покращувати корпоративну культуру. Стратегія підприємства повинна бути гнучкою і змінюватися разом з умовами, що змінюються навколо підприємства.

Стратегія повинна виявити конкурентні переваги підприємства в процесі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища, вміння та знання співробітників. При плануванні стратегії необхідна концентрація всіх творчих працівників підприємства, а відповідальність за результат повинен нести керівник підприємства або структурного підрозділу.

Стратегія не повинна бути занадто ризикованою, але вона повинна об'єктивно оцінювати всі наявні у підприємства можливості і переваги [2., с. 26].

Розглянемо історичні погляди різних економістів на проблему планування та реалізації стратегії на підприємстві.

Ф. Котлер пропонує ряд етапів маркетингових досліджень, які необхідні для формування стратегії.

Першим з етапів є визначення поведінки підприємства на ринку. На даному етапі проводиться аналіз конкурентоспроможності підприємства, її товарів, виробничих потужностей.

Визначення стратегії охоплення ринку передбачає вибір одного з кількох напрямків роботи:

- підприємство намагається реалізувати свій товар на всьому ринку відразу, не виділяючи і не вибираючи окремий сегмент;
- підприємство реалізує товар на конкретному сегменті ринку, причому даний товар підходить тільки даному сегменту;
- реалізація маркетингової програми по просуванню товарів, робіт, послуг на певному сегменті ринку.

Якщо суб'єкт господарювання вирішує реалізувати стратегію охоплення ринку, то йому необхідно врахувати ряд факторів. Якщо підприємство перебуває в ситуації обмеженості ресурсів, то підприємству найкраще реалізовувати товари і послуги на одному певному сегменті ринку.

У разі якщо підприємство займається випуском однорідної продукції, то оптимальніше всього вибрати перший напрямок.

Коли підприємство приймає рішення про випуск нового товару, то краще за все його реалізовувати на всьому ринку відразу або в тому сегменті, де переважає різноманітність товару.

Також варто звертати увагу на поведінку конкурентів. Якщо конкуренти йдуть по першому напрямку в своїй діяльності, то підприємству варто вибрати інший напрямок, де конкуренція менш відчутна [20., с. 201].

Можна виділити ряд способів за охопленням ринку:

- зосередження діяльності на одному єдиному сегменті;
- орієнтування на одну групу товарів або певну групу покупців;
- впровадження декількох товарів на декількох сегментах ринку і декількох груп споживачів;
- повне охоплення ринку збуту.

Ще одним етапом у стратегічному плануванні є вибір цільового сегмента. Як правило, підприємства намагаються починати свою діяльність з обслуговування одного сегмента. Це дозволяє знизити ризики невдач, а в разі успішного завоювання даного сегмента, впроваджувати свій товар в інші цільові сегменти [39., с. 50].

Багато японських фірм спочатку завойовують один сегмент, заробляють собі репутацію на позитивних відгуках покупців і лише потім просуваються далі. Варто відзначити, що дана стратегія дуже добре працює. Зараз Японія лідер на світовому ринку товарів.

Підприємство також може вибрати стратегію розробки нового товару. Однак тут необхідно проводити ретельні маркетингові дослідження, перш ніж приймати рішення про випуск товару. Відомо дуже багато фірм, які почавши виробляти великий обсяг нових товарів збанкрутували через відсутність на нього попиту.

При виборі даної стратегії підприємство повинно вирішити, або воно само буде розробляти новий товар, або придбає ліцензії і патенти на його виробництво.

Ресурсна стратегія має на увазі під собою аналіз і оцінку витрат, які впливають на ціну товару. Це і витрати на виробництво, розподіл і реалізацію. Також при виборі даної стратегії необхідно проводити аналіз можливостей

покриття витрат, знаходження джерел з придбання більш дешевої сировини, робочої сили.

Якщо підприємство вирішує вибрати стратегію ціноутворення, то тут необхідно вирішити ряд завдань: визначити ціну на новий товар в рамках товарної номенклатури. Також варто враховувати і різного роду знижки для стимулювання збуту. Якщо підприємство вирішує реалізовувати свій товар в іншому регіоні, то ціни необхідно встановлювати з урахуванням географічного та економічного становища регіону.

При виборі підприємством стратегії стимулювання збуту продукції, робіт, послуг, необхідно виконання ряду процедур. Підприємству необхідно розробити бюджет на рекламу в ЗМІ, витрати на продажу, пропаганду і т.д.

Із стратегією стимулювання збуту тісно пов'язана стратегія реклами продукції товарів і послуг. При виборі даної стратегії підприємству варто визначити цілі і завдання реклами продукції, робіт і послуг. Невід'ємною частиною даної стратегії є розробка бюджету, джерел його формування та напрямків використання при реалізації рекламної стратегії. Необхідно також сформулювати прогнози очікуваного ефекту від впровадження даної стратегії.

Також підприємство може вибрати стратегію зростання. Суть її в тому, що підприємство займається аналізом і виявленням своїх внутрішніх можливостей для зростання конкурентоспроможності, а також можливостей в галузі. Також визначаються основні напрямки, за якими буде реалізовуватися дана стратегія.

Про конкретні можливості зростання фірми в кожному з трьох напрямків дає уявлення табл. 1.2 [53., с. 199].

О.С. Виханский, А.І. Наумов розглядають відомі базові стратегії фірми, кроки визначення стратегії, її вибір і виконання.

Таблиця 1.2 - Основні напрямки можливостей зростання фірми

Найменування можливостей зростання за його рівнями		
Інтенсивне	Інтеграційне	Диверсифіковане
1. Більш глибоке впровадження зі старим товаром на старий ринок	1. Регресивна інтеграція шляхом посилення політики з постачальниками	1. Концентрична диверсифікація шляхом поповнення ринку аналогічними своїми товарами
2. Розширення меж ринку зі старим товаром	2. Прогресивна інтеграція шляхом посилення політики розподілу товарів	2. Горизонтальна диверсифікація шляхом поповнення асортименту новими товарами
3. Удосконалення товару для старих ринків	3. Горизонтальна інтеграція шляхом посилення політики з конкурентами	3. Конгломератна диверсифікація шляхом освоєння абсолютно нових товарів

Джерело: складено автором на основі [53., с. 199]

Кроки визначення стратегії:

- з'ясування поточної стратегії;
- аналіз зовнішніх факторів;
- аналіз внутрішніх чинників;
- аналіз портфеля продукції;
- вибір стратегії (визначення цілей, інтересів, ресурсів, зобов'язань фірми, залежно від її зовнішнього середовища, оцінка з урахуванням ризику);
- організація виконання стратегії [4., с. 225].

І.М. Герчікова приводить 11 видів стратегій фірми.

В.Р. Веснін призводить види стратегій по М. Портеру, велику увагу приділяє підвищенню якості інформації для вибору стратегії фірми, розглядає підходи до стратегічного прогнозування та планування.

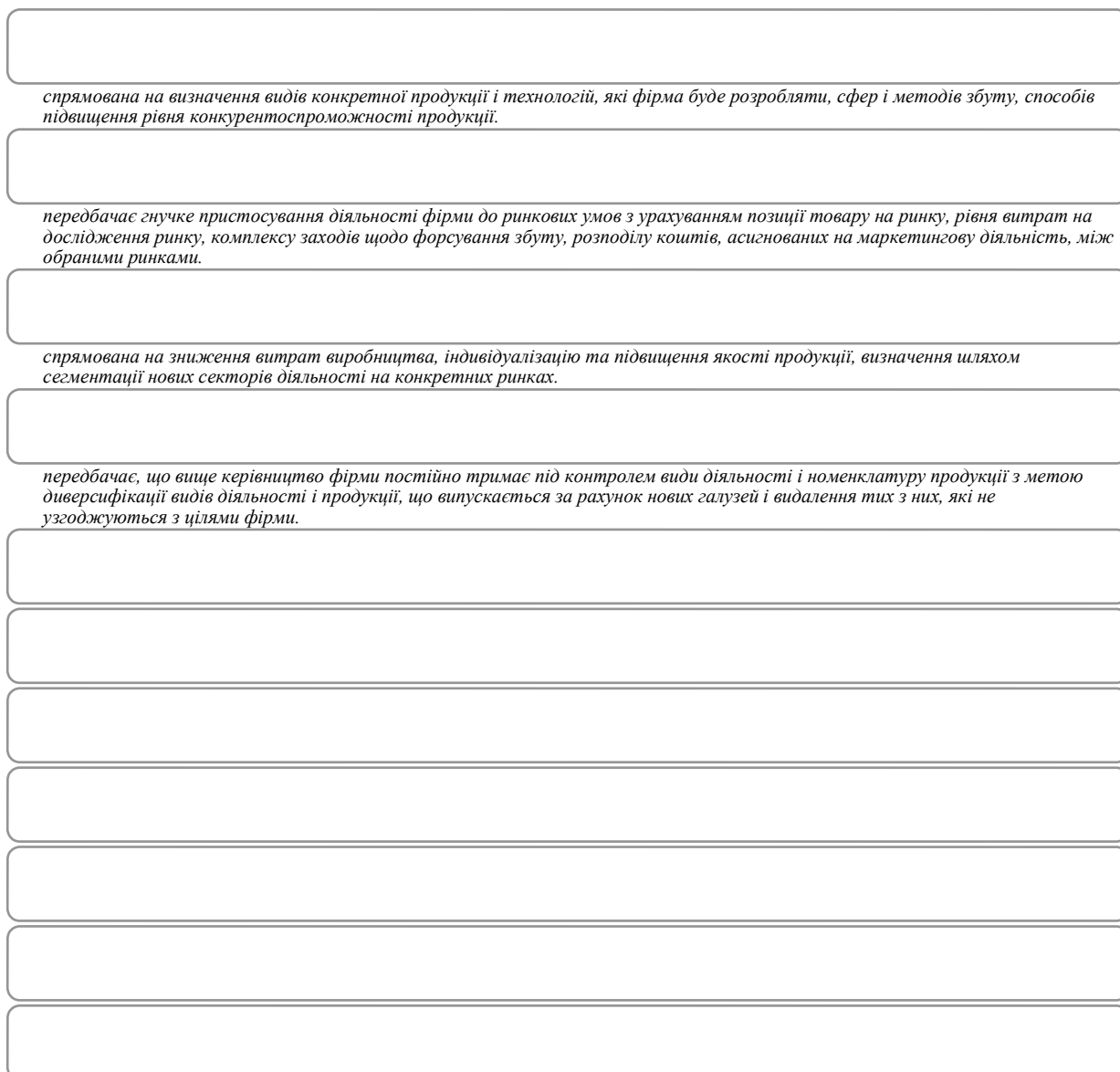


Рисунок 1.1 – Види стратегій за І.М. Герчіковою

Джерело: складено автором на основі [5., с. 104].

Автори книги «Портфель конкуренції та управління фінансами» відзначають, що кожна фірма здійснює полістратегічний пошук, тобто застосовує дві стратегічні установки - на монополізацію ринку і на інтеграцію своєї діяльності в єдиний процес функціонування ринку за законами конкуренції. Відображенням такого становища і є інтеграційна стратегія, що базується на розумінні фірмами динаміки співвідношення «конкуренція - монополія» [3., с. 312].

На сучасному етапі роботи підприємств практично вся діяльність підприємств зводиться до стратегічного управління.

На малюнку 1.2 представлені основні проблеми, які вирішуються в процесі вибору, обґрунтування і розробки стратегії розвитку сучасного підприємства.

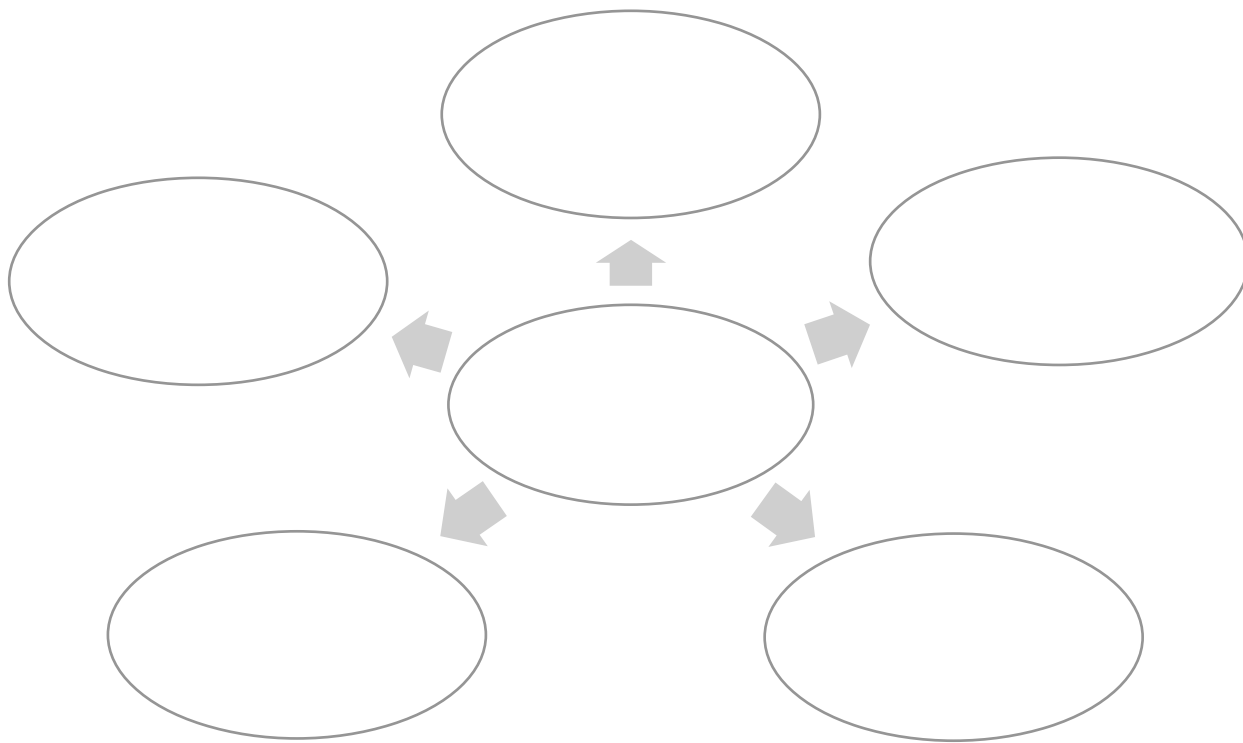


Рисунок 1.2 - Основні проблеми формування стратегії розвитку підприємства

Джерело: складено автором

Відштовхуючись від даних проблем, на підприємстві при розробці стратегії вирішують такі основні завдання:

- розробка системи маркетингових заходів, які включають розробку нового товару чи внесення змін до старого, вдосконалення ринкової політики, подолання бар'єрів при вступі на ринок і т.д.;
- розробка адекватної маркетингової політики підприємства, яка б відповідала потребам клієнтів.

Всі сучасні стратегії з розвитку підприємства можна об'єднати в три основні види, які представлені на малюнку 1.3.

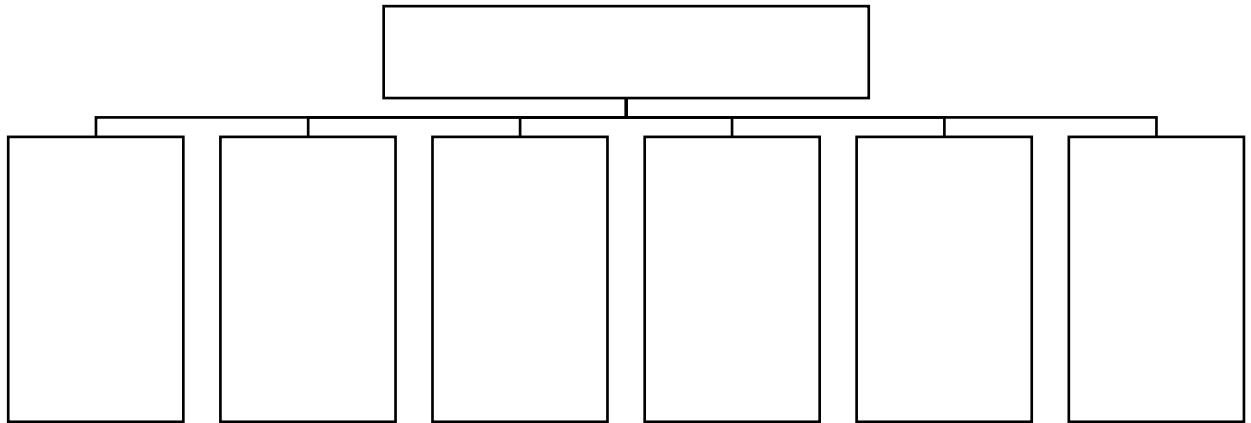


Рисунок 1.3 - Базові стратегії фірми

Джерело: складено автором

Розробка будь-якої стратегії починається з оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства і конкурентних переваг, завдяки яким воно може досягти поставлених стратегічних цілей. На основі виявлених переваг вибирається базова стратегія. Після того, як підприємство виявило свої основні конкурентні переваги і визначилося з базовою стратегією розвитку підприємства, залишається вибрати конкурентну стратегію [4., с. 232].

Розглянемо докладніше базові маркетингові стратегії розвитку фірми.

Стратегія лідерства за рахунок економії на витратах має на увазі економію по витратах на оплату праці, за видатками на виробництво, а також раціональне інвестування в виробництво, ретельний підхід до розробки нової продукції, економія на рекламу і збутову діяльність. Основний погляд прикутий до низького рівня витрат в порівнянні з конкурентами. І тут, центральне місце відводиться економії в виробничому процесі.

Стратегія диференціації розуміє під собою надання товару особливих властивостей, які б відрізняли і виділяли б продукцію серед продукції найбільш сильних конкурентів. Інакше кажучи, застосування даної стратегії дає підприємству переваги і робить його монополістом на певному сегменті ринку.

Диференціація може приймати різні форми (імідж марки, технологічну досконалість, зовнішній вигляд, післяпродажний сервіс), передбачає, перш за все, чітку організацію маркетингу, координацію дій НДДКР, виробництва і маркетингу [23., с. 44].

Суть стратегії спеціалізації полягає в тому, що підприємство у своїй діяльності зосереджено на одному певному сегменті ринку і не прагне вийти за його межі. Основною метою підприємство ставить задоволення потреб покупців краще ніж його конкуренти.

Сенс фокусування полягає в тому, щоб вибрати сегмент галузевого ринку і обслуговувати його за допомогою вашої стратегії краще і ефективніше, ніж конкуренти. Оптимізуючи свою стратегію для обраної цільової групи, компанія, яка вибрала цей курс, намагається досягти конкурентних переваг стосовно до обраної групи.

Розглянемо сутність стратегії найкращої вартості. Вона являє собою сукупність двох стратегій. Одна стратегія спрямована на низькі витрати, а інша спрямована на якість товарів послуг, їх споживчі властивості і характеристики.

Мета даної стратегії стати підприємством, яке буде виробляти продукцію з більш низькими витратами, або з відмінними властивостями, а потім використовувати низькі витрати для того, щоб знизити ціну на товари, подібні товарам конкурентів. [4., с. 234].

Отже, розглянуті погляди і точки зору на поняття «стратегія» об'єднує спільна ідея про те, що метою будь-якої стратегії є поліпшення господарської діяльності, зміна позицій підприємства на певному сегменті ринку (розширення каналів збуту, завоювання нового ринку), ефективність і прибутковість реалізованих заходів.

1.3 Особливості розширення масштабу діяльності підприємств агропромислового комплексу

Нестабільність і невизначеність економічного середовища, жорстка конкуренція, наслідки криз, застарілі техніка і технології, неякісні управлінські рішення, характерні для України в умовах трансформації економічних відносин, призводять до зниження ефективності функціонування окремих підприємств і галузей і загрожують економічній і продовольчій безпеці країни. У зв'язку з цим велике значення для економіки України мають розробка і використання сучасних, адаптованих до ринкових умов, підходів до функціонування економіки, складовою частиною якої є агропромисловий комплекс (АПК), кожна з галузей якого є виробником продукції і в той же час постачальником і споживачем продукції інших підгалузей.

В діяльності підприємств агропромислового комплексу є дві стратегії розширення масштабу – власними силами (створення нових філій, збільшення банку землі, купівля нових голів тварин тощо) чи інтеграція з іншими підприємствами. Остання стратегія є найбільш популярною.

Перехід до нових умов господарювання викликав розрив встановлених виробничих зв'язків між галузями та окремими підприємствами в АПК. У підсумку в Україні сьогодні ще не створені умови для збалансованого функціонування інтеграційної системи «виробництво сировини - зберігання сировини - переробка сировини - виготовлення продукції - реалізація продукції» [14.]. Саме тому актуальним є пошук ефективних заходів щодо поживлення економіки головних галузей АПК - сільськогосподарського виробництва та переробної промисловості.

На нашу думку, найважливішою умовою активізації діяльності підприємств АПК є розвиток міжгосподарських зв'язків і поглиблення інтеграційних процесів, які об'єднують сільськогосподарське виробництво,

перш за все, з харчовою промисловістю та іншими галузями агропромислового сектора з метою формування цілісної господарської системи, найбільш адаптованої до умов ринку.

Стабілізація агропромислового виробництва неможлива без подолання протиріч інтересів сільськогосподарських товаровиробників і підприємств інших сфер АПК (агросервісу, постачання, підприємств переробних галузей промисловості, торгових підприємств) на основі розвитку кооперації та інтеграції на взаємовигідних умовах [44.].

Агропромислову інтеграцію можна розглядати як процес відновлення і розвитку різноманітних зв'язків між підприємствами і галузями агропромислового комплексу, а саме: виробничих (виражаються об'єднанням виробничих ресурсів або результатів виробничої діяльності переважно в матеріально-речовій формі); організаційно-господарських (виражаються в спільну діяльність в сфері організації і планування виробництва, впровадження прогресивних технологій і методів господарювання, створення певних інтегрованих структур); економічних (матеріалізуються в вартісні вимірювання і поширюються на сферу розподілу - обміну - споживання, охоплюючи кінцеві результати господарювання); соціальних (пов'язані з організацією спільних акцій і заходів, які забезпечують нормальне функціонування людського капіталу).

Іншими словами, сутність агропромислової інтеграції полягає у формуванні сукупності різноманітних виробничо-економічних і соціально-економічних взаємозв'язків, які об'єднують зусилля окремих розрізнених і самостійно функціонуючих підприємств і організацій аграрного, промислового, інфраструктурного секторів економіки, які спрямовані на створення єдиної цілісної виробничої, економічної та управлінської системи з метою забезпечення раціонального використання природного, трудового, виробничого, інвестиційного потенціалів певної території та підвищення конкурентоспроможності продукції.

Необхідність пом'якшення кризових явищ в аграрному комплексі, створення умов для нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції з метою повноцінного забезпечення населення продовольством, а промисловості - сільськогосподарською сировиною, забезпечення ефективного функціонування переробних підприємств викликають необхідність створення комплексно інтегрованих об'єднань, що зумовлено такими особливостями розширення масштабу діяльності підприємств агропромислового комплексу:

- багатогалузевий характер виробництва в структурах системи;
- відсутність у окремого підприємства можливостей створення конкурентоспроможного виробництва, яке забезпечує впровадження інтенсивних технологій щодо виробництва певних видів продукції;
- необхідність поєднання всіх стадій технологічного процесу, який дає можливість комплексно використовувати сировину і матеріали;
- кооперування взаємопов'язаних спеціалізованих виробництв, яке дає можливість виготовляти кінцевий продукт високої якості в необхідній кількості за конкурентноздатною ціною;
- нерозвиненість системи закупівель, зберігання, первинної та глибокої переробки, реалізації сільськогосподарської продукції;
- недосконалість економічних взаємовідносин між виробниками і переробниками сировини, постачальниками засобів виробництва і каналами розподілу продукції, що призводить до збільшення кількості посередницьких структур і їх частини в розподілі доходів;
- диспаритет цін (з одного боку, внутрішні закупівельні ціни на сільськогосподарську сировину тваринництва не покривають витрату і не стимулюють підвищення обсягів виробництва продукції, з іншого - високі ціни на паливно-мастильні матеріали, сільськогосподарську техніку, добрива і т. п.);
- низька якість сільськогосподарської сировини;

- незначні розміри фермерських і приватних господарств, низький рівень їх прибутковості;
- значна частина (більше 50%) господарств населення у виробництві продукції сільського господарства.

Необхідність інтеграції викликана також її соціальною спрямованістю, тобто необхідністю задоволення не тільки виробничих, фінансово-економічних, а й соціальних потреб учасників інтеграційних процесів.

Серед суб'єктів інтеграційних утворень в АПК доцільно виділити:

- сільськогосподарські організації;
- підприємства з переробки сільськогосподарської сировини;
- торговельні підприємства;
- фінансові структури;
- підприємства, які надають послуги учасникам інтеграційного утворення;
- інші суб'єкти господарювання.

При цьому мотиви, якими вони керуються при формуванні інтеграційних зв'язків, є досить різноманітними. Зокрема, аграрні підприємства зацікавлені у формуванні міжгалузевих інтеграційних зв'язків для зниження ризику, пов'язаного з сільгоспвиробництвом і зі стихійністю ринку сільськогосподарської продукції; зміни диспаритету цін, який склався не на користь виробників сільськогосподарської продукції; підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється, а також зниження фінансової неспроможності, кредиторської заборгованості, зношеності основних фондів, недостатності обігових коштів, технологічної відсталості.

Тобто інтегровані об'єднання створюються для успішного вирішення підприємствами завдань, пов'язаних з розширенням їх можливостей щодо виробничого і соціального розвитку, підвищення ефективності використання матеріальних, фінансових та інших ресурсів через організацію спільної

діяльності, акумуляцію знань і інформації, поділ праці, спеціалізацію та кооперацію.

Таким чином, можна визначити і систематизувати основні мотиви агропромислової інтеграції [14.]:

1. Прагнення придбати або збільшити свою ринкову владу (прагнення до монополії). Інтеграція збільшує здатність об'єднання брати участь у ціновій дискримінації, підвищувати норму прибутку, встановлювати бар'єри для входу в галузь.

2. Наявність у великих інтегрованих формувань значної лобістської сили і можливість задіяти адміністративний ресурс для вирішення різноманітних питань.

3. Можливість протистояти високим ризикам, які є характерними для ринкової економіки.

4. Економія на масштабі діяльності і від диверсифікації виробництва. В результаті концентрації та інтеграції виробництва виникає економія на масштабі, так звана «техніко-технологічна економія». Збільшення обсягів виробництва і інтеграція дозволяють оптимально використовувати техніку, обладнання, отримати економію в сфері внутрішнього контролю і координації. В рамках інтегрованої структури, яка забезпечує замкнутий цикл виробництва, переробки та реалізації продукції, в результаті диверсифікації виробництва та розширення різноманітності продукції досягається економія на масштабі в сфері комерційної діяльності, так званий «ефект широти асортименту».

5. Розширення можливостей диференціації продукції шляхом контролю елементів виробничого процесу або методів продажу продукту. При цьому основна ідея інтеграції полягає в збільшенні доданої вартості як основи диференціації та встановлення вищої сукупної ціни, які є недосяжними для інших організаційних структур. Крім того, вертикальна інтеграція дає можливість підприємству посилити контроль якості на всіх етапах виробничого процесу.

6. Переваги в кредитній сфері та страхуванні. Об'єднання активів підприємств в єдине ціле призводить до зростання капіталізації і кредитного рейтингу, що дозволяє отримувати кредити на вигідних умовах. Також інтегровані об'єднання залучають у власні формування банківські структури або кредитні організації з метою встановлення контролю за просуванням фінансових потоків і прискорення фінансових розрахунків за реалізовану продукцію, а також для залучення інвестицій.

7. Забезпечення повноти циклу «наука - технічні розробки - інвестиції - виробництво - збут - споживання» і отримання ефективного кінцевого результату, що можливо тільки в інтегрованому об'єднанні, так як жодне окреме підприємство не в змозі фінансувати і застосовувати повномасштабні наукомісткі технології. Високі технології носять зазвичай міжгалузевий характер, їх більш ефективно застосовувати в багатогалузевому господарському комплексі.

Крім того, гнучкість в прийнятті рішень і координації спільних зусиль з урахуванням стійкого і довгострокового характеру зв'язків між підприємствами, які входять в інтегровану структуру, наділяє цей тип організаційно-господарської діяльності значними перевагами. Створення загальної інфраструктури (інформаційної, банківської, страхової, постачальницько-збутової, транспортної, аудиторсько-консалтингової, маркетингової, кадрової) дозволяє поглиблювати спеціалізацію і розвивати коопераційні зв'язки, дає можливість організовувати і координувати виробничо-господарську діяльність по виконанню спільних науково-технічних і виробничих програм, забезпечує повноту циклу «наука - технічні розробки - інвестиції - виробництво сировини - переробка сировини - виготовлення кінцевого продукту - збут - споживання» і впровадження у виробництво економічно ефективних технологій, «ноу-хау», які сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності та ринкової стійкості, рівня рентабельності, прибутковості виробництва.

Незважаючи на те, що розвиток інтеграційної взаємодії і формування інтегрованих структур ускладняється рядом обставин організаційного, правового, кон'юнктурного і концептуального характеру, на нашу думку, інтегровані структури є потужним фактором економічного підйому.

Поглиблення інтеграційної взаємодії і створення різноманітних інтегрованих структур є взаємовигідним для суб'єктів господарювання різних сфер агропромислового комплексу через зниження рівня невизначеності в постачанні і збуті, формування стабільної сировинної зони, налагодження взаємовигідних економічних відносин між виробниками сировини та переробними галузями, концентрації виробничих потужностей, відновлення зв'язків з наукою і спрощення дифузії нововведень, обмеження конкуренції та збільшення вхідних бар'єрів в галузі, виникнення ефекту масштабу.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗШИРЕННЯ МАСШТАБІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ЧАЙКА»

2.1 Економічна характеристика та аналіз основних показників діяльності ДП «Чайка»

Підприємство, на основі якого ми проводимо дослідження, - ДП «Чайка». З метою аналізу можливості розширення масштабів діяльності ДП «Чайка», доцільно провести аналіз основних показників його діяльності та надати економічну характеристику підприємству. Так, у таблиці 2.1. наведено основну інформацію стосовно даного підприємства:

Таблиця 2.1 - Реквізити та розмір статутного капіталу ДП «Чайка», 2019 р

Повне найменування	Державне підприємство «Чайка»
Скорочена назва	ДП «Чайка»
Код ЄДРПОУ	31245250
Дата реєстрації	28.11.2000
Розмір статутного капіталу	66 304 468,26 грн.
Організаційно-правова форма	Державне підприємство
Форма власності	Державна власність / власність територіальних громад
Адреса	Україна, 08330, Київська обл., Бориспільський район, село Дударків, вул. Гоголя, буд. 62 А

Джерело: складено автором на основі [10.]

Основною метою діяльності ДП «Чайка» є організація виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції, її переробка, реалізація сільськогосподарської сировини, готової продукції юридичним та фізичним

особам; удосконалення існуючого виробництва, створення нових виробництв з метою отримання прибутків, підвищення рівня господарювання та виконання замовлень Органу управління майном щодо забезпечення сільськогосподарською продукцією офіційних заходів за участю вищих посадових осіб держави [49., с. 2].

Основний вид діяльності відповідно до КВЕД – 01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур.

Підприємство має 4 філії (рисунок 2.1).

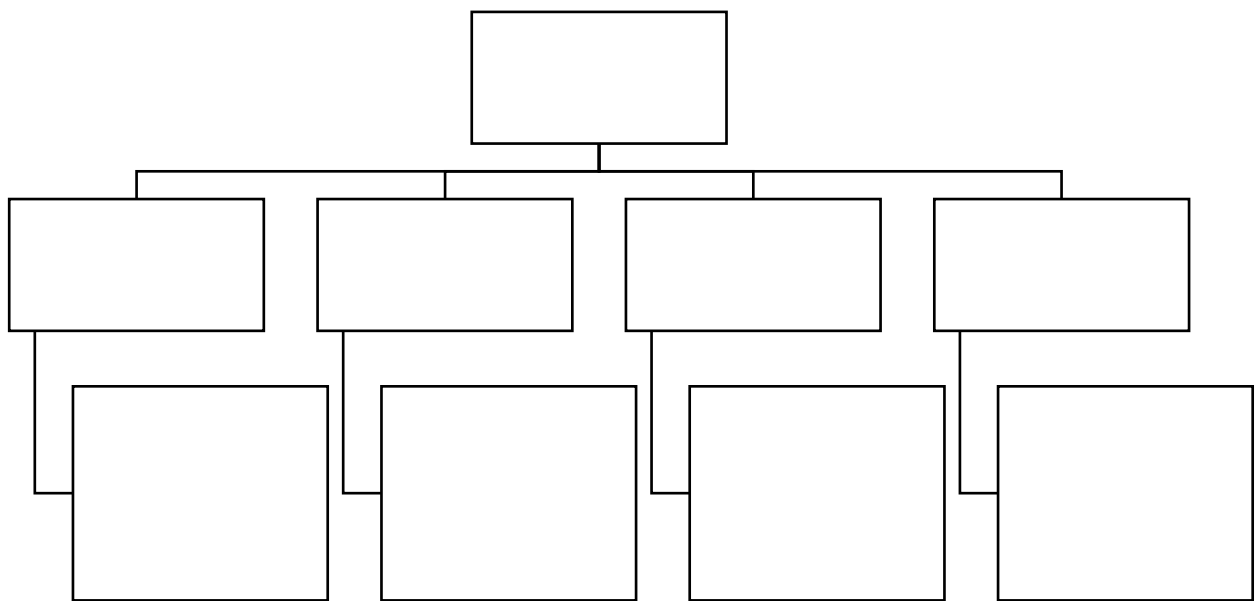


Рисунок 2.1 – Структурні поділи ДП «Чайка» станом на 2020 рік

Джерело: складено автором на основі [9.]

Розглянемо кадрове забезпечення підприємства, проаналізувавши чисельність персоналу та заробітну плату:

Таблиця 2.2 – Кадрове забезпечення ДП «Чайка», 2014-2019 рр.

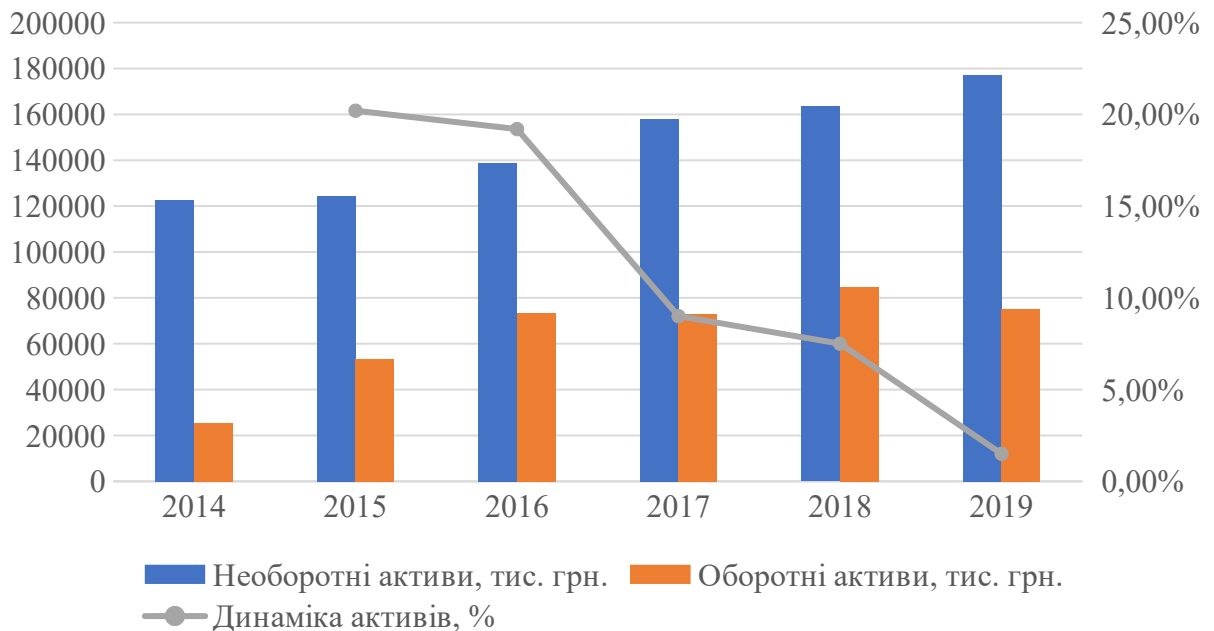
Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Чисельність персоналу, осіб	496	424	401	396	381	362
Витрати на оплату праці, тис. грн.	14 707	14 861	19 774	31 337	37 225	51 584

Середня заробітна плата, грн.	29 6521,21	35 049,53	49 311,72	79 133,84	97 703,4 1	142 497,24
----------------------------------	------------	-----------	-----------	-----------	---------------	------------

Джерело: складено автором на основі Додатку Б

Отже, ми спостерігаємо ситуацію, коли чисельність персоналу зменшується, а витрати на оплату праці збільшуються, що є нераціональним використанням коштів підприємства. Для підтвердження даного висновку проаналізуємо фінансово-економічні показники діяльності ДП «Чайка». Розпочнемо з горизонтального аналізу балансу (Додаток В-Г).

Одразу для наочності продемонструємо активи та пасиви підприємства (рис. 2.2).



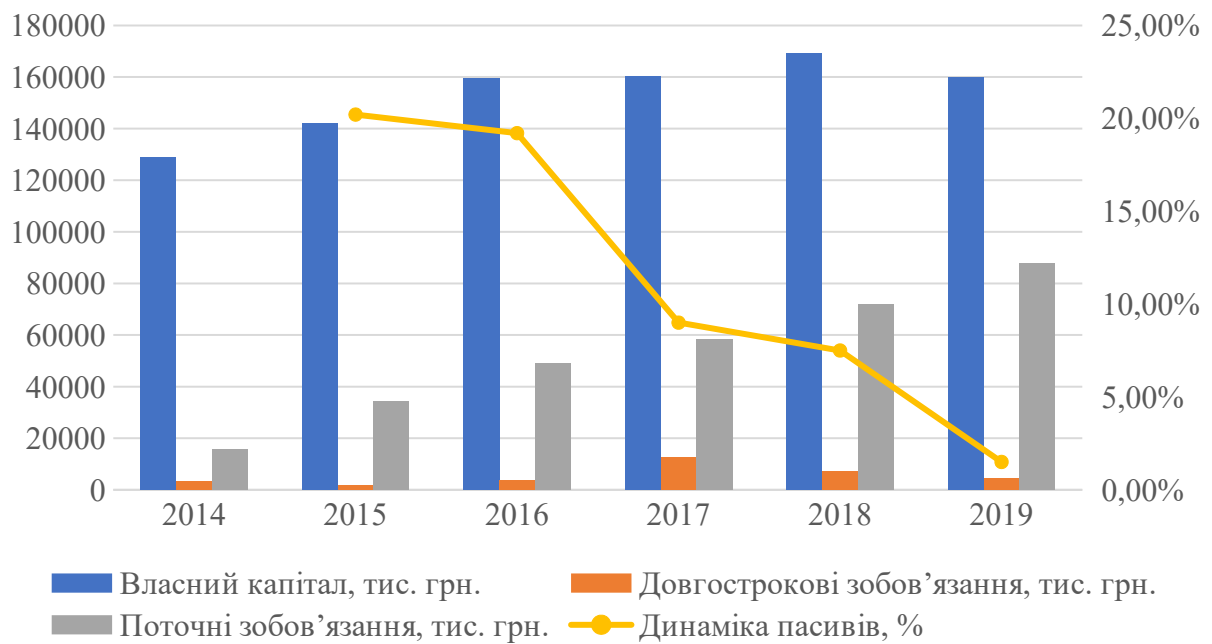


Рисунок 2.2 – Активи та пасиви ДП «Чайка» за 2014-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі Додатків А, В та Г

Отже, ми бачимо, що активи та пасиви підприємства зростають протягом досліджуваного періоду, однак темпи зростання скорочуються. Так, активи зростають за усіма статтями, окрім оборотних активів, які зменшилися в 2017 та 2019 році. Аналогічна ситуація і з пасивами – власний капітал зменшувався також в 2017 та 2019 роках. Загалом це призвело до того, що темп зростання активів/пасивів в 2014 році був на рівні 20,2%, а у 2019 році – 1,5%. Дана тенденція може призвести до того, що протягом наступних періодів активи/пасиви можуть почати зменшуватися.

Розглянемо також горизонтальну структуру фінансових результатів підприємства.



Рисунок 2.2 – Активи та пасиви ДП «Чайка» за 2014-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі Додатків Б та Д

Фінансовий результат в цілому має тенденцію до зменшення, незважаючи на зростання у 2015 році на 205,1% або до 14 882 тис. грн. Однак у 2019 році фінансовий результат склав – 18 050 тис. грн., тобто підприємство було збитковим.

Проаналізуємо фінансові показники діяльності підприємства.

Таблиця 2.3 – Показники ліквідності та платоспроможності ДП «Чайка», 2014-2019 рр.

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Рекомендоване значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності ($K_{абс}$)	0,05	0,06	0,02	0,01	0,02	0,01	0,15 – 0,2.
Коефіцієнт поточної ліквідності ($K_{пл.}$)	0,48	0,75	0,63	0,38	0,36	0,22	0,5 – 0,8
Коефіцієнт загальної ліквідності ($K_{зл}$)	1,61	1,55	1,50	1,25	1,18	0,86	1 – 2.
Коефіцієнт ліквідності	1,17	0,86	0,90	0,88	0,85	0,64	0,5 – 0,7

при мобілізації запасів ($K_{л.моб}$)							
Коефіцієнт власної платоспроможності ($K_{в.пл}$)	0,61	0,55	0,50	0,25	0,18	-0,14	-
Коефіцієнт довгострокового фінансового забезпечення ($K_{дфз}$)	1,05	1,14	1,15	1,01	1,04	0,90	0,5 – 0,7

Джерело: складено автором на основі [37.]

На основі таблиці 2.3 ми бачимо, що у 2019 році показники значно погіршилися. Так, протягом 2014-2018 рр. показник загальної ліквідності був в межах рекомендованих значеннях, однак у 2019 році він знизився до 0,86, що свідчить про зниження ліквідності підприємства.

Крім того, варто відмітити, що протягом 2014-2018 року коефіцієнт абсолютної ліквідності був нижче рекомендованих значень. Коефіцієнт поточної ліквідності був в рекомендованих межах лише у 2015-2016 рр. Це свідчить про те, що в структурі активів підприємства основна їх маса є неліквідними.

Також особливої уваги заслуговує тенденція до зменшення коефіцієнту власної платоспроможності. У 2019 році за рахунок негативного значення фінансового результату діяльності ДП «Чайка» коефіцієнт власної платоспроможності став від'ємним, що викликає занепокоєння у керівництва підприємства.

Перейдемо до аналізу показників фінансової стійкості підприємства:

Таблиця 2.3 – Показники фінансової стійкості ДП «Чайка», 2014-2019 рр.

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Рекомендоване значення
Коефіцієнт фінансової стійкості	6,80	3,94	3,03	2,26	2,14	1,73	0,6 – 0,7

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,87	0,80	0,75	0,69	0,68	0,63	> 0,5
Коефіцієнт заборгованості (фінансової напруги)	0,15	0,25	0,33	0,44	0,47	0,58	Не більше 0,5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,38	0,36	0,33	0,20	0,15	-0,17	> 0 до 10%
Коефіцієнт маневрування	0,07	0,13	0,15	0,09	0,08	-0,08	0,2 – 0,5
Коефіцієнт постійного активу	0,95	0,88	0,87	0,99	0,97	1,11	-
Коефіцієнт відношення необоротних і оборотних активів	4,84	2,33	1,90	2,17	1,93	2,36	-

Джерело: складено автором на основі [15.]

З таблиці 2.3 можемо зробити наступні висновки:

– коефіцієнт фінансової стійкості був вище рекомендованих меж протягом усього періоду, хоча й має тенденцію до зменшення. Загалом підприємство є фінансово стійким;

– значення коефіцієнту фінансової незалежності відповідає рекомендованим межах. Дана ситуація спричинена високою вартістю власного капіталу підприємства;

– показники фінансової напруги, маневрування та забезпеченості власними оборотними коштами значно погіршилися у 2019 році внаслідок збиткової діяльності ДП «Чайка»;

– коефіцієнт відношення необоротних і оборотних активів свідчить про значне переважання перших у загальній структурі балансу підприємства. Саме дана ситуація і викликає низьку ліквідність підприємства.

Наступним буде розрахунок показників ділової активності підприємства:

Таблиця 2.4 – Показники ділової активності ДП «Чайка», 2015-2019 рр.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	Рекомендоване
----------	------	------	------	------	------	---------------

	р.	р.	р.	р.	р.	значення
Коефіцієнт загальної оборотності активів	0,12	0,12	0,05	0,05	0,05	Збільшення
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	2,81	2,61	2,77	2,86	3,00	Збільшення
Коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва	10,26	9,48	10,35	9,33	7,54	Збільшення
Коефіцієнт оборотності готової продукції	4,76	4,39	4,49	4,99	6,09	Збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	12,96	10,16	4,94	5,90	6,91	Збільшення
Термін одного обороту дебіторської заборгованості	28,17	35,91	73,84	61,85	52,81	Зниження
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,34	2,25	2,48	2,19	3,07	Зниження
Термін одного обороту кредиторської заборгованості	156,18	162,58	147,30	166,38	118,70	Зменшення
Фондовіддача	0,17	0,19	0,08	0,08	0,08	Збільшення

Джерело: складено автором на основі [36.]

В цілому дулова активність підприємства є високою, однак викликають занепокоєння наступні показники: коефіцієнт загальної оборотності активів, коефіцієнт оборотності незавершеного виробництва, оборотність кредиторської та дебіторської заборгованості, фондовіддача. Динаміка даних показників не відповідає рекомендованим тенденціям, внаслідок чого керівництву компанії варто звернути уваги на дані показники.

Також розглянемо рентабельність підприємства:

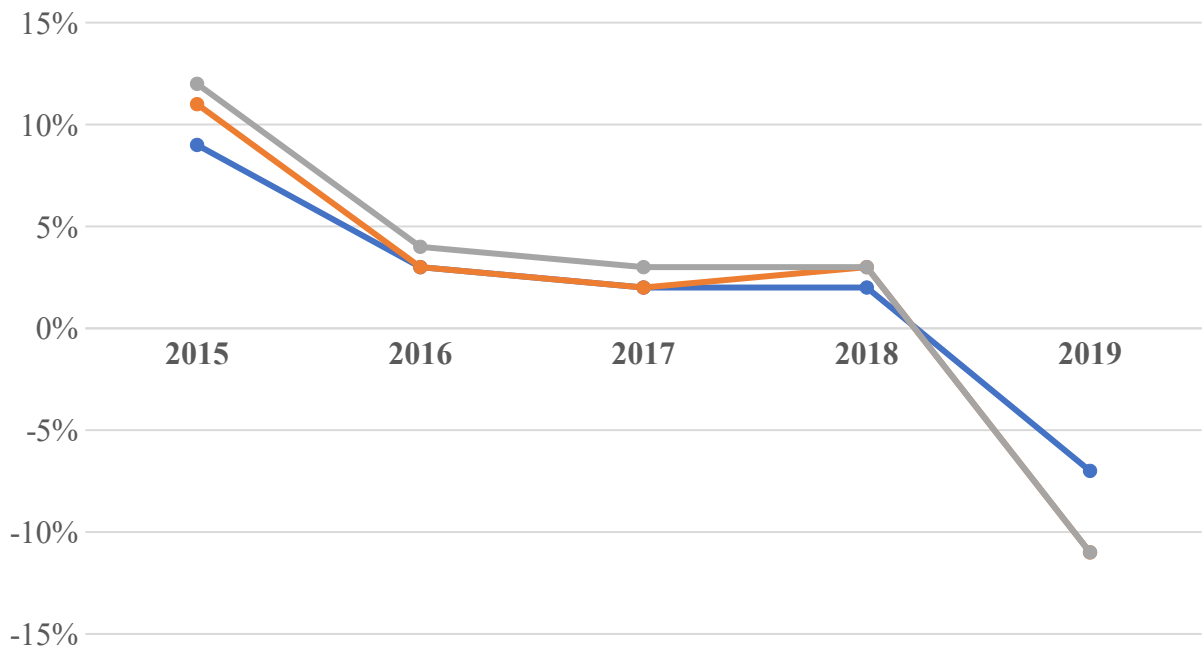


Рисунок 2.3 – Показники рентабельності ДП «Чайка», 2015-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі [45.]

Отже, рентабельність підприємства є негативною. По-перше, у 2019 році внаслідок збиткової діяльності підприємства мають місце від’ємні показники рентабельності. По-друге, загальна тенденція протягом 2014-2019 рр. була спрямована на погіршення показників рентабельності.

Так як досліджені показники демонструють погіршення фінансових результатів за останні 6 років, то доцільно проаналізувати можливість банкрутства підприємства за допомогою моделі Альтмана:

Таблиця 2.5 – Ймовірність банкрутства ДП «Чайка», 2014-2019 рр.

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
X1	0,17	0,30	0,35	0,32	0,34	0,30
X2	0,04	0,11	0,10	0,09	0,09	0,01
X3	0,03	0,08	0,02	0,02	0,02	-0,07
X4	8,18	4,12	3,27	2,75	2,36	1,82
X5	0,11	0,11	0,11	0,05	0,05	0,05
Z	5,39	3,36	2,69	2,26	2,06	1,28

Джерело: складено автором на основі [12.]

Таким чином, ситуація погіршується і за даними показниками:

- протягом 2014-2015 рр. ймовірність банкрутства ДП «Чайка» була дуже низькою;
- у 2016-2018рр. ймовірність банкрутства була високою;
- у 2019 р. ймовірність банкрутства дуже висока.

Отже, ДП «Чайка» має гарні показники фінансової стійкості та ділової активності, низькі показники ліквідності та погані значення рентабельності та ймовірності банкрутства. Дана ситуація викликає занепокоєння і потребує негайного вирішення. Тому ми пропонуємо розглянути можливість розширення масштабів діяльності підприємства.

2.2. Аналіз та тенденції розвитку ринку м'яса птиці та яєць в Україні

Ринок курячих яєць є однією з основ стабільного розвитку східноєвропейської економіки. Це пов'язано в першу чергу з тим, що яйця як харчовий продукт є одним з найважливіших продуктів, доступним, поживним та необхідним. Крім того, особливе розташування країн Східної Європи,

особливо України, їх кліматичні особливості є сприятливими для розвитку галузі.

Сучасний стан економіки України та країн Східної Європи вимагає подальшого ретельного вивчення підвищення ефективності діяльності підприємства. Сюди входять вимоги щодо вдосконалення та контролю якості продукції, впровадження сучасних систем управління безпекою продукції, інтенсифікація виробництва при економії ресурсів, зменшення споживання енергії та загальне зниження витрат. Слід розуміти, що всі вимоги повинні забезпечуватися в умовах невизначеної цінової політики та нестабільності в економіці. Тому стабільність і навіть виживання бізнесу залежить від збалансованого рішення щодо мінімізації витрат, поліпшення якості продукції до норм та стандартів ЄС, підвищення прибутковості.

Птахівництво - одна з галузей сільського господарства, яка швидко розвивається, досягаючи найкращих показників розвитку з 90-х рр. XX ст., одночасно покращуючи матеріально-технічні умови, технологію виробництва тощо. Крім того, продукція з птиці, наповнюючи внутрішній ринок цінною і, що важливо, доступною за ціною продукцією та сировиною, має чудові можливості для виходу на світовий ринок, забезпечуючи збільшення експорту. Підвищення ефективності птахівництва в сучасних економічних умовах є важливим питанням розвитку сільського господарства.

Свійська птиця у Східній Європі - це традиційний сектор сільського господарства, стимульований відповідними кліматичними умовами та розвиненим зерновим господарством. Птахівництво є найбільш швидкою та ефективною галуззю тваринництва. Воно забезпечує населення дієтичними харчовими продуктами (яйцями, курячим м'ясом, індиками, качками тощо), що є порівняно дешевшим за інші види білкових продуктів і більш доступним для громадськості. Крім того, птахівництво забезпечує сировиною і має ряд переваг перед іншими галузями тваринництва, більший приріст ваги на одиницю корму, швидке зростання, ранність тощо.

Аналізуючи виробництво птиці у Східній Європі, можна зробити деякі попередні висновки. По-перше, існує загальна тенденція до збільшення виробництва птиці (рис. 2.4), включаючи збільшення кількості курей, збільшення та консолідацію компаній, що займаються виробництвом продукції з птиці, включаючи виробництво курятини та яєць.

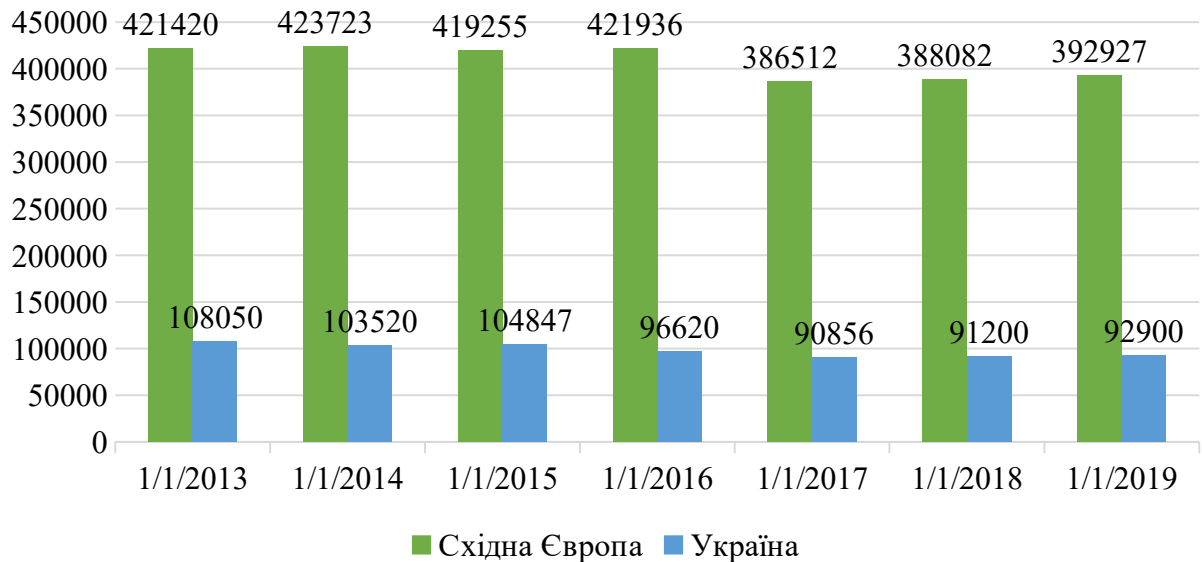


Рисунок 2.4 – Вартість ринку продукції птахівництва в Україні та Східній Європі, тис. дол. США, 2013-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі [56.]

Попит на яйця зростає з року в рік у всьому світі. Однак дані вказують на те, що населення деяких країн Східної Європи ще не досягло стандартів раціонального споживання білкових продуктів, включаючи птицю - м'ясо та яйця. В останні роки споживання курячого м'яса та яєць становило до 75% від раціональних норм.

Птахівничий бізнес - частина єдиної системи агробізнесу, яка базується на єдиному організаційно-економічному механізмі функціонування, який є інтегрованою, відкритою для соціально-економічної системи, що розвивається під впливом зовнішніх факторів (ринку) та внутрішнього середовища, який опосередковується умовами агробізнесу і включає набір різноманітних підприємств та організацій, що беруть участь у виробництві, збиранні,

транспортуванні, переробці, зберіганні та остаточному розподілі птиці [55.]. Велика увага приділяється розвитку птахівництва у Східній Європі. Це державні програми розвитку птахівництва для стабілізації та збільшення виробництва птиці. Мережа племінних птахофабрик включає племінно-генетичні центри зі своїми дочірніми компаніями, репродуктори птахівниць першого порядку, репродуктори другого порядку, племінники, племінне стадо, племінні ферми тощо, що є виробничою базою птиці та повністю відповідає потребам у продукти розведення в майбутньому.

Країни ЄС виробили 12 623,7 тис. тон м'яса птиці, або 450,8 тис. тон з однієї країни. Лідерами є Франція (13,6%), Великобританія (12,8%), Польща (12,2%), Німеччина (11,3%), Італія (10%), Іспанія (9,2%). За даними ФАО, Україна займає 26 місце у світі з виробництва м'яса птиці. Найбільшим виробником яєць є Китай з до 40% світового виробництва, за ним йдуть США (7%) та Індія (6%) [56.].

Україна до 1991 року входила до ряду країн з високим рівнем промисловості. В історичній перспективі розвиток галузі характеризувався падінням виробництва продукції птахівництва з 1990–1997-х років та пожвавленням виробництва в 1998 році і дотепер [63.]. Виробництво м'яса птиці досягло 80% від найкращого показника 1990 року. Виробництво курячих яєць досягло 95% від показника 1990 року.

Структура видового складу птиці така: дотримання курячого м'яса та яєць - 91%; гусак - 2,5%; качки - 5,3%; індики - близько 1%, інші птахи (страуси, перепели та ін.) - 0,5% від загальної кількості птиці, що утримується на фермах усіх категорій.

Більше половини продукції птахівництва виробляється на спеціалізованих підприємствах. Це цілком логічно і розумно для птиці - галузь позитивно реагує на процеси спеціалізації та концентрації виробництва і досягає найвищого рівня ефективності. Тому в останні роки ми можемо спостерігати тенденцію до збільшення кількості птахофабрик, цей показник

майже досягає рівня 1991 року, коли розвиток птахівництва в Україні був найвищим.

Структурні характеристики агробізнесу з птахівництва представлені у вигляді блок-схеми, що показує функціональну та організаційну структуру птахівництва. Зараз асоціація «Спілка птахівників України» представляє інтереси птахофабрик. Засновниками є 78 компаній, які виробляють до 83% м'яса бройлерів та до 78% яєць в Україні. Асоціація «Союз птахівників України» була зареєстрована 4 червня 2003 р. Мета асоціації - участь у розробці та реалізації програм та стабілізації птахівництва в Україні, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників продукції птахівництва та інші види діяльності, спрямовані на розвиток птахівництва.

Виробничою ланкою птахівницького бізнесу є: племінні підприємства, постачальники ветеринарних послуг (ліків, вакцин, догляду тощо), постачальники кормів тощо. Товарні птахофабрики поділяються на: птахофабрики, птахофабрики, цілісно-фермерські підприємства, виробничі об'єднання.

В останні роки на ситуацію з виробництвом птиці в Україні негативно впливали такі основні фактори: втрата Україною деяких територій та пов'язані з цим військові дії у східній частині країни, спад у деяких секторах української економіки; зниження купівельної спроможності протягом 2014–2016 років. Обмежуючими факторами для птахівництва є зростання виробничих витрат. Навіть за сучасних технологій розведення тварин та птахів важко досягти бажаного економічного ефекту. Таким чином, витрати на птахівницьку галузь значною мірою залежать від витрат на корми [58.]. Вони, в свою чергу, залежать від ціни на зерно, білки, вітамінні та мінеральні добавки. У структурі витрат кормова складова займає до 70%. Крім того, на загальну вартість впливає зростання заробітної плати, значно вища вартість енергії, ветеринарних препаратів тощо.

Як виявилося, такі фактори навколишнього середовища, як коливання курсу національної валюти, коливання цін на імпортовані товари повинні мати достатній вплив на розвиток птиці в Україні. Сьогодні багато виробничих потужностей, включаючи виробництво молодняку, інкубаційних яєць, ветеринарних препаратів та іншого обладнання, прив'язане до ціни в доларах, а це означає, що вартість птиці зростатиме, особливо це стосується того факту, що середні та малі птахофабрики не є експортерами. Ті українські компанії, які отримують іноземну валюту від експорту, не мають таких серйозних ризиків. Отже, ми можемо передбачити, що виробники птиці та столових яєць повинні будуть платити останні гроші за придбання капітальних товарів або істотно працювати над зменшенням виробничих витрат [59.].

Політичні зміни в Україні також впливають на роботу птахофабрик. Відбувається розрив зв'язків з великими кримськими репродукторами, пошук нових партнерів, що призводить до збільшення вартості інкубаційних яєць та молодих птахів.

Виробництво м'яса птиці за рік виросло майже на 9% - з 1,3 до 1,4 млн т. Водночас українці протягом 2019 року споживали його на 4% більше — 24,6 кг на душу населення (23,7 кг — у 2018) (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Виробництво і споживання м'яса птиці в Україні, 2018-2019 рр.

Джерело: [1.]

Українські ціни на продукти харчування, на такі, як молоко, м'ясо, яйця, м'ясо птиці і м'ясо великої рогатої худоби трохи вище, ніж у європейців. Тому об'єктивно скорочується ринок, він фізично зменшується, тому що в країні падає річне споживання м'яса на душу населення. А обсяги споживання хліба і картоплі зростає.

Крім усього іншого, в зв'язку з пандемією в Україні на початку року різко впав попит на м'ясо і молоко, і деякі підприємства громадського харчування просто пішли з ринку, і сталася ситуація, коли автоматично почали падати ціни на ці продукти харчування [52.].

Важливим фактором отримання прибутку від виробництва курячих яєць є ціна їх продажу. Це досить складна прогнозована величина, яка може мати коливання як у напрямку збільшення, так і в сторону зменшення протягом року. На коливання ціни продажу яйця впливає безліч факторів: від макроекономічних факторів, таких як стан українського експорту яєць, до цінової політики гігантських компаній (Авангард, Овостар та ін.), які через більшу концентрацію та інтеграцію виробництва, можуть мати більше можливостей зменшити їх собівартість, а отже, зниження ціни продажу у пікові періоди збору яєць. Сезонні коливання ціни на курячі яйця також мають місце на українському ринку (рис. 2.6).

Найбільшими виробниками м'яса птиці в Україні є МХП, Комплекс "Агромарс", ТОВ "Птахокомплекс" Дніпровський "", Корпорація "Агро-Піч", АТ "Володимир-Волинська птахофабрика". Найбільші виробники яєць: Avangardco IRL, ТОВ "Овостар", ГК "ІнтерЗапоріжжя", Avias 2000 ТОВ, ПФ "Крупець", ТОВ "Птахофабрика Поділля", ПАТ "Тернопільська птахофабрика" [57.].

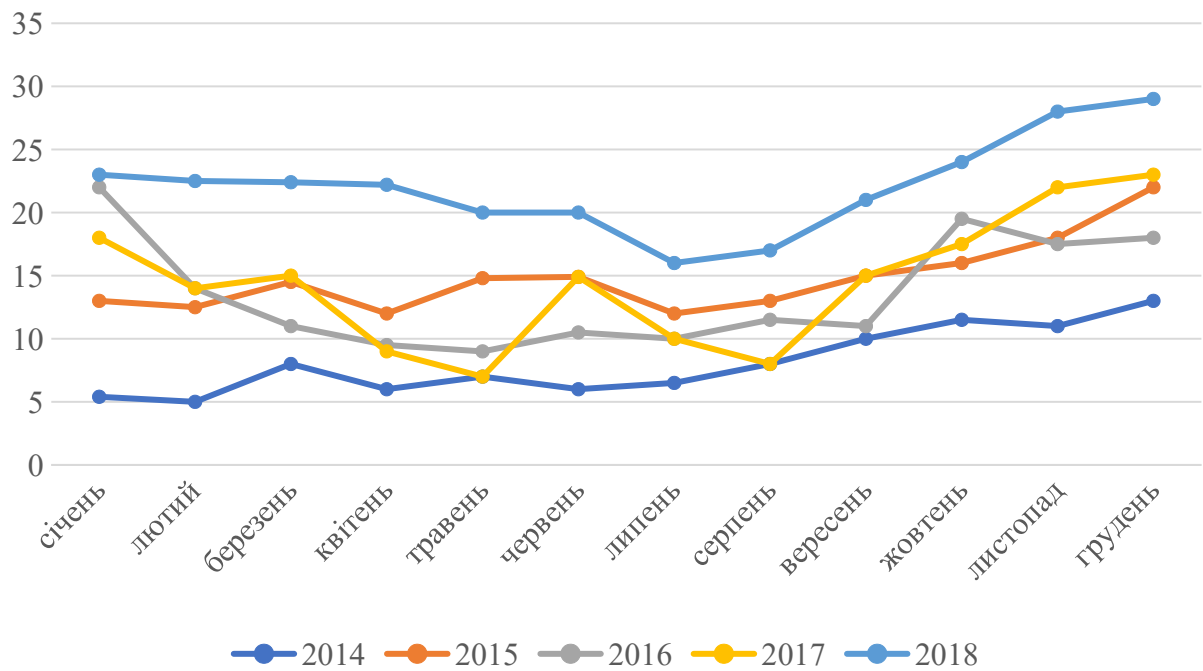


Рисунок 2.6 – Динаміка цін на курячі яйця в Україні, грн., 2014-2018 рр.

Джерело: складено автором на основі [56.]

Серед країн-експортерів птиці Україна посідає 8 місце у світі. Говорячи про місце України серед країн-виробників в Європі, ми займаємо шосте місце у виробництві птиці після таких країн, як Польща, Німеччина, Франція, Великобританія та Італія. Насправді обсяг експорту до ЄС для України обмежений квотою 36 тон птиці, але компанії-виробники постійно ставлять це питання до Міністерства аграрної політики та продовольства України з метою збільшення цієї квоти до 100 тон. Однак це питання непросте, оскільки вимагає схвалення від усіх країн ЄС.

В останні роки спостерігається тенденція до зменшення імпорту продукції птахівництва. Основним постачальником курячого м'яса на український ринок була Польща, на частку якої припадає приблизно половина обсягу поставок. Німеччина посідає друге місце з часткою 28% у структурі імпорту.

Одним із факторів зростання імпорту є угода про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС. Це полегшило європейським виробникам птиці вихід на наш ринок.

Тим часом нещодавно в Україні спостерігалось збільшення виробництва замороженого м'яса птиці, яке в основному експортується. Це є побічним свідченням привабливості виробництва, спрямованого на зовнішні ринки для українських виробників птиці.

Найвищий попит на українську птицю є в Іраці, Казахстані та Нідерландах. Основними імпортерами яєць були ОАЕ (8,19 млн. доларів), які придбали 8,47 тис. тон продукту. Позаду них Ірак, який придбав 5,38 тис. тон яєць за 5,19 млн доларів. Далі - Катар з 1,88 тис. он яєць на 1,81 млн. доларів.

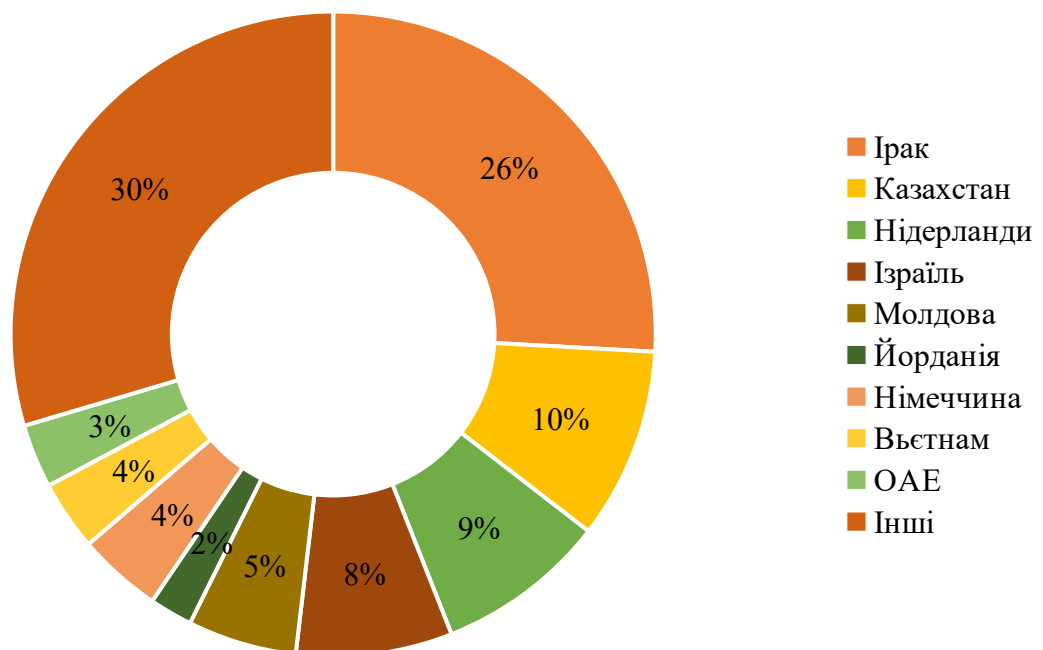


Рисунок 2.7 – Основні країни-імпортери м'яса птиці з України, 2019 р.

Джерело: складено автором на основі [56.]

За останні роки Україна значно збільшила експорт яєць. За п'ять років ОАЕ збільшили імпорт майже у 20 разів. Згідно з прогнозами вчених [56.], обсяг експорту яєць до цієї країни в 2020 році досяг рекордного рівня, Україна планує поставити в ОАЕ понад 34 тис. тон цієї продукції. Частка ОАЕ в

загальному експорту яєць у 2020 році становитиме 47,6% в той час як в 2019 році вона становила 28,4%. Приємно відзначити, що в останні роки Україна розвиває переробку яєць з подальшим експортом готових яєчних продуктів, що є дуже позитивною тенденцією. Розвиток експорту яєць не впливає на внутрішнє споживання, оскільки в даний час виробництво яєць в Україні повністю відповідає потребам вітчизняних споживачів.

Основними країнами-імпортерами свіжих яєць з України були: Ірак (28 277,3 т), Об'єднані Арабські Емірати (19 178,5 т), Молдова (2231,6 т).

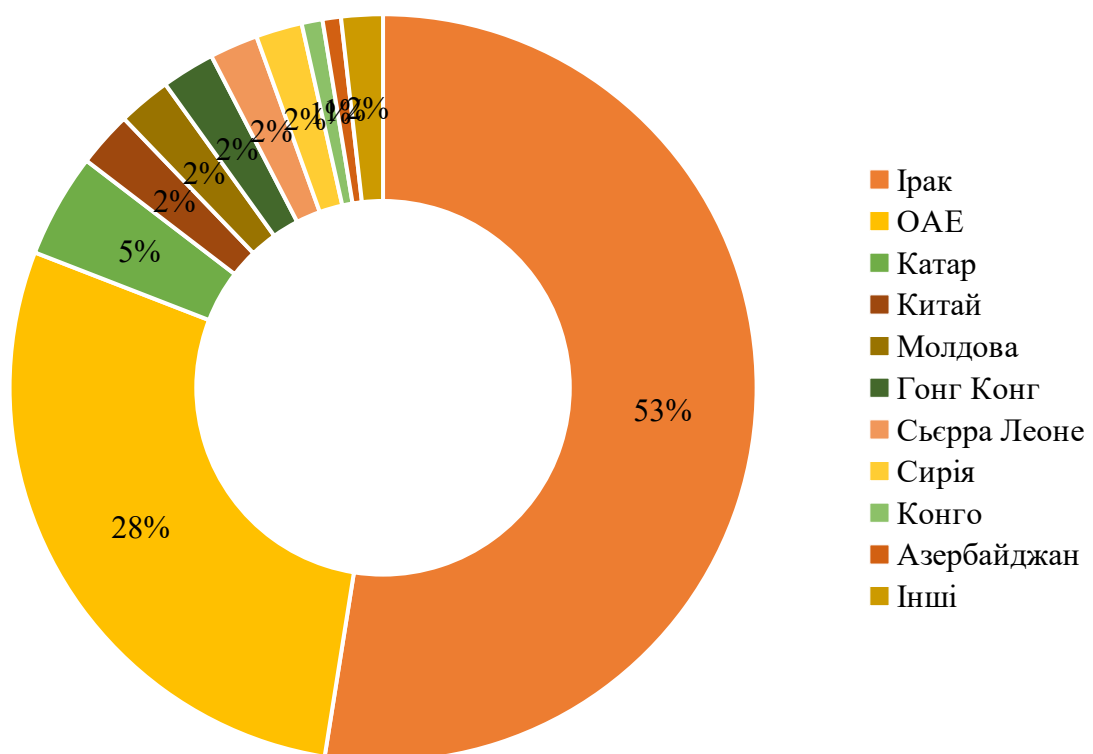


Рисунок 2.8 – Основні країни-імпортери яєць з України, 2019 р.

Джерело: складено автором на основі [56.]

Основними країнами-імпортерами яєць та яєчних продуктів є Близький Схід. Також у зв'язку з цим розширюються відносини з країнами африканського континенту. Україна також отримала квоту на експорт яєць до Європейського Союзу.

Системна оцінка результатів приводить до таких пропозицій:

Для активізації процесу формування інтегрованих структур в агробізнесі через необхідність забезпечення технологічної, організаційної та економічної згуртованості та досягнення постійного виробництва, зберігання, переробки та реалізації продукції птахівництва необхідно вирішити проблеми інституціональної зміни у галузі птахівництва з точки зору залучення приватних домогосподарств до процесів вертикальної інтеграції (на підставі контрактів чи угод з промисловістю).

Ефективність цієї взаємодії полягає, з одного боку, у збільшенні комерціалізації малих форм агробізнесу за рахунок забезпечення повноцінними кормами для всіх віково-статевих груп птахів, ветеринарного та зоотехнічного обслуговування та придбання надлишкової птиці. З іншого боку, орієнтація на промислову економіку, включаючи місцеві переробні галузі, на дешевшу сировину, зменшує витрати та зменшує ризики в нестабільному економічному середовищі, що панує в країні.

Для зменшення та поступового усунення залежності продовольчої безпеки від імпорту птиці слід відновити реалізацію політики помірної протекціонізму щодо вітчизняних виробників. Крім того, існує необхідність контролювати імпорт племінних птахів (батьківські форми та кінцеві гібриди) з-за кордону, підтримувати домашню птицю.

Аналіз можливостей птахофабрики підвищити ефективність виробництва в умовах нестабільної економічної системи може бути проведений, наприклад, матричними методами (включаючи SWOT-аналіз), математичними, експертними методами тощо.

Кліткове обладнання, що використовується на більшості птахофабрик в Україні, може застаріти в контексті асоційованого членства з країнами ЄС, більшість з яких нещодавно запровадили утримання птиці не в клітках, а на підлозі. Це конкретні вимоги до якості готової продукції (яєць). Підлоги вимагають значно більших площ для пташників, іншого обладнання, знань та

практичних навичок персоналу. Зміна обладнання розглядається як перспектива майбутнього.

Але в той же час існують деякі серйозні загрози для діяльності підприємств. Перш за все, це зовнішні фактори: економічна ситуація в країні, яка впливає на купівельну спроможність покупців, ціну на яйця, ставку кредиту та можливість отримати позику. Інфляційні процеси роблять виробництво невизначеним у контексті отримання прибутку - коливання валюти може спровокувати непередбачувані зміни у вартості компонентів корму для птиці, а отже, вартість виробництва яєць значно зростає.

Проблеми для компанії також посилюються конкуренцією з боку великих підприємств та з боку підприємств країн-членів ЄС. Загроза полягає в тому, що собівартість продукції в інтегрованих об'єднаннях може бути об'єктивно нижчою, ніж на невеликих птахофабриках. Також підприємства з великими обсягами товарної продукції мають кращі можливості та доступ до мереж супермаркетів та доступ до світового ринку.

Серйозною загрозою для птахофабрики є хвороба худоби, яка може призвести до падіння поголів'я і навіть загибелі птиці. Деякі інфекційні захворювання включають обмеження на продаж продуктів птахівництва. Карантинні обмеження можуть поширюватися навіть на компанії, які не мають цих захворювань, але перебувають у регіоні напруженої епідеміологічної ситуації.

Таким чином, основними напрямками вдосконалення виробництва з метою підвищення ефективності птахівництва визначаються:

- вдосконалення біотехнологічних процесів, забезпечення комплексу заходів щодо вдосконалення птиці, відповідність щільності виселення птахів у пташнику, правильне харчування науково обґрунтованим нормам споживання поживних речовин та елементів;

- дотримання основних параметрів мікроклімату, вентиляція, освітлення в приміщенні, своєчасна дезінфекція, профілактика захворювань;

- поліпшення зберігання продуктів птахівництва під час руху сировини та продуктів від птахокомплексу до споживача;
- використання побічних продуктів птиці для отримання цінних добрив для худоби;
- забезпечення максимального збереження харчової цінності та якості, дотримання умов зберігання та строків її реалізації;
- удосконалення методологічних основ державного нагляду за якістю та безпекою харчових продуктів та сировини;
- створення сучасної інструментальної аналітичної бази та контролю якості та безпеки харчової сировини та харчових продуктів;
- допомога державного та місцевого самоврядування щодо підтримки інновацій у сільському господарстві та птахівництві, зокрема, що вимагає потоків інвестицій на державному рівні.

Поширена ситуація, коли фінансові ресурси державного бюджету, спрямовані на інноваційну діяльність, не витрачаються на сучасні інноваційні проекти, а забезпечують лише існування діючої інноваційної інфраструктури і не здатні нарощувати інноваційний потенціал птиці як одного з пріоритетних секторів агробізнесу .

Подальший розвиток птиці в Україні повинен виходити із світових тенденцій, а також із встановленими виробничими потужностями та накопиченим досвідом власної птиці.

Отже, існує потреба у подальшому формуванні та розвитку регіонального птахівницько-генетичного комплексу, адаптованого до умов та темпів сучасного інноваційного розвитку птахівництва. Організація ефективного механізму оновлення видового складу птахів повинна включати організаційні, правові, фінансові та регулюючі інститути репродуктивного підкомплексу.

2.3 Концепція впровадження автоматизованого комплексу управління виробництвом в ДП «Чайка»

Сучасне сільське господарство вже неможливо уявити без високотехнологічних засобів комплексної механізації і автоматизації виробництва. Перш за все, це стосується таких галузей, як зберігання і переробка зерна, птахівництво, тваринництво, виробництво комбікормів. Незмінною вимогою до систем автоматизації сільськогосподарського виробництва, втім, як і до будь-яких інших систем, є їх комплексність, гнучкість, масштабованість в функціональному і географічному сенсі.

Птахівницька діяльність є найбільш вимогливою до дотримання технологічних параметрів утримання та відгодівлі птиці протягом всього технологічного циклу, починаючи від інкубаційного періоду і до отримання товарної продукції (яйце, м'ясо). А організаційно-господарська діяльність птахоферм містить великий спектр завдань таких, як забезпечення віддаленого управління і моніторингу об'єктів системи, безпеки, включаючи забезпечення контрольно-пропускну режиму, протипожежних заходів, відеоконтролю і ін.

Ми вважаємо, що ДП «Чайка» має розширити масштаб своєї діяльності за рахунок відкриття птахоферми під виробництво м'яса птиці та яєць. Однак цього недостатньо для виведення компанії з кризи, в якій вона опинилася. Тому доцільно зробити птахоферму інноваційною, щоб продукція була максимально якісною і, відповідно, найбільш інноваційною на ринку.

НА птахофабриці планується ввести автоматизований комплекс управління. Метою створення комплексу автоматизації і управління scalaPACS (scalable Poultry-Farm Automation & Control System) [61.] є комплексна автоматизація птахоферми для забезпечення необхідних умов утримання різного виду технологічних груп поголів'я (промислове і батьківське стадо, ремонтний молодняк) на всіх фазах вирощування птиці.

Призначення комплексу - оптимальне комплексне управління різними системами для:

- забезпечення необхідного мікроклімату, що сприяє оптимальним показниками зростання птиці за рахунок підтримки температурно-вологісного режиму;
- регулювання якості повітря, що забезпечує нормативні показники концентрації шкідливих газів;
- підтримки необхідного світлового режиму;
- забезпечення нормативного приросту птиці за рахунок дозованого годування і оптимального співвідношення кількості споживаних води і корму;
- повного моніторингу, аналізу, обробки, накопичення і виведення на друк всіх параметрів (температура і вологість всередині і зовні корпусу, концентрації шкідливих газів, кількість корму і води, споживання газу і електрики, і т. д.) в процесі всього терміну зростання птиці;
- подальшого розширення функціональних можливостей і підключення нових систем на птахофермі.

З точки зору scalaPACS всі будівлі (пташники, адміністративні, допоміжні будівлі і т.п.), задіяні в утриманні птиці на птахофермі, об'єднані в єдиний інформаційний простір за допомогою локальних мереж CAN і Ethernet.

Комплекс базується на розподіленій багаторівневій керуючій мережевій платформі DDCNP (DATAMICRO Distributed Control Network Platform) [8.]. Основною мережею даної платформи є шина CAN (Controller Area Network, локальна мережа контролерів), що забезпечує взаємодію всіх інтелектуальних пристроїв, вузлів і блоків, а також різноманітних мережесих датчиків і виконавчих механізмів.

В рамках комплексу виділяються системи, що функціонують локально, в межах одного пташника (наприклад, система управління кліматом пташника), і системи, що функціонують глобально, в межах всього комплексу

(наприклад, система оповіщення, моніторингу та управління підсистемами птахоферми).

Функціонування систем і, відповідно, комплексу забезпечується набором програмно-апаратних засобів. Управління та моніторинг стану комплексу здійснюється єдиним інтегрованим набором ПО. Контроль комплексу може здійснюватися з різних АРМ з розмежуванням зон контролю (наприклад, набір пташників) і прав на виконання тих чи інших дій.

У кожному пташнику одночасно підтримується робота п'яти базових мінімально необхідних систем управління.

Система управління мікрокліматом в корпусі (температурний режим, вентиляція і зволоження) призначена для підтримки всередині пташника необхідного для вирощування птиці мікроклімату і забезпечує:

- автоматичну підтримку параметрів мікроклімату (температура, вологість, загазованість і т.д.);
- можливість програмування добових параметрів мікроклімату на повний цикл вирощування птиці;
- автоматичний повітрообмін з урахуванням температури зовнішнього повітря і концентрації шкідливих газів всередині приміщення;
- можливість програмування параметрів повітрообміну на повний цикл вирощування птиці;
- плавне управління вентиляторами;
- контроль параметрів мікроклімату за допомогою безлічі датчиків.

Система управління зберіганням, подачі і додачі корму призначена для транспортування корму із зовнішнього бункера зберігання безпосередньо до ліній годування і забезпечує:

- відстеження поточного заповнювання зовнішнього бункера, зберігання корму та контроль стану завантажувального люка;
- видачу попереджувального сигналу про необхідність поповнення зовнішнього бункера зберігання;

- автоматичне транспортування корму із зовнішнього бункера зберігання у ваговий бункер за допомогою шнекового транспортера;
- зважування необхідної для годування кількості корму;
- контроль переповнення вагового бункера;
- автоматичну подачу корму з вагового бункера в буферні бункера ліній годування;
- контроль переповнення буферних бункерів (відключення подачі корму при переповненні буферних бункерів і подальше включення подачі при їх спустошенні);
- можливість програмування добових режимів годівлі на повний цикл вирощування птиці;
- можливість коригування середньодобової норми годування при відхиленні середньої ваги птиці від планової ваги;
- автоматичний підрахунок (подобовий, сумарний і т.п.) витрат корму;
- накопичення і видача статистики витрати корму (за заданий період часу, з урахуванням перерахунку на одиницю, і т.п.);
- взаємодія з системою управління годуванням.

Система управління годуванням призначена для своєчасного годування птиці і забезпечує:

- автоматичне маніпулювання лебідками лінії годування;
- автоматичне включення контурів годування;
- можливість програмування добових режимів годівлі на повний цикл вирощування птиці;
- контроль переповнення і спустошення годівниць;
- взаємодію з системою управління зберіганням, подачі і додачі корму.

Система управління напування призначена для своєчасного напування птиці і забезпечує:

- автоматичне маніпулювання лебідками напування;

- можливість програмування добових режимів напування на повний цикл вирощування птиці;
- коригування добових режимів напування в залежності від температури навколишнього повітря;
- автоматичне керування станцією водопідготовки;
- облік витрат води;
- контроль температури води, що подається.

Система управління внутрішнім і зовнішнім освітленням призначена для управління внутрішнім і зовнішнім освітленням пташника і забезпечує:

- автоматичне включення і виключення груп освітлення;
- можливість програмування добових режимів освітлення на повний цикл вирощування птиці;
- плавне регулювання освітлення 0 ... 100%.

Всі системи scalaPACS всередині одного пташника будуються на базі єдиної інфраструктури мереж і пристроїв. Внутрішні комунікації складаються з трьох CAN мереж: одна прокладена всередині службового приміщення (тамбура пташника), дві інші - по лівій і правій стороні приміщення, в якому утримується птиця. Об'єднання корпусів в загальну мережу птахоферми здійснюється через CAN мережу всієї птахоферми.

На CAN мережі всередині пташника підключаються різні пристрої, що забезпечують функціонування систем. Число і номенклатура пристроїв, що підключаються залежить від набору необхідних систем і числа різних датчиків і виконавчих механізмів, встановлених на пташнику. Розширення номенклатури або числа систем/пристроїв не вимагає прокладки нових комунікацій.

Всі базові системи комплексу мають три загальних пристрої, що знаходяться в тамбурі кожного пташника:

- пристрій управління процесом, який відповідає за виконання всіх алгоритмів керування базовими системами пташника (наприклад, підтримання мікроклімату і т.д.);

- графічний пульт відображення і введення параметрів процесу з сенсорним екраном, який служить для відображення і коригування поточних параметрів функціонування пташника і оперативного управління;

- шлюз CAN мережі, який забезпечує підключення пташника до CAN мережі всієї птахоферми.

Крім описаних трьох загальних пристроїв, встановлених в кожному пташнику, і беруть участь в циклах управління будь-якої системи, в комплекс також входять:

- пристрої управління приводами припливних жалюзі, які забезпечують запуск / зупинку потужних електродвигунів, а також дозволяють управляти групою приводів;

- пристрої управління витяжними і додатковими вентиляторами (електромоторами), які забезпечують плавний старт і оптимальне регулювання оборотів електромотора, а також дозволяють управляти групою електромоторів (з урахуванням їх сукупної потужності);

- пристрої управління термогенератором, що забезпечують плавний старт і регулювання температури на виході термогенератора;

- пристрої управління освітленням , що забезпечують плавне регулювання світла пташника в діапазоні 0 ... 100%;

- пристрій контролю витрат води, що забезпечує підключення до системи витратоміра води;

- пристрій контролю стану бункера, що забезпечує контроль рівня корму в бункері і завантажувального люка через датчики контролю рівня;

- блок контролю ваги, що забезпечує за допомогою тензометрії зважування корму і інші функції, наприклад, управління двигунами лебідок для регулювання висоти підвісу годівниць і поїлок.

Дані пристрої та блоки беруть участь в циклі управління однією або відразу декількома системами управління пташника, використовуючи необхідну інформацію від задатчика режиму роботи пташника (задається оператором через пульт) і первинної інформації від інтелектуальних мережевих датчиків (температури, розрідження (вакууму) повітря, вологості, аміаку, освітленості про стан внутрішнього і зовнішнього середовища). Датчики забезпечують знімання і видачу в локальну CAN мережу значення відповідного вимірюваного параметра як в локальній області приміщення, так і зовні пташника. Крім того, у міру необхідності в комплекс можуть бути включені мережеві датчики вуглекислого газу, сірководню, кисню, атмосферного тиску та інші.

Всі використовувані в системі пристрої є мережевими, що дозволяє здійснювати поетапне підключення і плавне кількісне нарощування з метою підвищення точності регулювання кінцевих параметрів (температури, газового середовища та ін.).

Склад інтегрованого ПО для базових систем scalaPACS складається з трьох програм:

- графічне відображення процесів, що протікають в системах комплексу, оперативне управління станом систем, оперативне відображення всіх вимірюваних параметрів, накопичення інформації з усіх параметрів, реєстрація аварійних ситуацій і інші функції;
- генератор різноманітних статистичних звітів і графіків;
- програмування режимів роботи систем комплексу (завдання різних параметрів і графіків утримання птиці на цикл вирощування птиці).

Інтенсивне використання мережевих технологій при реалізації scalaPACS дозволяє поетапно і легко нарощувати його новими функціональними можливостями, впроваджувати нові технологічні рішення, інтегрувати з іншими вже існуючими комплексами, з метою створення

глобальної системи безпеки, автоматизації та контролю сільськогосподарських кооперативів, ферм, колгоспів і ін.

Так, якщо для підвищення точності управління технологічним циклом у всіх пташниках необхідно знати глобальні атмосферні параметри в місці розташування птахоферми (температура навколишнього середовища і динаміка її зміни, абсолютний і відносний атмосферний тиск і тенденції його зміни, поточну, максимальну й середню швидкість вітру і його напрямок, вологість і освітленість і т.д.), достатньо вибрати компактний цифровий вимірювач метеоумов або метеостанцію, і якщо прилад не має мережевого CAN або Ethernet інтерфейсу, підключити його в scalaPACS через шлюз. Тим самим, всі блоки, що реалізують технологічний алгоритм управління в усіх пташниках, отримають необхідні додаткові параметри.

При необхідності використання блоків і пристроїв інших виробників, що підтримують інші мережеві технології, можливе використання відповідного шлюзу з цієї мережевою технологією в CAN або Ethernet, які широко представлені на ринку. Також через відповідний шлюз інтегруються і різноманітні бездротові датчики.

Комплексний підхід при реалізації управління птахофермою на основі scalaPACS дозволяє:

- поетапно інстальовати в міру необхідності ту чи іншу систему управління пташником і в цілому всієї птахоферми;
- легко і просто виконувати масштабування комплексу;
- здійснювати дистанційне оновлення вбудованого ПО всіх пристроїв і ПК;
- використовувати єдиний призначений для користувача інтерфейс у всіх прикладних програмах на ПК (що істотно скорочує час навчання обслуговуючого персоналу);
- проводити дистанційний моніторинг і збір інформації в єдиний діагностичний центр (якщо птахоферми розкидані по регіону або країні);

– швидко і легко проводити діагностичні роботи і здійснювати ремонт і т.д.

Все це істотно скорочує накладні витрати по обслуговуванню птахоферми, дозволяє зменшити кількість обслуговуючого персоналу при збільшенні дисципліни праці, підвищити якість продукції.

Все вищесказане в рівній мірі відноситься і до інших сільськогосподарських об'єктів і виробництв, наприклад зберігання та переробка зерна, виробництво комбікормів або соняшникової олії, якими в майбутньому може зацікавитися ДП «Чайка».

В середньому одна здорова курка дає до 300 яєць на рік. Найбільш популярні породи: Брама, Леггорн, Біла російська, Хайсекс браун, Кучинська ювілейна. Більші показники несучості яєць мають кроси, хоча при виведенні ними потомства це якість втрачається і доведеться щоразу купувати нових курчат. Також існують і м'ясо-яєчні породи: Амрокс, Віандот, Московська, Род-Айленд, Полтавська глиниста, Австралорп.

Організація виробництва яєць вимагає уважного ставлення до двох моментів: рівномірності надходження товару і максимальної продуктивності. На продуктивність впливають такі фактори, як: чистота, світло, температура. Будь-який з них може привести до падіння несучості. Так, надлишок газів (аміаку, сірководню) спричиняє зниження апетиту курей, а вологості - простудні захворювання. Оптимальною вологістю є 60-70%, а найкраща температура для дорослих курей - 16-18 градусів.

Оскільки птахи, як правило, містяться в закритих приміщеннях, пташники необхідно обладнати припливною вентиляцією. Найбільш трудомісткий момент - видалення посліду, оскільки тут складно буде обійтися без ручної праці. При утриманні курей в клітинах щільність посадки становить не менше 400-500 см² на особу. При підлоговому утриманні не можна садити голодну птицю на тирсу.

Для вирощування курчат більше підходять чисті породи. Також важливо правильно відібрати яйця. По-перше, пам'ятайте, що кури несуть яйця здебільшого до 12 години дня. По-друге, вибирайте яйця вагою близько 60 грамів. По-третє, оглядайте їх на відсутність дефектів (вибраковують яйця неправильної форми, з шорсткою шкаралупою і т.д.). Якісний інкубатор забезпечить приблизно 85% -ний вихід молодняка.

Курчат вигодовують пшоном. Замість води можна давати підігріте молоко. Приблизно через тиждень слід додати в раціон зелень. Вже через чотири тижні вага курчат повинна досягти 200-250 грамів. У приміщенні необхідно дотримуватися температурного режиму і санітарних умов (18-20 градусів, відсутність протягів). Зручні для утримання молодняку клітинні батареї. При цьому можна використовувати як безперервне освітлення, так і симулювати реальне добове освітлення. Перед посадкою курчат в пташник необхідно обробити стіни 15% розчином кальцинованої соди і насипати під підстилку вапно-гідратної. Через 40 днів курчата перестають потребувати обігріву і їх можна переводити на звичайний температурний режим.

Необхідні постійний контроль за вагою молодих курочок, а також процедура, щоб уникнути пташиного канібалізму. При утриманні в тісних клітках бажано провести процедуру купірування гребеня у півників.

Куряче м'ясо популярне в зв'язку з недовгим терміном вирощування і хорошою окупністю. Виробництво напівфабрикатів з нього є наймасовішим у світі. Для розведення курей на м'ясо найбільше підходять бройлерні кроси. Вони мають гарні смакові якості і дуже швидко набирають вагу. Купуючи курчат, потрібно звернути увагу на їх забарвлення: чим яскравіше пух, тим більше вітамінів отримували птиці, тим міцніше і здоровіше вони будуть.

При правильному годуванні бройлера ви отримаєте готову на забій птицю вже через 2-2,5 місяці. У цьому віці маса бройлерів може досягати двох кілограмів. При цьому витрати кормів на 1 кг. приросту становитимуть

близько 3 кг. Щоб мати цілорічний бізнес, бажано одночасно вигодовувати курчат різного віку.

Чи вигідно вирощувати бройлерів на м'ясо? Звісно так! Але пам'ятайте: чим більше ви мінімізуєте витрати, тим вище буде відсоток окупності. Вкрай важливо оптимізувати годування. Можна виростити птицю і на одному зерні, але витрати будуть неприйнятні. Тому бажано або підібрати хороший комбікорм, або змішувати різні види зерна з кістковим борошном, білковими добавками і зеленню.

Мінімізація витрат може відбуватися і за допомогою освітлення кліток. На відстані 20-25 см. над годівницею підвішується лампа потужністю 15 Вт. з відбивачем. Вона цілодобово висвітлює годівницю і поїлку. Курчата їдять, п'ють, а відходячи на метр від годівниці, потрапляють в мало освітлену зону і засипають. В результаті вони швидко ростуть, при цьому споживаючи мінімум кормів.

В технології відгодівлі курчат-бройлерів передбачено отримання тушок трьох вагових категорій:

- 1) до 1500 грамів,
- 2) 1500-2000 грамів і
- 3) 2500 грамів.

Хоча Україна виробляє в основному категорію середнього типу, зростає попит і на порційних курчат вагою до 1000 грамів. У цьому м'ясі мало холестерину, а кількість амінокислот (оксипролина і триптофану) доходить до 6 одиниць, що говорить про високу біологічну цінність продукту. Робота з курчатами порціонної категорії дозволяє отримати м'ясо швидкого виходу з відповідно низькими витратами на харчування курчат.

Таким чином, запропонована технологія виробництва м'яса птиці та яєць дозволить побудувати високорентабельну птахоферму. Однак витрати на неї будуть доволі високими. Для цього розглянемо операційний та інвестиційний план птахоферми, наведений у розділі 3.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗШИРЕННЯ МАСШТАБІВ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ЧАЙКА» ТА ЇХ ОБҐРУНТУВАННЯ

3.1 Розробка інвестиційного та операційного плану проекту відкриття птахоферми в ДП «Чайка»

На основі аналізу ринку м'яса птиці та яєць, дослідження фінансового стану підприємства та вивчення технології вирощування м'яса птиці та яєць було прийнято рішення запропонувати проект зі створення птахоферми.

Курячі яйця - відносяться до продуктів харчування першої необхідності і входять до споживчого кошика практично кожного споживача, тому даний продукт присутній в більшості торгових точок, які продають продукти харчування в роздріб. Яйця є унікальним продуктом і не мають прямих товарів-замінників. Отже, яйця будуть користуватися попитом навіть при значному підвищенні ціни на них (нееластичний попит при малих обсягах споживання і високій ціні), однак попит має досить високу цінову еластичність при великих обсягах споживання і низькій ціні в зв'язку заміщенням яйцями інших харчових продуктів.

Курячі яйця - джерело життя. Вони не тільки задовольняють потребу людини в основних поживних речовинах, але і володіють додатковими фізіологічними перевагами. Ось чому яйця є дуже важливим і перспективним об'єктом переробки з точки зору отримання продуктів, необхідних для забезпечення високої якості життя людей.

Наукові дослідження останніх років зібрали велику кількість доказів того, що компоненти курячих яєць можуть мати біологічний вплив. Білок курячих яєць має антимікробну дію, імуномодуляторний ефект,

протиканцерогенний і протигіпертензивний вплив. Все це - додаткові аргументи на користь значення білків курячого яйця для здоров'я людини, а також для профілактики і лікування захворювань.

Зростання попиту на вітчизняну кондитерську продукцію, як більш свіжу і смачну, стимулює розвиток цієї галузі в Україні, і як наслідок - споживання яєчних продуктів. У кондитерській та хлібопекарській промисловості яйце куряче і продукти переробки використовуються при виробництві хлібобулочної, макаронної, кондитерської продукції.

З огляду на наявність попиту м'яса птиці і яйця курячого в Україні і нашому регіоні, наявність кормової бази, енергозабезпеченості, можливість доставки продукції в усіх напрямках по регіону та іншим містам Держави, маємо стовідсоткову забезпеченість збуту продукції. А так само те, що продукція птахофабрики практично не має сезонних коливань попиту.

Куряче яйце - продукт харчування асиметрично-овальної форми, покритий шкаралупою і складається всередині з жовтка і білка, що отримується від різноманітних порід домашніх курей в результаті їх репродуктивної здатності.

В даний час крім фермерських господарств виробництвом продукту займаються найбільші птахоферми по всьому світу і в ряді країн в залежності від уподобань населення заводять породи курей, що несуть виключно світло-бежеві і білі яйця.

При надходженні яєць в продаж їх маркують залежно від допустимого терміну зберігання і категорії (ваги). На сьогодні виробники навчилися додатково надавати курячому яйцю ряд особливих властивостей: на прилавках присутній продукт з двома жовтками, яскравим забарвленням жовтка, а також збагачений йодом або селеном.

Склад курячого яйця. За даними USDA Nutrient Database в 100 г курячого яйця міститься:

- Вода - 76.15 г

- Білки - 12.56 г
- Жири - 9.51 г
- Вуглеводи - 0.72 г
- Харчові волокна (клітковина) - 2.5 г
- Зола - 1.06 г

Вітаміни в курячому яйці:

- Вітамін А (ретинол) - 160 мкг
- Вітамін В1 (тіамін) - 0.04 мг
- Вітамін В2 (рибофлавін) - 0.457 мг
- Ніацин (вітамін В3 або вітамін РР) - 0.075 мг
- Вітамін В5 (пантотенова кислота) - 1.533 мг
- Вітамін В6 (піридоксин) - 0.17 мг
- Фолієва кислота (вітамін В9) - 47 мкг
- Вітамін В12 (ціанокобаламін) - 0.89 мкг
- Вітамін Е (альфа-токоферол) - 1.05 мг
- Вітамін Д (кальциферол) - 2 мкг
- Вітамін К (філохинон) - 0.3 мкг
- Холін (вітамін В4) - 293.8 мг

Макроелементи в курячому яйці:

- Калій - 138 мг
- Кальцій - 56 мг
- Магній - 12 мг
- Натрій - 142 мг
- Фосфор - 198 мг

Мікроелементи в курячому яйці:

- Залізо - 1.75 мг
- Марганець - 28 мкг
- Мідь - 72 мкг
- Селен - 30.7 мкг

- Цинк - 1.29 мг
- Фтор - 1.1 мкг

Куряче м'ясо - основа високобілкової дієти з низьким вмістом вуглеводів, вважається легким, до того ж покращує роботу шлунка, бульйони з курячого м'яса улюблені як дорослими так і дітьми

М'ясо курки - джерело повноцінного тваринного білка. За хімічним складом і біологічною цінністю курятина відповідає вимогам дієтичного харчування, засвоюється набагато краще, ніж яловичина, свинина і баранина, оскільки містить мало насичених жирів. Щоб куряче м'ясо приносило організму максимальну користь, його потрібно правильно зберігати і готувати.

В даний час товар, пропонований на ринку м'ясних продуктів птахівництва, ділять на наступні групи: охолоджені, заморожені, натуральні напівфабрикати, готові вироби з м'яса птиці. Охолоджені вироби з м'яса - м'ясопродукти, охолоджені до нуля градусів, з терміном зберігання при температурі від -1 до + 1 ° С протягом п'яти діб.

Термін зберігання заморожених м'ясопродуктів варіюється в залежності від температури зберігання (при температурі -18 ° С: 12 міс. - бройлер і стегенця; 6 міс. - «оброблена» курка; 2 міс. - субпродукти).

Принципово розподіл продукту на дві підгрупи: тушка і «оброблення». Розширюючи асортимент, виробники сьогодні пропонують такі варіанти оброблення, як чверть туші, задня частина тулуба з ногами, грудка з крильцями і т.п.

Субпродукти з птиці: голова, шия, лапи, шлунок (пупок), серце і печінка - це товар не основний, але досить популярний в споживчому середовищі. Всі субпродукти виробники пропонують як в охолодженому вигляді, так і в замороженому.

У 100 г продукту куряче м'ясо:

Білки - 21 г

Жири - 11 гр

Калорійність - 184 ккал

У курячому м'ясі міститься велика кількість заліза в легкозасвоюваній формі, а також багато фосфору, кальцію і магнію. За рекомендаціями лікарів, куряче м'ясо треба їсти як мінімум два рази на тиждень.

Вітаміни:

Вітамін А - 0.04 мг

Вітамін В1 - 0.1 мг

Вітамін В2 - 0.2 мг

Вітамін РР - 4,3 мг

Мікроелементи:

Залізо - 2 мг

Калій - 260 мг

Кальцій - 16 мг

Магній - 20 мг

Натрій - 85 мг

Фосфор - 140 мг

Несучість курей-несучок починається від 100 днів. Повна несучість курей-несучок відбувається протягом 120 днів. Заплановані витрати в четвертий місяць складуть 425,0 тисяч грн., разом витрат за 4 місяці -2031 тис. грн., при цьому ми плануємо отримати виробництво яєць в кількості 1644 тис. шт. яєць., тобто собівартість яйця в перші 4 місяці складе 1,23 грн. Дана ціна є найбільш реальною. Так, станом на квітень 2020 року собівартість десятка яєць складала 15,25 грн., тобто собівартість яйця – 1,53 грн. [54.] на звичайних птахофабриках. З урахуванням того, що пропонована птахофабрика є інноваційною, собівартість продукції виходитиме нижчою за середньоринкову (з вищою собівартістю, ніж на ринку, немає сенсу відкривати птахофабрику).

Максимальна продуктивна несучість курей-несучок становить 18 місяців. На практиці застосовується лінки курей-несучок, який сприяє збільшенню терміну несучості. Але досвід свідчить, що застосування лінки

збільшує несучість всього лише на 75%., тому вигідніше замінити курей-несучок, які відпрацювали період несучості ремонтним молодняком через 12 місяців.

Одним з головних факторів, що впливають на продуктивність, якість продукції, здоров'я птиці і забезпечують ефективність промислового виробництва яєць і м'яса птиці, є повноцінна годівля. У структурі собівартості яєць і м'яса птиці корми становлять 60-70%.

Зменшення витрат кормів на одиницю продукції і підвищення ефективності їх засвоєння можна досягти: по-перше, використанням високоякісних кормових засобів і правильною підготовкою кормів до згодовування; по-друге, застосуванням оптимальних рецептів комбікормів для відповідних груп птиці і, по-третє, підбором відповідних режимів і техніки годування.

При використанні повнораціонних гранул процес годування значно полегшується, так як усуваються роботи з приготування кормів і значно знижується трудомісткість їх роздачі. Такі корми можна засипати в автоматичні годівниці один раз на 2-3 дні, але краще все ж один раз в день - щоб уникнути перегодовування курей.

При використанні гранульованих кормів нормування годування здійснюється їх складом і нормою видачі в годівниці. Залежно від призначення в повнораціонних комбікормах промислового виготовлення міститься від 14 до 17 г сирого протеїну, 2,8-3,3% кальцію, 0,7% фосфору, 0,3% натрію, необхідна кількість вітамінів і мікроелементів. Енергетична поживність 100 г коливається від 250 до 275 кілокалорій. На одну курку-несучку яєчного напрямку при клітинному змісті в добу потрібно приблизно 115 г такого корму.

У наступній таблиці показана орієнтовна потреба дорослих курей в обмінній енергії і поживних елементах, якими слід користуватися при розрахунку кормових раціонів.

Таблиця 3.1 - Орієнтовна потреба дорослих курей в енергії і поживних елементах (на голову на добу), плановий період

Групи курей	Обмінна енергія, ккал	Сирий протеїн, г	Кальцій, г	Фосфор, г	Натрій, г
Кури яєчні, племінні	324	20,4	3,72	0,84	0,36
Кури товарні, при несучості, 70% і вище	305	19,2	3,50	0,79	0,34
нижче 70%	304	18,72	3,63	0,82	0,35
кури м'ясні при несучості 61% і більше	431	25,6	4,48	1,12	0,48
61-51%	418	24,8	4,34	1,09	0,47
50-41%	385	21,0	4,05	1,05	0,45
40-30%	377	20,3	3,91	1,01	0,43

Джерело: складено автором

При складанні раціонів при комбінованому типі годівлі річна структура витрачених кормів може бути приблизно такою (по масі в%):

зерно (незбиране, дроблене, мелене) - 30,
суміш з борошна - 40,
корми тваринного походження - 10,
зелена маса і коренеплоди - 15,
мінеральні добавки - 5.

У відповідності з розрахунками в перший рік роботи випуск продукції становитиме 48,0 млн. штук яєць та 513,7 тон м'яса птиці. Дані цифри були взяті на основі двох птахофабрик – Репужинської [42.] із виробництвом 73 млн. яєць на рік та «Авіс» [51.] - 200 млн. яєць на рік. Так як «Авіс» - одна з найбільш потужних птахофабрик України, то ми на неї орієнтуємося в

довгостроковому періоді, однак починаємо з 48 млн. яєць/рік, що є найбільш реалістичним обсягом виробництва, так як птахофабрика лише починає свою роботу.

Таблиця 3.2 - План виробництва продукції на птахофермі ДП «Чайка» за 2021-2030 рр., прогнознi значення

№	Найменування	Рік									
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
1	Яйця (млн. шт.)	-	48	47,97	47,97	47,97	47,97	47,97	47,97	47,97	47,97
2	М'ясо птиці (тис. тон)	-	-	513,7	513,7	513,7	513,7	513,7	513,7	513,7	513,7

Джерело: складено автором

Для підтвердження можливості збуту даної продукції, продемонструємо основні канали збуту яєць та м'яса птиці створюваною птахофабрикою.

Птахофабрика ДП «Чайка» організовуватиме збут яєць та м'яса птиці через франчайзингову мережу, здійснюватиме прямі поставки до супермаркетів та мережі роздрібної торгівлі, закладів громадського харчування, а також через промислові підприємства та інші канали збуту. Підприємство, як і більшість великих товаровиробників, не продаватиме свою продукцію безпосередньо кінцевим споживачам (рис. 3.1).

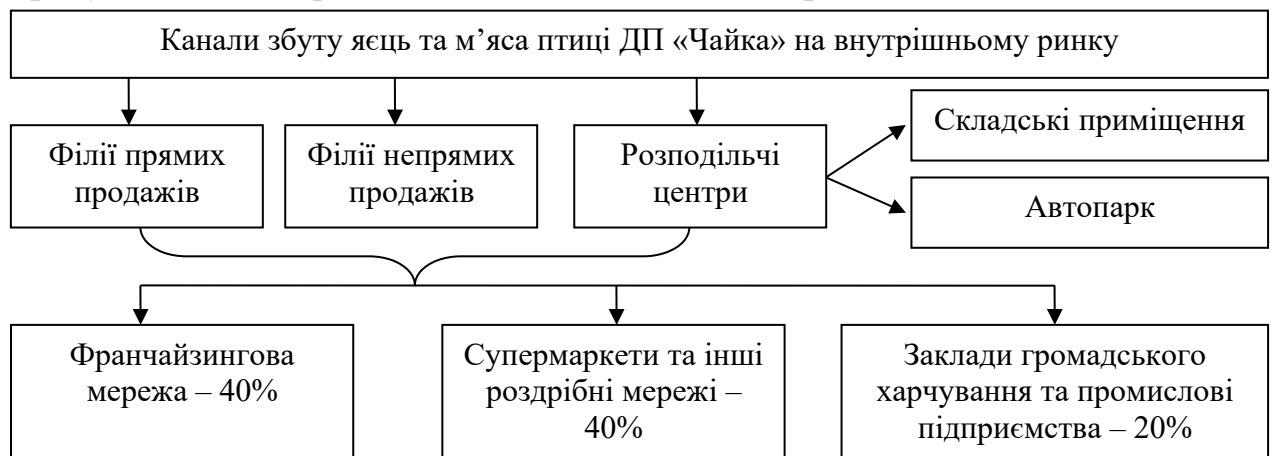


Рисунок 3.1 – Пропоновані канали збуту яєць та м'яса птиці ДП «Чайка» на внутрішньому ринку, плановий період

Джерело: складено автором

Власна дистриб'юторська мережа, через яку ДП «Чайка» продаватиме яйця та м'ясо курей, буде однією з конкурентних переваг компанії. Департамент маркетингу відповідатиме за загальне управління продажами. Підприємство матиме філії прямих і філії непрямих продажів у великих містах. Близько 40 % продукції буде реалізовуватися через франчайзингову мережу, ще 40 % - через супермаркети та інші точки роздрібних продажів, решта постачатиметься закладам громадського харчування, промисловим підприємствам. Усі клієнти компанії (включно з франчайзі) купуватимуть продукцію на основі договорів постачання, які укладатимуть зазвичай строком до одного року. Обсяг продукції узгоджуватиметься з кожним клієнтом щомісяця, але на його прохання можливе узгодження щотижня і навіть щодня.

ДП «Чайка» постачатиме продукцію багатьом провідним мережам супермаркетів, зокрема «Fozzy», «Metro Cash & Carry», «Auchan», «Billa», «Фуршет» і «Велика Кишеня». Через мережі супермаркетів здійснюється понад 25 % загального обсягу продажів курячого м'яса в Україні.

Розрахунок калькуляції собівартості одиниці продукції, яйця і м'яса птиці, проведений по основним витратам, згрупованим за економічними елементами і статтями витрат:

- матеріальні витрати (сировина і матеріали, тара і пакувальні матеріали, енерговитрати);
- витрати на оплату праці;
- соціальні відрахування;
- амортизація;
- накладні витрати (адміністративно-господарські витрати, витрати по реалізації, витрати по сплаті відсотків за кредитами банку і т.д.).

У відповідності з перспективним планом виробничої програми розроблений прогноз обсягів реалізації продукції по роках в межах періоду

реалізації проекту. Доходами від продажу зазначеної продукції є виручка від реалізації.

Збереження стабільної, високої якості продукції, що випускається дозволить розглядати можливість коригування цінової політики для збереження високої рентабельності товарів.

Таблиця 3.3 – Відпускні ціни продукції на птахофермі ДП «Чайка», 2021-2030 рр.

№	Найменування	Рік									
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
1	Яйця	-	22,6	22,60	22,60	22,60	23,40	24,00	24,60	25,40	25,40
2	М'ясо птиці	-	-	32,41	34,03	35,73	37,52	39,39	41,36	43,43	45,60

Джерело: складено автором

Як демонструє таблиця 3.3, по мірі збільшення впізнаваності компанії на ринку, ціна на продукцію буде зростати, проте непомітними темпами, з метою погашення інфляції та невеликого збільшення прибутку.

Таблиця 3.4 - План реалізації продукції на птахофермі ДП «Чайка», 2021-2030 рр., тис. грн.

№	Найменування	Рік									
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
1	Яйця	-	108480	108408	108408	108408	112245	115123	118001	121839	121839
2	М'ясо птиці	-	-	16649	17481	18355	19274	20235	21247	22310	23425
Разом		-	-	108480	125057	125889	126762	131519	135358	139248	144149

Джерело: складено автором

Величина доходу від реалізації продукції та як фінансовий результат величина прибутку. З огляду на затребуваність продукції на ринку, як товарів повсякденного попиту, протягом прогнозованого періоду різких сезонних коливань не спостерігається.

Таблиця складена з розбивкою на кожен рік за весь період реалізації проекту.

Таблиця 3.5 - Прогноз витрат і доходів на птахофермі ДП «Чайка» за 2021-2030 рр., прогнозні значення

Показники	Роки реалізації проекту				
	2021	2022	2023	2024	2025
Виручка від реалізації, тис. грн.		108480	125057	125889	126762
Виробничі витрати		44163	43197	44533	46098
Операційні витрати		15740	16029	16411	16914
Погашення% по кредиту банку		22400	15200	14024	11852
Прибуток до сплати податків		26177	50630,7	50920,9	51898,2
Податок від доходу (20%)		5105	9873	9930	10120
Чистий прибуток		21072,485	40757,7	40991,3	41778
Рівень рентабельності%		19%	33%	33%	33%
Виручка від реалізації, тис. грн.	131519	135358	139248	144149	145263
Виробничі витрати	47943	50368	53318	54945	58962
Операційні витрати	35175	17588	19789	18304	18651
Погашення% по кредиту банку	9681	7510	5338	3167	995
Прибуток до сплати податків	38720,1	59891,8	60802,9	67732,7	66655,4
Податок від доходу (20%)	7550	11679	11857	13208	12998
Чистий прибуток	31169,7	48212,9	48946,3	54524,8	53657,6
Рівень рентабельності%	24%	36%	35%	38%	37%

Джерело: складено автором

Основним завданням прогнозування руху грошових коштів, є підтримка ліквідності проекту, тобто можливість вчасно розрахуватися.

Джерелом окупності інвестицій є чистий дохід від реалізації курячого яйця і м'яса птиці (таблиця 3.6).

Таблиця 3.6 - Фінансово-економічні показники проекту створення птахоферми ДП «Чайка», плановий період

Фінансово-економічні показники проекту	Значення
Чистий приведений дохід NPV, тис. грн.	221 111
Коефіцієнт внутрішньої норми прибутковості, IRR	1,38
Індекс рентабельності інвестицій, PI%	238,2%
Простий термін окупності інвестицій, PP, років	2,43
Дисконтований термін окупності, DPP, років	4,19

Джерело: складено автором

Таким чином, представлений проект, є соціально значущим, має високий рівень прибутковості і здатний в найкоротші терміни розвиватися за рахунок власних коштів. Розрахунок за проектом проведений на 10 років. Ставка дисконтування, розрахована за середньозваженою вартістю капіталу (WACC) і становить 13%

3.2 Економіко-технічне обґрунтування розширення масштабів діяльності шляхом впровадження проекту птахоферми

В Державному Підприємстві «Чайка» планується створення нової інноваційної птахоферми. Переваги створюваного підприємства безсумнівні:

- оснащені сучасним, високо механізованим обладнанням за рівнем продуктивності праці цілком порівнянні з іншими виробниками;
- стовідсоткова забезпеченість збуту продукції;
- продукція птахофабрики, практично не має сезонних коливань попиту;
- значна економія виробничих площ;
- невелика потреба в персоналі;
- швидка окупність проекту;

- створення 37 робочих місць.

Реалізація даного проекту передбачає залучення фінансових ресурсів для створення птахоферми по виробництву курячого яйця.

Відповідно до даної мети в роботі були поставлені і вирішені наступні завдання:

- вибір технології виробництва;
- вибір місця розташування підприємства.

Основною метою даного проекту є створення птахоферми по виробництву курячого яйця і м'яса птиці.

Основні завдання проекту:

- будівництво виробничої будівлі та інфраструктури;
- закуп обладнання для птахоферми;
- збільшення обсягів виробництва продукції, що випускається;
- визначення частки ринку і її збільшення.

Місцем реалізації проекту передбачається м. Ірпінь.

Загальна вартість проекту по створенню птахоферми по виробництву курячого яйця 160 000 тис. грн., передбачається фінансування двома траншами, перший транш на розробку ПКД, будівництво виробничої будівлі (пташники), адміністративного приміщення, складів для готової продукції, другий транш для придбання обладнання, машин , тракторів і т.д

Таблиця 3.7 - Інвестиційний план створення птахоферми ДП «Чайка», плановий період

Структура інвестиційних вкладень	Сума, тис. грн.
Власні кошти: земельну ділянку	0
Позикові кошти:	160 000
Розробка ПКД	27 000
Будівництво	100 000
Придбання обладнання і машин	16 500
Купівля курей-несучок та молодняку	16 500

Джерело: складено автором

Що стосується позикових коштів, планується залучення кредитних ресурсів

Таблиця 3.8 - Умови кредитування проекту в Приватбанку, плановий період

Валюта кредиту	Гривня
Ставка винагороди, в рік (%)	14
Термін погашення, років	10
Виплата відсотків і основного боргу	Щомісячно
Пільговий період погашення відсотків, міс.	1
Пільговий період погашення основного боргу, міс.	3
Власна участь	наявність земельної ділянки
Тип погашення основного боргу	рівними частками

Джерело: складено автором на основі [41.]

Джерелом погашення кредиту будуть доходи від реалізації яйця і м'яса птиці. В якості забезпечення позики і власної участі в проекті будуть запропоновані основні засоби.

Умовно всіх споживачів продукції птахівництва можна розділити на дві групи.

До першої групи належать:

- кінцеві споживачі (ті, хто купує продукцію птахівництва з метою подальшого безпосереднього вживання);
- проміжні споживачі (ті, хто купує продукцію птахівництва з метою подальшої переробки або продажу).

До другої групи належать:

- ринки, магазини, супермаркети, кафе, ресторани, столові,
- переробні підприємства, а також, у випадку з пташенятами, посередники, які купують пташенят на птахофабриці і реалізують їх домашнім господарствам.

Ринки та магазини складають найбільшу частку ринку збуту продукції птахівництва, так як тут оптом і в роздріб здійснює закуп основна частина кінцевих споживачів.

SWOT-аналіз дозволяє нам визначити причини ефективної або неефективної роботи підприємства на ринку, це стислий аналіз маркетингової інформації, на підставі якого можна зробити висновок про те, в якому напрямку створювана птахоферма повинна розвивати свою господарську діяльність і в кінцевому підсумку визначити отримані ресурси за сегментами.

Результатом аналізу є розробка маркетингової стратегії. Для стратегічної перспективи, створеної в ході реалізації проекту, особливо значимі сильні сторони, так як вони є основою стратегії для досягнення конкурентних переваг. У той же час гарна стратегія вимагає аналізу слабких сторін, для розробки заходів щодо їх зміцнення або усунення.

При аналізі ситуації ринку і потенціалу створюваного підприємства були визначені наступні сильні і слабкі сторони проекту.

Таблиця 3.9 – SWOT-аналіз проекту створення птахоферми ДП «Чайка»

Сильні сторони	Можливості
- висока якість продукції; - основна маса товару продається в безпосередній близькості від виробництва; - мобільність підприємства, можливість швидкого реагування на зміну попиту споживачів; - оснащення сучасним, високоомеханізованим обладнанням; - ефективність ціноутворення; - наявність кваліфікованих кадрів.	- вигідне розташування; - вільний ринковий сегмент; - швидка окупність проекту

Продовження таблиці 3.9

Слабкі сторони	Загрози
- нова птахоферма вимагає залучення пильної уваги покупців.	- висока чутливість споживачів до цін; - сильна конкуренція на ринку з ввезеним товаром; - форс мажор; - можливе збільшення тарифів на енергоносії.

Джерело: складено автором

Загальну стратегію маркетингу створюваного підприємства можна сформулювати як впровадження на ринок з метою задоволення потреб покупців продукції птахівництва в безпосередній близькості від місць їх проживання.

Маркетингова стратегія на даному етапі полягає в довгостроковому узгодженні можливостей виробництва, з ситуацією на ринку.

В основі стратегії маркетингу лежать п'ять стратегічних концепцій:

- вибір цільових ринків;
- сегментація ринку, тобто виділення конкурентних цільових ринків в рамках сукупного;
- вибір методів виходу на них;
- вибір методів і засобів маркетингу;
- визначення часу виходу на ринок.

Інструментами реалізації маркетингових заходів виступають:

- вдосконалення організаційної структури підприємства;
- розробка і введення на ринок нового товару;
- вивчення ринків з метою формування попиту і стимулювання збуту;
- збільшення і навчання персоналу;
- активна участь у виставках і ярмарках;
- створення сервісу і підвищення ефективності виробництва;

- рекламні заходи;
- управління цінами.

В ході аналізу маркетингових досліджень кон'юнктури ринку, була визначена ступінь його збалансованості, насамперед попиту і пропозицій, звичок та побажання споживачів за якістю, товарним виглядом і ціною пропонованого товару.

Особливістю попиту на дану продукцію є його еластичність, тобто при підвищенні цін на продукцію обсяги випуску і продажів практично не знижуються.

При формуванні цінової політики, підприємство враховує всі основні фактори, що впливають на ціну свого товару. Вихідним чинником ціни є власні витрати плюс прибуток, враховуючи при цьому поточне співвідношення попиту, пропозиції та темпи інфляції.

Крім того, при визначенні ціни враховуються ціни конкурентів на аналогічну продукцію, беручи до уваги і те, що в основному споживач розглядає ціну як показник якості.

Головне завдання, що стоїть перед підприємством - розширення ринку збуту продукції і зміцнення завойованих позицій за допомогою високої якості і недорогої ціни.

З метою проходження стратегії розвитку підприємства тактичний план необхідних заходів виглядає наступним чином:

- використання внутрішніх потенційних можливостей для підвищення якості продукції;
- у сьогоdnішніх економічних умовах збереження відпускних цін на продукцію при стабільній рентабельності;
- формування купівельних переваг у бік продукції підприємства;
- розширення клієнтурної бази в межах міста та регіону;
- забезпечення підтримки торговим представникам з боку підприємства;

- організація чіткого зворотного зв'язку з клієнтами;
- просування продукції підприємства всіма доступними рекламними засобами;
- забезпечення динаміки розвитку конкурентних переваг - ціни, якості, стабільності на ринку.

Одним з найважливіших факторів успішної реалізації проекту, вважається формування згуртованої і досвідченої команди професіоналів, яка забезпечить вирішення намічених завдань, по здійсненню планів організації і стабільного розвитку, створюваного підприємства.

Тому, для формування кадрового складу підприємства, будуть залучатися висококваліфіковані фахівці, які мають вищу і спеціальну освіту, досвід роботи, володіють високим виробничим і інтелектуальним потенціалом, здатні забезпечити високий рівень організації та господарської діяльності підприємства.

Організаційна структура підприємства приведена на рис. 3.2.

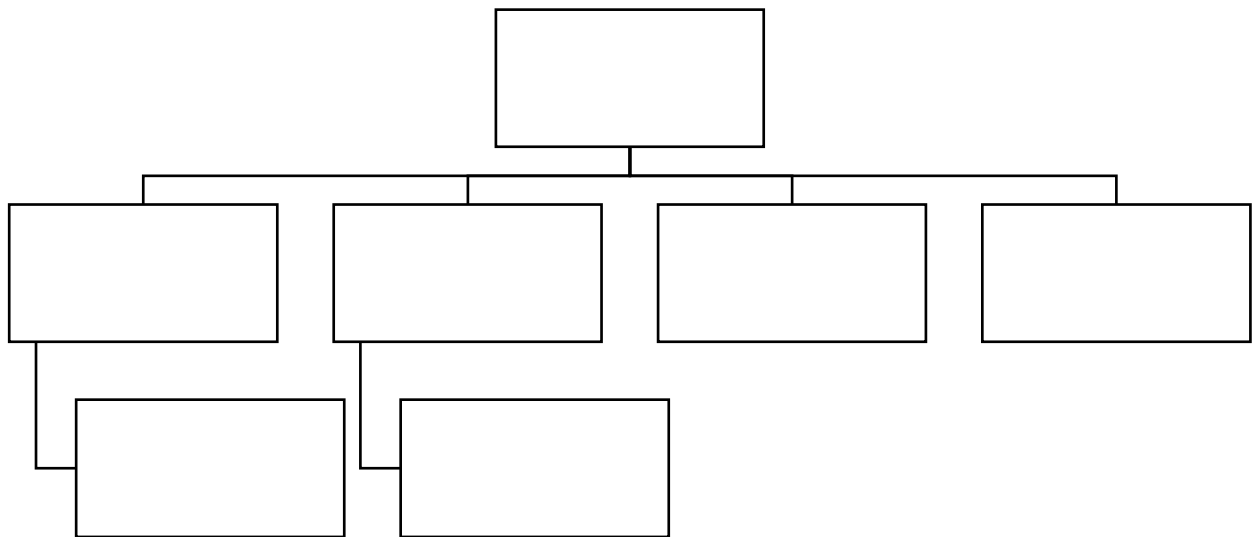


Рисунок 3.2 – Організаційна структура птахоферми ДП «Чайка», плановий період

Джерело: складено автором

У відповідність до штатного розкладу кількість працівників підприємства складе 37 осіб, в тому числі:

Апарат управління становить - 1

Бухгалтерія – 3

Служба охорони - 7

Виробничо-технічна служба - 4

Основне виробництво - 15

Обслуговуючий персонал – 7

Отже, дана організація птахоферми є рентабельною та доволі швидкоокупною. Тому доцільно перейти до аналізу ризиків даного проекту.

3.3. Аналіз ризиків реалізації проекту та шляхи їх зменшення

По структурній ознаці комерційні ризики поділяються на:

- майновий;
- виробничий;
- маркетинговий;
- діловий;
- галузевий

Майнові ризики - це ризики, пов'язані з імовірністю втрат майна підприємця через крадіжки, диверсії, недбалість, перенапруги технічної і технологічної систем і т.п. Даний ризик на ДП «Чайка» може з'явитися за рахунок персоналу – зазвичай крадіжки та диверсії створюються або безпосередньо робітниками підприємства, або за їх участі. Крім того, недбалість та перенапруги систем також виникають внаслідок непрофесійності або лінощів персоналу. Таким чином, саме персонал впливає на величину даного ризику.

Величина ризику, визначена експертним шляхом, 3%. Тобто, можливість пошкодження майна внаслідок перелічених вище причин, складає 3%. Такий низький рівень обумовлений якісним підходом до питання підбору персоналу та внутрішньою системою безпеки підприємства.

Заходи щодо зниження ризиків:

- Укладання договорів зі страховими компаніями зі страхування ризику втрати майна
- Прогнозування циклічних коливань кон'юнктури ринку, їх облік в виробничих планах.
- Ухвалення інших антикризових заходів на рівні підприємства: підвищення рівня ліквідності за рахунок прискореної реалізації готової продукції, скорочення товарних запасів, закупа матеріалів, запасних частин і т.п.
- Контроль забезпечення підприємства відповідним протипожежним обладнанням і охоронною системою.

Виробничі ризики - ризики, пов'язані з імовірністю (можливістю) невиконання підприємством своїх зобов'язань за контрактом або договором із замовником, ризики реалізації товарів і послуг, помилки в ціновій політиці, ризик банкрутства. Величина ризику 5,0%. Це стандартна величина ризику для подібних ризиків. Дана величина викликана можливістю кризи на ринку, як наприклад ситуація з Covid-19, яка має безпосередній вплив на роботу каналів збуту, які тимчасово не працюють з 22:00 до 07:00, внаслідок чого відсоток продажів зменшується.

Заходи щодо зниження ризиків:

- Постійний контроль ситуації за обсягами поставок і якості сировини.
- Ретельніше прогнозування цін в короткострокових і середньострокових планах.
- Укладення довгострокових контрактів «під умовною вимогою».

- Дотримання графіків ППР, що дозволить запобігти аварійним і незапланованим зупинкам виробництва.
- Висока якість продукції, суворий контроль екологічної чистоти всіх її компонентів, систематичне вивчення споживчого попиту, висока організація виробництва і технологічного процесу, дозволить підприємству виконати зобов'язання перед покупцями.

Маркетингові ризики пов'язані з можливістю отримання збитку через зниження конкурентоспроможності продукції фірми в цілому, погіршення цінової і асортиментної політики і т.д. Величина ризиків 5,5%. Великий відсоток даного ризику обумовлений також можливістю збільшення кількості конкурентів на ринку. Ринок м'яса птиці та яєць України не можна назвати насиченим, хоча й кількість потенційних клієнтів не зростає, однак обсяги продажів щороку збільшуються, внаслідок чого з'являється можливість виникнення нових компаній.

Заходи щодо зниження ризиків:

- Виявлення причин ризику за допомогою детального аналізу допущених помилок в маркетинговій діяльності і оперативне прийняття управлінських рішень за результатами аналізу.
- Створення комплексу маркетингових заходів з оцінки можливого ризику і проведення комерційної, фінансово-кредитної, виробничої, торгівельно-збутової та організаційної діяльності, спрямованої на зниження рівня ризику або на його страхування.
- Постійне поліпшення якості, вдосконалення рецептурних рішень, застосування прогресивних технологій.
- Посилення рекламної кампанії.
- Прогнозування можливої реакції конкурентів на ділову активність підприємства.

- Оцінка положення на ринку продукції, що випускається, дослідження факторів її конкурентоспроможності, вивчення тенденцій розвитку товарної структури ринків і вироблення основних напрямків товарної стратегії.

- Інші маркетингові заходи, що забезпечують зниження ступеня ризику, збільшення ринків збуту.

Діловий ризик визначається такими факторами, як організаційно-технічний потенціал підприємства, ефективність виробничої та інноваційної діяльності, стійкість фінансового становища, ефективність системи управління, складність продукції, що випускається і ін. Величина ризику 1,5%. Даний ризик дуже малий, тому що він напряду залежить від керівництва компанії, тому причини для занепокоєння відсутні.

Заходи щодо зниження ризиків:

- Ретельна аналітична робота при визначенні пріоритетних напрямків діяльності підприємства.

- Більш глибока попередня оцінка рентабельності реалізації продуктів, що виробляються.

- Проведення оперативних заходів та внесення змін до планів виробництва і реалізації продукції.

- Обмеження доступу в лабораторію і експериментальні ділянки.

- Ретельний підбір фахівців вищої та середньої ланки, стимулювання їх діяльності.

- Удосконалення процесу управління, організація контролю.

Галузевий ризик, пов'язаний зі специфікою окремих галузей. Розвиток негативних подій в окремій галузі. Величина ризику 1,0%. Даний відсоток спричинений позитивною тенденцією на ринку – збільшення обсягів продажу, збільшення кількості компаній.

Заходи щодо зниження ризиків:

- Розробка напрямків діяльності в умовах кризи або істотних економічних змін.

– Поєднання діяльності в своїй галузі з діяльністю в суміжній і більш стійкій галузі. Наприклад, в області продажів лікарських препаратів або будівельних матеріалів.

– Саме виробництво і реалізація продуктів харчування повсякденного попиту, є найстійкішою галуззю до змін зовнішньоекономічних умов.

Для оцінки ризиків прийнята наступна градація:

- низький (1-3%)
- середній (4-6%)
- високий (7% і більше).

На основі попереднього аналізу продемонструємо таблицю ризиків відкриття птахоферми ДП «Чайка».

Таблиця 3.10 – Оцінка ризиків відкриття птахоферми ДП «Чайка», плановий період

№	Ризики	Величина ризиків	Оцінка ризиків
1	Майнові	3%	низькі
2	Виробничі	5%	середні
3	Маркетингові	5,5%	середні
4	Ділові	1,5%	низькі
5	Галузеві	1,0%	низькі

Джерело: складено автором

У відповідність понад наведеним визначенням, максимальний розмір ризиків при реалізації пропонованого проекту становить 16,0%. Така величина ризиків не надає драматичного впливу на зміну фінансової стійкості підприємства.

Обґрунтуванням проекту з точки зору соціальних і демографічних характеристик населення є те, що в раціоні харчування, хлібобулочні та кондитерські вироби займають особливе місце. Вони є продуктами

повсякденного вжитку і служать основними джерелами білка, вуглеводів, мікроелементів і вітамінів, без вживання яких нормальна життєдіяльність неможлива.

ВИСНОВКИ

Під час написання магістерської дипломної роботи нами були зроблені наступні висновки та пропозиції:

1. Масштабна диференціація підприємств відповідно до запропонованого критерію дозволяє більш адекватно і своєчасно застосовувати різні управлінські інструменти і методи, ефективніше приймати управлінські рішення на різних етапах розвитку організації, що, в свою чергу, надає можливості для вибору оптимальних розмірів організацій як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

2. Стратегія підприємства є програмою, що включає цілі, які необхідно досягти. Розроблювана стратегія повинна приводити до технологічного та економічного розвитку підприємства, орієнтувати на досягнення стратегічних цілей і вирішення стратегічних завдань, покращувати корпоративну культуру. Стратегія підприємства повинна бути гнучкою і змінюватися разом з умовами, що змінюються навколо підприємства.

3. Стратегія повинна виявити конкурентні переваги підприємства в процесі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища, вміння та знання співробітників. При плануванні стратегії необхідна концентрація всіх творчих працівників підприємства, а відповідальність за результат повинен нести керівник підприємства або структурного підрозділу. Розглянуті погляди і точки зору на поняття «стратегія» об'єднує спільна ідея про те, що метою будь-якої стратегії є поліпшення господарської діяльності, зміна позицій підприємства на певному сегменті ринку (розширення каналів збуту, завоювання нового ринку), ефективність і прибутковість реалізованих заходів.

4. Нестабільність і невизначеність економічного середовища, жорстка конкуренція, наслідки криз, застарілі техніка і технології, неякісні управлінські рішення, характерні для України в умовах трансформації

економічних відносин, призводять до зниження ефективності функціонування окремих підприємств і галузей і загрожують економічній і продовольчій безпеці країни. У зв'язку з цим велике значення для економіки України мають розробка і використання сучасних, адаптованих до ринкових умов, підходів до функціонування економіки, складовою частиною якої є агропромисловий комплекс (АПК), кожна з галузей якого є виробником продукції і в той же час постачальником і споживачем продукції інших підгалузей.

5. Поглиблення інтеграційної взаємодії і створення різноманітних інтегрованих структур є взаємовигідним для суб'єктів господарювання різних сфер агропромислового комплексу через зниження рівня невизначеності в постачанні і збуті, формування стабільної сировинної зони, налагодження взаємовигідних економічних відносин між виробниками сировини та переробними галузями, концентрації виробничих потужностей, відновлення зв'язків з наукою і спрощення дифузії нововведень, обмеження конкуренції та збільшення вхідних бар'єрів в галузі, виникнення ефекту масштабу.

6. Підприємство, на основі якого ми проводимо дослідження, - ДП «Чайка». Основною метою діяльності ДП «Чайка» є організація виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції, її переробка, реалізація сільськогосподарської сировини, готової продукції юридичним та фізичним особам; удосконалення існуючого виробництва, створення нових виробництв з метою отримання прибутків, підвищення рівня господарювання та виконання замовлень Органу управління майном щодо забезпечення сільськогосподарською продукцією офіційних заходів за участю вищих посадових осіб держави.

7. ДП «Чайка» має гарні показники фінансової стійкості та ділової активності, низькі показники ліквідності та погані значення рентабельності та ймовірності банкрутства. Дана ситуація викликає занепокоєння і потребує негайного вирішення. Тому ми пропонуємо розглянути можливість розширення масштабів діяльності підприємства.

8. Ринок курячих яєць є однією з основ стабільного розвитку східноєвропейської економіки. Це пов'язано в першу чергу з тим, що яйця як харчовий продукт є одним з найважливіших продуктів, доступним, поживним та необхідним. Крім того, особливе розташування країн Східної Європи, особливо України, їх кліматичні особливості є сприятливими для розвитку галузі. Сучасний стан економіки України та країн Східної Європи вимагає подальшого ретельного вивчення підвищення ефективності діяльності підприємства. Сюди входять вимоги щодо вдосконалення та контролю якості продукції, впровадження сучасних систем управління безпекою продукції, інтенсифікація виробництва при економії ресурсів, зменшення споживання енергії та загальне зниження витрат. Слід розуміти, що всі вимоги повинні забезпечуватися в умовах невизначеної цінової політики та нестабільності в економіці. Тому стабільність і навіть виживання бізнесу залежить від збалансованого рішення щодо мінімізації витрат, поліпшення якості продукції до норм та стандартів ЄС, підвищення прибутковості.

9. Існує потреба у подальшому формуванні та розвитку регіонального птахівницько-генетичного комплексу, адаптованого до умов та темпів сучасного інноваційного розвитку птахівництва. Організація ефективного механізму оновлення видового складу птахів повинна включати організаційні, правові, фінансові та регулюючі інститути репродуктивного підкомплексу. Кліткове обладнання, що використовується на більшості птахофабрик в Україні, може застаріти в контексті асоційованого членства з країнами ЄС, більшість з яких нещодавно запровадили утримання птиці не в клітках, а на підлозі. Це конкретні вимоги до якості готової продукції (яєць). Підлоги вимагають значно більших площ для пташників, іншого обладнання, знань та практичних навичок персоналу. Зміна обладнання розглядається як перспектива майбутнього.

10. Таким чином, основними напрямками вдосконалення виробництва з метою підвищення ефективності птахівництва визначаються: вдосконалення

біотехнологічних процесів, забезпечення комплексу заходів щодо вдосконалення птиці, відповідність щільності виселення птахів у пташнику, правильне харчування науково обґрунтованим нормам споживання поживних речовин та елементів; дотримання основних параметрів мікроклімату, вентиляція, освітлення в приміщенні, своєчасна дезінфекція, профілактика захворювань; поліпшення зберігання продуктів птахівництва під час руху сировини та продуктів від птахокомплексу до споживача; використання побічних продуктів птиці для отримання цінних добрив для худоби; забезпечення максимального збереження харчової цінності та якості, дотримання умов зберігання та строків її реалізації; удосконалення методологічних основ державного нагляду за якістю та безпекою харчових продуктів та сировини; створення сучасної інструментальної аналітичної бази та контролю якості та безпеки харчової сировини та харчових продуктів; допомога державного та місцевого самоврядування щодо підтримки інновацій у сільському господарстві та птахівництві, зокрема, що вимагає потоків інвестицій на державному рівні.

11. На ДП «Чайка» планується створення нової інноваційної птахоферми. Переваги створюваного підприємства безсумнівні: оснащені сучасним, високо механізованим обладнанням за рівнем продуктивності праці цілком порівнянні з іншими виробниками; стовідсоткова забезпеченість збуту продукції; продукція птахофабрики, практично не має сезонних коливань попиту; значна економія виробничих площ; невелика потреба в персоналі; швидка окупність проекту; створення 37 робочих місць. Загальна вартість проекту по створенню птахоферми по виробництву курячого яйця 160 000 тис. грн., передбачається фінансування двома траншами, перший транш на розробку ПКД, будівництво виробничої будівлі (пташники), адміністративного приміщення, складів для готової продукції, другий транш для придбання обладнання, машин, тракторів і т.д

12. Джерелом погашення кредиту будуть доходи від реалізації яйця і м'яса птиці. В якості забезпечення позики і власної участі в проекті будуть запропоновані основні засоби. Одним з найважливіших факторів успішної реалізації проекту, вважається формування згуртованої і досвідченої команди професіоналів, яка забезпечить вирішення намічених завдань, по здійсненню планів організації і стабільного розвитку, створюваного підприємства.

13. Обґрунтуванням проекту з точки зору соціальних і демографічних характеристик населення є те, що в раціоні харчування, хлібобулочні та кондитерські вироби займають особливе місце. Вони є продуктами повсякденного вжитку і служать основними джерелами білка, вуглеводів, мікроелементів і вітамінів, без вживання яких нормальна життєдіяльність неможлива.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Аграрний 2019-й: птиця утримує лідерство на ринку м'яса [Електронний ресурс] // Аграрне інформаційне агентство Agravery. – Режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrarnij-2019-j-ptica-utrimue-liderstvo-na-rinku-masa>
2. Вергилес Э.В. Стратегическое управление организацией /Э.В. Вергилес. — М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2013. — 26 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент. — 3-е изд., перераб. и доп. / В.Р. Веснин. — М.: ТК Велби, Проспект, 2014. — 312 с.
4. Виханский О.С. Менеджмент. - 5-е изд. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: Экономистъ, 2014. — 225 с.
5. Герчигова И.Н. Менеджмент. - 4-е изд., перераб. и доп. / И.Н. Герчигова. - М.: Юнити-Дана, 2013. — 104 с.
6. Глухов В.В. Менеджмент: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2008.
7. Дем'яненко С. І. Аграрний менеджмент в системі агробізнесу / С. І. Дем'яненко // Економіка АПК. - 2018. - № 12. - С. 42-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2018_12_8.
8. Демченко Д.А., Ланский В.Б., Третьяков С.А. Распределенная управляющая сетевая платформа для построения систем автоматизации зданий // Автоматизация в промышленности. 2006. № 10.
9. Державне підприємство «Чайка» / Державне управління справами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dus.gov.ua/content/державне-підприємство-“чайка”>
10. ДП «Чайка» // YouControl [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/31245250/
11. Дункан Джек У. Основні ідеї в менеджменті. Уроки основоположників менеджменту і управлінської практики / пер. з англ. М .: Справа, 1996..

12. Дягель О.Ю. Диагностика вероятности банкротства организаций: сущность, задачи и сравнительная характеристика методов. Часть 2 [Электронный ресурс] / О.Ю. Дягель, К.О. Энгельгардт // Финансовый анализ: портал журнала URL. – Режим доступа: <http://1fin.ru/?id=201>
13. Економіка аграрних підприємств. Андрійчук В. Г. Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
14. Клебанова Т. С. Моделі функціонування та розвитку підприємств агропромислового комплексу. — Харків: ФОП ЛібуркінаЛ., 2010.— 232 с.
15. Климаш Н. І. Економічна природа позикового капіталу та ефективність його використання на вітчизняних підприємствах / Н. І. Климаш // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - № 12. - С. 150-155.
16. Коваленко К.С. Диверсифікація як ефективний метод виходу на міжнародний ринок / Коваленко К.С. // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції [Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури] (Львів, 19-21 травня 2011 р.) – Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С.456.
17. Ковальов А. В. Стратегія диверсифікації промислового підприємства [Текст]: монографія / А. В. Ковальов; Держ. вищ. навч. закл. "Приазов. держ. техн. ун-т". - Маріуполь: [б. в.], 2012. - 212 с.
18. Колесник І.І. Економічна та енергетична ефективності вирощування баштанних рослин на Дніпропетровській ДС ІОБ НААН / І.І. Колесник // 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Oib_2013_59_17.pdf
19. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація [Текст]: автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук /

- М. Д. Корінько // Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. - Київ, 2008. - 36 с.
20. Котлер Ф. Основи маркетингу. Короткий курс - 5-е європ .вид. / Ф.Котлер, Г. Армстронг. - М .: Вид-во Вільямс, 2012. - 199 с.
 21. Кравцов А. Технологія вирощування кавунів в Полтавській області / А. Кравцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/08.pdf>
 22. Кукарцева А.В. Особенности диверсификации в АПК / А. В. Кукарцева // Вестник Алтайского государственного аграрного университета № 7 (69), 2010. - С.101-104.
 23. Лисичкін В.А. Стратегічний менеджмент. Навчально-методичний комплекс В.А.. Лисичкін. - М .: ЕАОІ, 2012. - 44 с.
 24. Литвиненко Т.М. Диверсифікація ділової активності в умовах макроекономічних викликів / Т. М. Литвиненко // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць - К. : Київський університет, 2010. - Вип. 23. - С. 61-68.
 25. Мазуренок О.Р. Особливості диверсифікації машинобудівних підприємств [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / О.Р.Мазуренок // Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. — Тернопіль, 2013. — 28 с.
 26. Мазуренок О.Р. Упровадження автоматизованих систем оптимізації продукції машинобудівних підприємств як один із напрямів диверсифікації діяльності підприємств / О. Р. Мазуренок // Економічний вісник Донбасу. - 2012. - № 2. - С. 118-124.
 27. Малі та середні підприємства. Управління та організація / під ред. Й.Х. Піхлера, Х.Й. Пляйцнера, К. -Х. Шмідта; пер. з нім. М .: Міжнар. відносини, 2002. Мильнер Б.З.

28. Мескон М. Основи менеджменту / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі. - М.: Вільямс, 2013. - 204 с.
29. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / пер. с англ., под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2002.
30. Міньковська М.В. Управління диверсифікаційними процесами на підприємствах України [Текст]: автореферат дисертації на здобуття ступеня кандидата економічних наук / М.В.Міньковська // Національна академія наук України, Інститут економіки промисловості. - Донецьк, 2004. - 20с.
31. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві. Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2002. — 280 с
32. Новиков НЛ. Некоторые аспекты количественной оценки уровня горизонтальной диверсификации / Н.И. Новиков, В.М. Белаусова // Вестник Кемеровского государственного университета. - 2010. - №1 (41).- С. 77-81.
33. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>.
34. Панюк Т. П. Диверсифікація як основа структурної модернізації економічної діяльності аграрних підприємств / Т. П. Панюк, О. І. Лукомська // Економічний форум. - 2016. - № 1. - С. 189-197. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2016_1_29.
35. Панюк Т. П. Роль соціальної відповідальності бізнесу в діяльності молокопереробних підприємств. / Т. П. Панюк // Проблеми і перспективи економіки та управління : науковий журнал / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – № 2 (2). – 118 – 122.
36. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / Керівник авторського колективу і науковий редактор – А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, - 2017.

37. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент [Текст] : підручник / А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2008. – 536 с.
38. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент. Навч. посібник / Н.Ю. Подольчак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 400с.
39. Попова Г.В. Маркетинг. Краткий курс / Г.В. Попова. - СПб.: Питер, 2012 — 50 с.
40. Попова С.М. Диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / С.М. Попова // Харківський національний економічний університет. - Харків, 2004. - с.20.
41. Приватбанк – офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/ru>
42. Птахофабрика у Репужинцях дає до 200 тисяч яєць на день [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://molbuk.ua/vnomer/ekonimc/21626-ptakhofabrika-u-repuzhincjakh-daye-do-200-tisjach.html>
43. Радука Н. В. Діагностика диверсифікаційних процесів на підприємстві / Н. В. Радука, Л. А. Петренко // Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана", Український Союз промисловців і підприємців, Ін-т світової екон. і міжнар. відносин НАНУ; голов. ред. А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2011. – № 29. – С. 214-221.
44. Рыночная интеграция в агропродовольственном секторе: тенденции, проблемы, государственное регулирование. — М: ВИАПИ им. А. А. Никонова: Энциклопедия российских деревень, 2010. —497 с.
45. Рябкіна К.Г. Ефективність управління капіталом підприємства [Дисертація]. / К.Г. Рябкіна // Кривий ріг. – 2015. – 248 с.
46. Светник Т.В. Менеджмент на малом и среднем предприятии. Иркутск: Изд-во БГУЭП,

47. Семенов Г.А. Диверсифікація як фактор стабілізації стійкого розвитку діяльності підприємства / Г. А. Семенов, Ю. Р. Кременчутська // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2012. – № 3. – С. 215–220.
48. Сільське господарство України 2017 – Київ: Державна служба статистики України, 2018. – 245 с.
49. Статут Державного підприємства «Чайка» (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dus.gov.ua/sites/default/files/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%82%202019.pdf>
50. Теория организации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2006.
51. ТОВ «Авіс-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://avis-ukraine.com.ua/predpriyatie.html>
52. Українці скоротили споживання молока, м'яса та яєць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agroreview.com/content/ukrayinci-skorotyly-spozhyvannya-moloka-myasa-ta-yayec>
53. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. — М.: Издательство «Питер», 2013. — 204 с.
54. Яйця в Україні можуть стати «золотими» за ціною [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rivnenews.com.ua/2020/04/04/iaitsia-v-ukraini-mozhut-staty-zolotymy-za-tsinoiu/>
55. Afanasyev, M. V., Ploha, O. B. (2007). *Ekonomika pidpryyemstva. Business Economics*, Kharkiv: 320.
56. FAO: World market of poultry. Retrieved from: <http://www.fao.org>
57. Karpenko, S. N. (2015). State of the industry and prospects of development of poultry in Ukraine. Report on the XI International Conference "Poultry – 2015". *Truskavets. Foods and facts*, 10(62), 6–7.
58. Kolos, N. (2014). From abilities – on request. *Nashe ptakhivnytstvo*, 3(33), 6–9.

59. Kolos, N. (2014). Under the sign of modernization. *Nashe ptakhivnytstvo*, 2(32), 6–8.
60. News: chicken. Retrieved from:
<http://www.ukrinform.ua/ukr/news/tags/kuryatina?page=1>
61. ScaLAPACK — Scalable Linear Algebra PACKage Retrieved from:
<http://www.netlib.org/scalapack/>
62. Ukraine increased the import of poultry meat. Retrieved from:
<http://www.ukragroconsult.com/news/ukrainauvelichila-import-myasa-птиці>
63. Zbarskiy, V. K., Babiyyenko, M. F., Kulayets, M. M., Syniavska, I. M., Khomenko, M. P. (2013). *Ekonomika silskoho hospodarstva: Navch. posib.* Economy of Agriculture: Training Guidances.

ДОДАТКИ

Додаток А

Баланс ДП «Чайка» за 2014-2019 рр., тис. грн.

Актив	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи:	31798	31777	31797	31768	31740	31711
первісна вартість	31798	31798	31838	31838	31838	31838
накопичена амортизація	-	21	41	70	98	127
Незавершені капітальні інвестиції	7112	7437	12176	7819	7112	7112
Основні засоби:	78486	80019	88270	109358	112871	125656
первісна вартість	147042	153155	164721	192387	201199	220506
знос	68556	73136	76451	83029	88328	94850
Інвестиційна нерухомість:	-	-	-	-	-	-
первісна вартість	-	-	-	-	-	-
знос	-	-	-	-	-	-
Довгострокові біологічні активи:	5155	4948	5476	7514	9693	10015
первісна вартість	7645	7601	8194	10288	12525	10015
накопичена амортизація	2490	2653	2718	2774	2832	-
Довгострокові фінансові інвестиції:	-	-	-	-	-	-
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	-	-	-	-	-	-
інші фінансові інвестиції	-	-	-	-	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	-	-	-	-	-	-
Відстрочені податкові активи	111	285	1088	1617	2039	2573
Гудвіл	-	-	-	-	-	-
Відстрочені аквізиційні витрати	-	-	-	-	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	-	-	-	-	-	-
Інші необоротні активи	-	-	-	-	-	-
Усього за розділом I	122662	124466	138807	158076	163455	177067
II. Оборотні активи						
Запаси	17752	27645	42536	51069	59015	55458
Виробничі запаси	2864	3348	5692	5227	7981	4812
Незавершене виробництво	4502	7919	11430	13590	20183	25386
Готова продукція	10374	16365	25409	32248	30850	25620
Товари	9	13	5	4	1	-
Поточні біологічні активи	4296	4227	9807	13962	15468	14370
Депозити перестрахування	-	-	-	-	-	-
Векселі одержані	-	-	-	-	-	-

Продовження Додатку А

Актив	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1080	1875	2611	1922	2205	1534
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	-	-	-	-	-	-
за виданими авансами	-	-	-	-	-	-
з бюджетом	226	8968	2509	25	5	5
у тому числі з податку на прибуток	-	-	-	-	-	-
з нарахованих доходів	296	296	296	296	296	-
із внутрішніх розрахунків	-	-	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	746	8231	11988	2494	2659	2120
Поточні фінансові інвестиції	-	-	-	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	726	2145	1192	350	1730	1123
Готівка	21	29	45	37	62	109
Рахунки в банках	705	2116	1147	313	1625	913
Витрати майбутніх періодів	23	-	-	-	-	-
Частка перестраховика у страхових резервах	-	-	-	-	-	-
у тому числі в:	-	-	-	-	-	-
резервах довгострокових зобов'язань	-	-	-	-	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	-	-	-	-	-	-
резервах незароблених премій	-	-	-	-	-	-
інших страхових резервах	-	-	-	-	-	-
Інші оборотні активи	211	36	2288	2887	3507	487
Усього за розділом II	25356	53423	73227	73005	84885	75097
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	-	-	-	-	-	-
Баланс	148018	177889	212034	231081	248340	252164

Пасив	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	66304	66304	66304	66304	66304	66304
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	-	-	-	-	-	-
Капітал у дооцінках	19055	19432	19432	19432	19432	19432
Додатковий капітал	36370	36164	52506	52243	60350	69926
Емісійний дохід	-	-	-	-	-	-
Накопичені курсові різниці	-	-	-	-	-	-

Продовження Додатку А

Пасив	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Резервний капітал	846	846	846	846	846	846
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	6474	19123	20369	21325	22398	3424
Неоплачений капітал	-	-	-	-	-	-
Вилучений капітал	-	-	-	-	-	-
Інші резерви	-	-	-	-	-	-
Усього за розділом I	129049	141869	159457	160150	169330	159932
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Відстрочені податкові зобов'язання	-	-	-	-	-	-
Пенсійні зобов'язання	-	-	-	-	-	-
Довгострокові кредити банків	-	-	-	-	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	3191	1563	3749	12693	7171	4413
Довгострокові забезпечення	-	-	-	-	-	-
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	-	-	-	-	-	-
Цільове фінансування	-	-	-	-	-	-
Благодійна допомога	-	-	-	-	-	-
Страхові резерви, у тому числі:	-	-	-	-	-	-
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	-	-	-	-	-	-
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	-	-	-	-	-	-
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	-	-	-	-	-	-
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	-	-	-	-	-	-
Інвестиційні контракти;	-	-	-	-	-	-
Призовий фонд	-	-	-	-	-	-
Резерв на виплату джек-поту	-	-	-	-	-	-
Усього за розділом II	3191	1563	3749	12693	7171	4413
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	4650	4650	-	-	15000	17496
Векселі видані	-	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість:	-	-	-	-	-	-
за довгостроковими зобов'язаннями	191	197	217	-	-	1143
за товари, роботи, послуги	2630	3589	5776	6301	8501	33489
за розрахунками з бюджетом	876	1986	1510	5073	8165	2688
за у тому числі з податку на прибуток	-	-	-	-	-	-

Продовження Додатку А

Пасив	2014	2015	2016	2017	2018	2019
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

за розрахунками зі страхування	267	317	276	497	356	561
за розрахунками з оплати праці	696	856	1144	1904	2052	2966
за одержаними авансами	75	8133	13232	13923	18209	1087
за розрахунками з учасниками	-	-	-	-	-	-
із внутрішніх розрахунків	-	-	-	-	-	-
за страховою діяльністю	-	-	-	-	-	-
Поточні забезпечення	307	108	14460	17143	13516	12223
Доходи майбутніх періодів	6019	11801	10263	3160	2725	1993
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	-	-	-	-	-	-
Інші поточні зобов'язання	67	2820	1950	237	3315	14173
Усього за розділом III	15778	34457	48828	58238	71839	87819
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	-	-	-	-	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	-	-	-	-	-	-
Баланс	148018	177889	212034	231081	248340	252164

Звіт про фінансові результати ДП «Чайка» за 2014-2019 рр., тис. грн.

Стаття	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	73537	88497	122814	159946	195741	192448
Чисті зароблені страхові премії	-	-	-	-	-	-
Премії підписані, валова сума	-	-	-	-	-	-
Премії, передані у перестраховування	-	-	-	-	-	-
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	-	-	-	-	-	-
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	-	-	-	-	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-56783	-63690	-91757	-129457	-157532	-171899
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	-	-	-	-	-	-
Валовий: прибуток	16754	24807	31057	30489	38209	20549
Валовий: збиток	-	-	-	-	-	-
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	-	-	-	-	-	-
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	-	-	-	-	-	-
Зміна інших страхових резервів, валова сума	-	-	-	-	-	-
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	-	-	-	-	-	-
Інші операційні доходи	15642	19144	22799	11203	12178	12921
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	-	-	-	-	-	-
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	-	-	-	-	-	-
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	-	-	-	-	-	-
Адміністративні витрати	-3569	-4882	-5435	-7090	-8623	-11635
Витрати на збут	-3810	-3765	-5140	-6080	-6944	-9039
Інші операційні витрати	-16636	-17620	-21573	-21028	-23764	-22685

Продовження Додатку Б

Стаття	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	-	-	-	-	-	-
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	-	-	-	-	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	8381	17684	21708	7494	11056	-
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	-	-	-	-	-	-9889
Фінансові доходи	-	-	-	-	-	-
Інші фінансові доходи	5	61	109	6	1	-
Інші доходи	1079	643	11741	699	1023	11139
Дохід від благодійної допомоги	-	-	-	-	-	-
Фінансові витрати	-4240	-3506	-2319	-4276	-6171	-7897
Втрати від участі в капіталі	-	-	-	-	-	-
Інші витрати	-347	-	-26254	-94	-1452	-11403
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	-	-	-	-	-	-
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	4878	14882	4985	3829	4457	-
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	-	-	-	-	-	-18050
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-	-	-	-	-	-
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	-	-	-	-	-	-
Чистий фінансовий результат: прибуток	4878	14882	4985	3829	4457	-
Чистий фінансовий результат: збиток	-	-	-	-	-	-18050

Додаток В

Горизонтальний аналіз активів ДП «Чайка» за 2014-2019 рр., тис. грн.

Натуральні значення, тис. грн.							Абсолютні відхилення, тис. грн.						Відносні відхилення, %					
Актив	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014
I. Необоротні активи																		
Нематеріальні активи:	31798	31777	31797	31768	31740	31711	-21	20	-29	-28	-29	-87	-0,1%	0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,3%
первісна вартість	31798	31798	31838	31838	31838	31838	0	40	0	0	0	40	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
накопичена амортизація	0	21	41	70	98	127	21	20	29	28	29	127	-	95,2%	70,7%	40,0%	29,6%	-
Незавершені капітальні інвестиції	7112	7437	12176	7819	7112	7112	325	4739	-4357	-707	0	0	4,6%	63,7%	-35,8%	-9,0%	0,0%	0,0%
Основні засоби:	78486	80019	88270	109358	112871	125656	1533	8251	21088	3513	12785	47170	2,0%	10,3%	23,9%	3,2%	11,3%	60,1%
первісна вартість	147042	153155	164721	192387	201199	220506	6113	11566	27666	8812	19307	73464	4,2%	7,6%	16,8%	4,6%	9,6%	50,0%
знос	68556	73136	76451	83029	88328	94850	4580	3315	6578	5299	6522	26294	6,7%	4,5%	8,6%	6,4%	7,4%	38,4%
Відстрочені податкові активи	111	285	1088	1617	2039	2573	174	803	529	422	534	2462	156,8%	281,8%	48,6%	26,1%	26,2%	2218,0%
Усього за розділом I	122662	124466	138807	158076	163455	177067	1804	14341	19269	5379	13612	54405	1,5%	11,5%	13,9%	3,4%	8,3%	44,4%
II. Оборотні активи																		
Запаси	17752	27645	42536	51069	59015	55458	9893	14891	8533	7946	-3557	37706	55,7%	53,9%	20,1%	15,6%	-6,0%	212,4%
Виробничі запаси	2864	3348	5692	5227	7981	4812	484	2344	-465	2754	-3169	1948	16,9%	70,0%	-8,2%	52,7%	-39,7%	68,0%
Незавершене виробництво	4502	7919	11430	13590	20183	25386	3417	3511	2160	6593	5203	20884	75,9%	44,3%	18,9%	48,5%	25,8%	463,9%
Готова продукція	10374	16365	25409	32248	30850	25620	5991	9044	6839	-1398	-5230	15246	57,8%	55,3%	26,9%	-4,3%	-17,0%	147,0%
Товари	9	13	5	4	1	0	4	-8	-1	-3	-1	-9	44,4%	-61,5%	-20,0%	-75,0%	100,0%	-100,0%
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1080	1875	2611	1922	2205	1534	795	736	-689	283	-671	454	73,6%	39,3%	-26,4%	14,7%	-30,4%	42,0%
з бюджетом	226	8968	2509	25	5	5	8742	-6459	-2484	-20	0	-221	3868,1%	-72,0%	-99,0%	-80,0%	0,0%	-97,8%
Інша поточна дебіторська заборгованість	746	8231	11988	2494	2659	2120	7485	3757	-9494	165	-539	1374	1003,4%	45,6%	-79,2%	6,6%	-20,3%	184,2%
Гроші та їх еквіваленти	726	2145	1192	350	1730	1123	1419	-953	-842	1380	-607	397	195,5%	-44,4%	-70,6%	394,3%	-35,1%	54,7%
Готівка	21	29	45	37	62	109	8	16	-8	25	47	88	38,1%	55,2%	-17,8%	67,6%	75,8%	419,2%
Рахунки в банках	705	2116	1147	313	1625	913	1411	-969	-834	1312	-712	208	200,1%	-45,8%	-72,7%	419,2%	-43,8%	29,5%
Інші оборотні активи	211	36	2288	2887	3507	487	-175	2252	599	620	-3020	276	-82,9%	6255,6%	26,2%	21,5%	-86,1%	130,8%
Усього за розділом II	25356	53423	73227	73005	84885	75097	28067	19804	-222	11880	-9788	49741	110,7%	37,1%	-0,3%	16,3%	-11,5%	196,2%
Активи	148018	177889	212034	231081	248340	252164	29871	34145	19047	17259	3824	104146	20,2%	19,2%	9,0%	7,5%	1,5%	70,4%

Додаток Е

Горизонтальний аналіз пасивів ДП «Чайка» за 2014-2019 рр., тис. грн.

Натуральні значення, тис. грн.							Абсолютні відхилення, тис. грн.							Відносні відхилення, %				
Пасив	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014
I. Власний капітал																		
Зареєстрований (пайовий) капітал	66304	66304	66304	66304	66304	66304	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Капітал у дооцінках	19055	19432	19432	19432	19432	19432	377	0	0	0	0	377	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
Резервний капітал	846	846	846	846	846	846	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	6474	19123	20369	21325	22398	3424	12649	1246	956	1073	18974	-3050	195,4%	6,5%	4,7%	5,0%	-84,7%	-47,1%
Усього за розділом I	129049	141869	159457	160150	169330	159932	12820	17588	693	9180	-9398	30883	9,9%	12,4%	0,4%	5,7%	-5,6%	23,9%
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення																		
Інші довгострокові зобов'язання	3191	1563	3749	12693	7171	4413	-1628	2186	8944	-5522	-2758	1222	-51,0%	139,9%	238,6%	-43,5%	-38,5%	38,3%
Усього за розділом II	3191	1563	3749	12693	7171	4413	-1628	2186	8944	-5522	-2758	1222	-51,0%	139,9%	238,6%	-43,5%	-38,5%	38,3%
III. Поточні зобов'язання і забезпечення																		
Короткострокові кредити банків	4650	4650	0	0	15000	17496	0	-4650	0	15000	2496	12846	0,0%	-100,0%	-	-	16,6%	276,3%
Поточна кредиторська заборгованість:	0	0	217	0	0	1143	0	217	-217	0	1143	1143	-	-	-	-	-	-
за товари, роботи, послуги	2630	3589	1510	5073	8165	2688	959	-2079	3563	3092	-5477	58	36,5%	-57,9%	236,0%	61,0%	-67,1%	2,2%
за розрахунками з бюджетом	876	1986	0	0	0	0	1110	-1986	0	0	0	-876	126,7%	-100,0%	-	-	-	-100,0%
за розрахунками зі страхування	267	317	1144	1904	2052	2966	50	827	760	148	914	2699	18,7%	260,9%	66,4%	7,8%	44,5%	1010,9%
за розрахунками з оплати праці	696	856	13232	13923	18209	1087	160	12376	691	4286	-	391	23,0%	1445,8%	5,2%	30,8%	-94,0%	56,2%
за одержаними авансами	75	8133	0	0	0	0	8058	-8133	0	0	0	-75	10744,0%	-100,0%	-	-	-	-100,0%
Поточні забезпечення	307	108	10263	3160	2725	1993	-199	10155	-7103	-435	-732	1686	-64,8%	9402,8%	-69,2%	-13,8%	-26,9%	549,2%
Інші поточні зобов'язання	67	2820	48828	58238	71839	87819	2753	46008	9410	13601	15980	87752	4109,0%	1631,5%	19,3%	23,4%	22,2%	130973,1%
Усього за розділом III	15778	34457	48828	58238	71839	87819	18679	14371	9410	13601	15980	72041	118,4%	41,7%	19,3%	23,4%	22,2%	456,6%
Пасиви	148018	177889	212034	231081	24834	252164	29871	34145	19047	17259	3824	104146	20,2%	19,2%	9,0%	7,5%	1,5%	70,4%

[illegible]

Додаток Д

Горизонтальний аналіз фінансових результатів ДП «Чайка» за 2014-2019 рр., тис. грн.

Натуральні значення, тис. грн.							Абсолютні відхилення, тис. грн.						Відносні відхилення, %					
Стаття	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2014
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	73537	88497	122814	159946	195741	192448	14960	34317	37132	35795	-3293	118911	20,3%	38,8%	30,2%	22,4%	-1,7%	161,7%
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-56783	-63690	-91757	-129457	-157532	-171899	-6907	-28067	-37700	-28075	-14367	-115116	12,2%	44,1%	41,1%	21,7%	9,1%	202,7%
Валовий: прибуток	16754	24807	31057	30489	38209	20549	8053	6250	-568	7720	-17660	3795	48,1%	25,2%	-1,8%	25,3%	-46,2%	22,7%
Інші операційні доходи	15642	19144	22799	11203	12178	12921	3502	3655	-11596	975	743	-2721	22,4%	19,1%	-50,9%	8,7%	6,1%	-17,4%
Адміністративні витрати	-3569	-4882	-5435	-7090	-8623	-11635	-1313	-553	-1655	-1533	-3012	-8066	36,8%	11,3%	30,5%	21,6%	34,9%	226,0%
Витрати на збут	-3810	-3765	-5140	-6080	-6944	-9039	45	-1375	-940	-864	-2095	-5229	-1,2%	36,5%	18,3%	14,2%	30,2%	137,2%
Інші операційні витрати	-16636	-17620	-21573	-21028	-23764	-22685	-984	-3953	545	-2736	1079	-6049	5,9%	22,4%	-2,5%	13,0%	-4,5%	36,4%
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	8381	17684	21708	7494	11056	0	9303	4024	-14214	3562	-11056	-8381	111,0%	22,8%	-65,5%	47,5%	-100,0%	-100,0%
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	0	0	0	0	0	-9889	0	0	0	0	-9889	-9889	-	-	-	-	-	100%
Інші фінансові доходи	5	61	109	6	1	0	56	48	-103	-5	-1	-5	1120,0%	78,7%	-94,5%	-83,3%	-100,0%	-100,0%
Інші доходи	1079	643	11741	699	1023	11139	-436	11098	-11042	324	10116	10060	-40,4%	1726%	-94,0%	46,4%	988,9%	932,3%
Фінансові витрати	-4240	-3506	-2319	-4276	-6171	-7897	734	1187	-1957	-1895	-1726	-3657	-17,3%	-33,9%	84,4%	44,3%	28,0%	86,3%
Інші витрати	-347	0	-26254	-94	-1452	-11403	347	-26254	26160	-1358	-9951	-11056	-100,0%	-	-99,6%	1444%	685,3%	3186,2%
Фінансовий результат до оподаткування	4878	14882	0	0	0	-18050	10004	-14882	0	0	-18050	-22928	205,1%	-100%	-	-	-	-470,0%
Витрати (дохід) з податку на прибуток	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-
Чистий фінансовий результат: збиток	4878	14882	4985	3829	4457	-18050	10004	-9897	-1156	628	-22507	-22928	205,1%	-66,5%	-23,2%	16,4%	-505,0%	-470,0%

Протокол аналізу звіту подібності науковим керівником

Заявляю, що я ознайомився (-лась) з Повним звітом подібності, який був згенерований Системою виявлення і запобігання плагіату щодо роботи:

Автор: Паденко Євгеній Олегович

Назва: Економічне обґрунтування розширення масштабів діяльності підприємства агробізнесу

Координатор: доцент Садовник О. В.

Підрозділ: кафедра бізнес-економіки та підприємництва

Коефіцієнт подібності 1: 21.4

Коефіцієнт подібності 2: 15.9

Тривога: 0

Після аналізу Звіту подібності констатую наступне:

☒ виявлені в роботі запозичення є сумлінними і не мають ознак плагіату. Тому робота визнається самостійною і допускається до захисту;

☐ виявлені в роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і самостійності її автора. Роботу направити на доопрацювання;

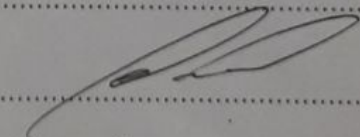
☐ виявлені в роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень. У зв'язку з чим, робота не допускається до захисту.

Обґрунтування:

Додатково до зхиску Етичного комітету
спеціальності (протокол № 1 від 13.11.2020)

23.11.2020

Дата



Підпис Наукового керівника

**ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПЛАН
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ РОБОТИ МАГІСТРА**

Паденка Євгенія Олеговича

ОПП «Економіка агробізнесу»

за 2019-2020 р.

№	Вид науково-дослідної роботи	Термін виконання	Результат виконання
1	Участь у III Міжнародній науково-практичній конференції «PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT», 22-24 листопада 2020 року, Київ	22-24 листопада 2020 року	Публікація тез «АНАЛІЗ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСА ПТИЦІ ТА ЯЄЦЬ В УКРАЇНІ» (https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2020/11/PRIORITY-DIRECTIONS-OF-SCIENCE-AND-TECHNOLOGY-DEVELOPMENT-22-24.11.20.pdf) Сертифікат

03.09.2020р

(підпис)

АНАЛІЗ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСА ПТИЦІ ТА ЯЄЦЬ В УКРАЇНІ

Паденко Євгеній Олегович,
студент 6-го курсу, економіки агробізнесу
Науковий керівник
Садовник Олександр Володимирович
к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана
м. Київ, Україна

Введення. Ринок курячих яєць є однією з основ стабільного розвитку східноєвропейської економіки. Це пов'язано в першу чергу з тим, що яйця як харчовий продукт є одним з найважливіших продуктів, доступним, поживним та необхідним. Крім того, особливе розташування країн Східної Європи, особливо України, їх кліматичні особливості є сприятливими для розвитку галузі.

Ціль роботи. Сучасний стан економіки України та країн Східної Європи вимагає подальшого ретельного вивчення підвищення ефективності діяльності підприємства. Сюди входять вимоги щодо вдосконалення та контролю якості продукції, впровадження сучасних систем управління безпекою продукції, інтенсифікація виробництва при економії ресурсів, зменшення споживання енергії та загальне зниження витрат. Слід розуміти, що всі вимоги повинні забезпечуватися в умовах невизначеної цінової політики та нестабільності в економіці. Тому стабільність і навіть виживання бізнесу залежить від збалансованого рішення щодо мінімізації витрат, поліпшення якості продукції до норм та стандартів ЄС, підвищення прибутковості.

Матеріали і методи. Аналіз ринку яєць складений на основі аналізу статистичних даних за допомогою відкритого ресурсу Державної служби статистики України. В ході виконання роботи використовувалися такі методи: економічно-статистичний, дедукції, спостереження, порівняння, узагальнення та аналізу.

Результати та обговорення. Аналізуючи виробництво птиці у Східній Європі, можна зробити деякі попередні висновки. По-перше, існує загальна тенденція до збільшення виробництва птиці (рис. 1), включаючи збільшення кількості курей, збільшення та консолідацію компаній, що займаються виробництвом продукції з птиці, включаючи виробництво курятини та яєць.

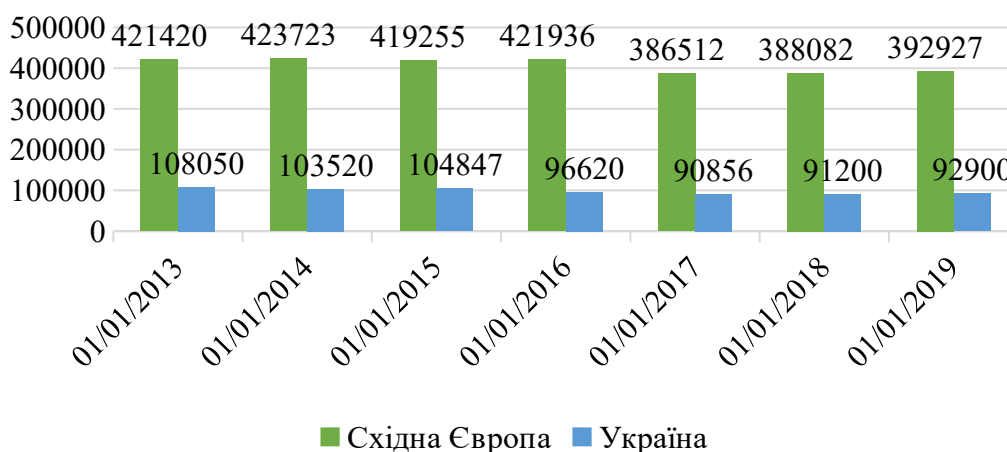


Рисунок 1. Вартість продукції птахівництва в Україні та Східній Європі, тис. дол. США

Попит на яйця зростає з року в рік у всьому світі. Однак дані вказують на те, що населення деяких країн Східної Європи ще не досягло стандартів раціонального споживання білкових продуктів, включаючи птицю - м'ясо та яйця. В останні роки споживання курячого м'яса та яєць становило до 75% від раціональних норм. [1]

В останні роки на ситуацію з виробництвом птиці в Україні негативно впливали такі основні фактори: втрата Україною деяких територій та пов'язані з цим військові дії у східній частині країни, спад у деяких секторах української економіки; зниження купівельної спроможності протягом 2014–2016 років. Обмежуючими факторами для птахівництва є зростання виробничих витрат. Навіть за сучасних технологій розведення тварин та птахів важко досягти бажаного економічного ефекту. Таким чином, витрати на птахівницьку галузь значною мірою залежать від витрат на корми [3]. Вони, в свою чергу, залежать від ціни на зерно, білки, вітамінні та мінеральні добавки. У структурі витрат

кормова складова займає до 70%. Крім того, на загальну вартість впливає зростання заробітної плати, значно вища вартість енергії, ветеринарних препаратів тощо.

Важливим фактором отримання прибутку від виробництва курячих яєць є ціна їх продажу. Це досить складна прогнозована величина, яка може мати коливання як у напрямку збільшення, так і в сторону зменшення протягом року. На коливання ціни продажу яйця впливає безліч факторів: від макроекономічних факторів, таких як стан українського експорту яєць, до цінової політики гігантських компаній (Авангард, Овостар та ін.), які через більшу концентрацію та інтеграцію виробництва, можуть мати більше можливостей зменшити їх собівартість, а отже, зниження ціни продажу у пікові періоди збору яєць. Сезонні коливання ціни на курячі яйця також мають місце на українському ринку (рис. 2).

Найбільшими виробниками м'яса птиці в Україні є МХП, Комплекс "Агромарс", ТОВ "Птахокомплекс" Дніпровський "", Корпорація "Агро-Піч", АТ "Володимир-Волинська птахофабрика". Найбільші виробники яєць: Avangardco IRL, ТОВ "Овостар", ГК "ІнтерЗапоріжжя", Avias 2000 ТОВ, ПФ "Крупець", ТОВ "Птахофабрика Поділля", ПАТ "Тернопільська птахофабрика" [2].

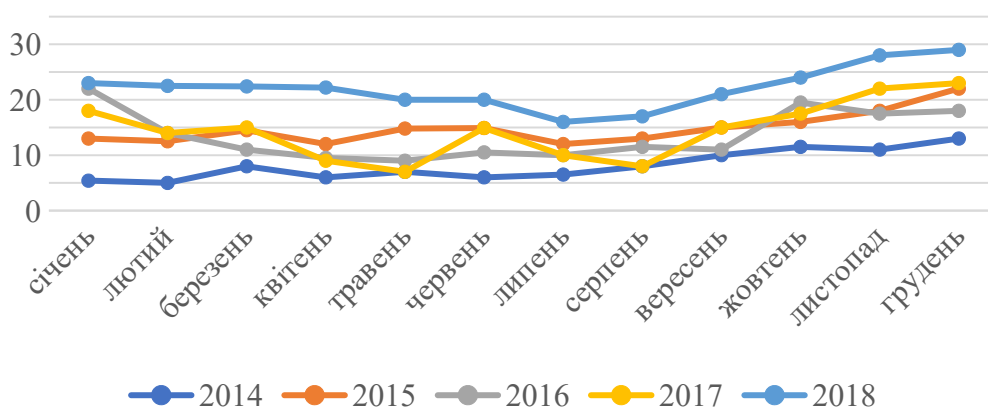


Рисунок 2. Динаміка цін на курячі яйця в Україні в 2014-2018 рр.

В останні роки спостерігається тенденція до зменшення імпорту продукції птахівництва. Основним постачальником курячого м'яса на

український ринок була Польща, на частку якої припадає приблизно половина обсягу поставок. Німеччина посідає друге місце з часткою 28% у структурі імпорту.

Найвищий попит на українську птицю є в Іраці, Казахстані та Нідерландах. Основними імпортерами яєць були ОАЕ (8,19 млн. доларів), які придбали 8,47 тис. тон продукту. Позаду них Ірак, який придбав 5,38 тис. тон яєць за 5,19 млн доларів. Далі - Катар з 1,88 тис. он яєць на 1,81 млн. доларів.

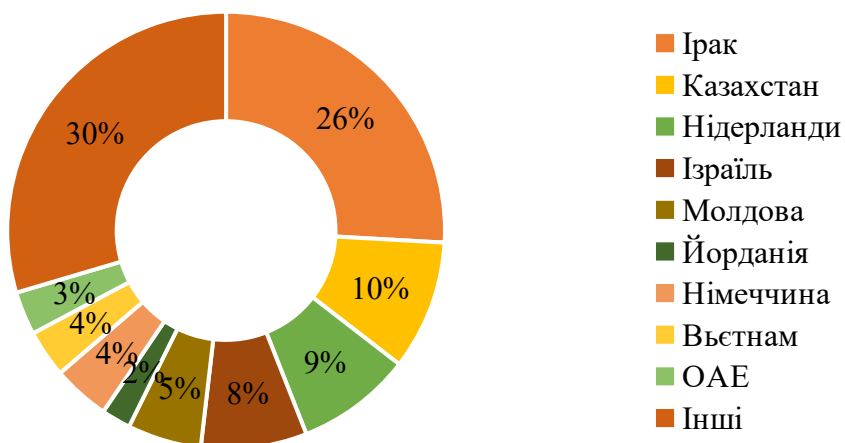


Рисунок 3. Основні країни-імпортери м'яса птиці з України, 2019 р.

Основними країнами-імпортерами яєць та яєчних продуктів є Близький Схід. Також у зв'язку з цим розширюються відносини з країнами африканського континенту. Україна також отримала квоту на експорт яєць до Європейського Союзу.

Висновки. Таким чином, основними напрямками вдосконалення виробництва з метою підвищення ефективності птахівництва визначаються:

- вдосконалення біотехнологічних процесів, забезпечення комплексу заходів щодо вдосконалення птиці, відповідність щільності виселення птахів у пташнику, правильне харчування науково обґрунтованим нормам споживання поживних речовин та елементів;
- дотримання основних параметрів мікроклімату, вентиляція, освітлення в приміщенні, своєчасна дезінфекція, профілактика захворювань;

- поліпшення зберігання продуктів птахівництва під час руху сировини та продуктів від птахокомплексу до споживача;
- використання побічних продуктів птиці для отримання цінних добрив для худоби;
- забезпечення максимального збереження харчової цінності та якості, дотримання умов зберігання та строків її реалізації;
- удосконалення методологічних основ державного нагляду за якістю та безпекою харчових продуктів та сировини;
- створення сучасної інструментальної аналітичної бази та контролю якості та безпеки харчової сировини та харчових продуктів;
- допомога державного та місцевого самоврядування щодо підтримки інновацій у сільському господарстві та птахівництві, зокрема, що вимагає потоків інвестицій на державному рівні.

Список використаної літератури

1. FAO: Worldmarketofpoultry. Retrievedfrom: <http://www.fao.org>
2. Karpenko, S. N. (2015). State of the industry and prospects of development of poultry in Ukraine. Report on the XI International Conference "Poultry – 2015". Truskavets. Foods and facts, 10(62), 6–7.
3. Kolos, N. (2014). Fromabilities – onrequest. Nasheptakhivnytstvo, 3(33), 6–9.

CERTIFICATE

is awarded to

Padenko Yevhenii

for being an active participant in

III International Scientific and Practical Conference

**“PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND
TECHNOLOGY DEVELOPMENT”**

24 Hours of Participation

KYIV

22-24 November 2020



sci-conf.com.ua