

ДІДЕНКО С.В., аспірант

Науковий керівник – ДАНИЛЕНКО А.С. д-р екон наук, чл.-кор. НААНУ  
Білоцерківський національний аграрний університет

## ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ЯЄЧНОГО ПТАХІВНИЦТВА

У статті наведено етапи формування стратегії розвитку та алгоритм розробки стратегічної програми маркетингу птахівничого підприємства. Обґрунтовано інноваційну стратегію розвитку підприємств птахівничої галузі яєчного напрямку на основі удосконалення економічних, організаційних, техніко-технологічних, виробничих, управлінських, екологічних складових цієї системи.

**Ключові слова:** ефективність, стратегія, птахівничі підприємства, інноваційна стратегія.

**Постановка проблеми.** Подальший розвиток підприємств галузі повинен базуватися на комплексній стратегії розвитку, оскільки вона являє собою сукупність різнопрофільних підприємств і організацій, що функціонують під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. При цьому необхідно враховувати, що вплив факторів може посилюватися або знижуватися, а самі фактори – трансформуватися. Окрім цього, зовнішні фактори можуть взаємодіяти з внутрішніми, в результаті чого змінюється вплив останніх на господарюючий суб'єкт.

Під час розробки стратегії необхідно враховувати, що стратегічні плани мають відображати характер і наслідки короткострокового, середньострокового, довгострокового і постійного впливу факторів, що забезпечують потенційне підвищення (зниження) економічного ефекту. Окрім цього, за розробки стратегії розвитку підприємств яєчного напрямку необхідно передбачати, що фактори можуть бути контрольованими, частково контрольованими і неконтрольованими.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Велику увагу дослідженням питань ефективного функціонування птахівничих підприємств приділено у наукових працях таких вітчизняних вчених-аграрників: Р.І. Буряка, О.І. Дацій, Б.А. Мельника, А.М. Стельмашук, І.Н. Топіхи, В.І. Топіхи, Ф.О. Ярошенко та ін. Однак питання обґрунтування стратегії підвищення ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки яєчної продукції в умовах прояву кризи економічної і соціальної сфер залишаються недостатньо розробленими.

**Метою дослідження** є розробка стратегії маркетингу та визначення основних напрямів ефективного розвитку птахівничих підприємств яєчного напрямку.

**Методика дослідження.** У процесі проведення досліджень застосовувались методи системного аналізу соціально-економічних процесів в умовах здійснення аграрної реформи та економічної ефективності розвитку яєчного птахівництва: порівняння – для виявлення впливу окремих факторів на форми і методи господарювання; розрахунково-конструктивний – за обґрунтування показників розвитку виробництва продукції яєчного птахівництва та ряд інших.

**Результати досліджень та їх обговорення.** Суб'єкти птахівничого підкомплексу повинні чітко розробляти стратегію розвитку, для побудови якої необхідно дотримуватися певних принципів: послідовності; безперервності прогнозування і планування; урахування природно-кліматичних умов; єдності самофінансування та самоврядування, менеджменту та маркетингу.

У процесі розробки економічної стратегії розвитку підприємств птахопродуктового підкомплексу необхідно дотримуватися певної послідовності дій, що забезпечують досягнення цілей їх розвитку. За формування стратегії слід враховувати п'ять основних етапів (рис. 1), в рамках кожного з яких проводиться комплекс необхідних заходів.



Рис. 1. Етапи формування стратегії розвитку підприємств птахопродуктового підкомплексу [складено за джерелами 1, 2, 3]

Стратегія економічного розвитку птахівничого підприємства повинна базуватися на довгострокових цільових програмах розвитку. Цільова комплексна програма розвитку підприємства – це стратегічний документ, який містить комплекс узгоджених за змістом заходів, забезпечених ресурсами і скоординованих у просторі і в часі, що спрямовані на повне задоволення потреби населення у птахівничій продукції та ефективне використання ресурсного потенціалу.

Цільова програма сприяє максимальному використанню суб'єктами підкомплексу досягнень науково-технічного прогресу, що дозволить птахівничій галузі перейти на інтенсивний шлях розширеного відтворення. Цільова комплексна програма розвитку птахопродуктового підкомплексу є складною багаторівневою системою, окремі рівні якої взаємозв'язані і взаємозалежні. Черговість розробки її окремих етапів має внутрішню логіку, тому для її побудови рекомендується дотримуватися принципу послідовності. Ми поділяємо думку окремих дослідників, що недотримання розробниками цього принципу призводить до недостовірності кінцевих результатів програми, неясності її основних цілей.

Іншим важливим принципом є врахування місцевих природно-кліматичних умов, які необхідні для обґрунтування спеціалізації сільськогосподарського виробництва в системі птахопродуктового підкомплексу, вибору оптимального варіанта транспортування продовольчих товарів, норм споживання харчової продукції птахівництва населенням регіону, співвідношення попиту і пропозиції за порами року і т.д. Застосування принципу безперервності прогнозування і планування дозволяє повніше використовувати новітні досягнення науково-технічного прогресу, передової практики і на цій основі вдосконалювати технологію, повніше задовольняти потреби внутрішнього ринку.

Ми поділяємо думку ряду вчених, що першочергового значення для успішної розробки та реалізації цільових регіональних програм набувають економічні принципи самофінансування, самоокупності. У ході розробки цільових програм слід також використовувати систему організаційно-економічних принципів інтенсифікації, спеціалізації, кооперації й інтеграції в АПК, а також дотримуватися технологічних принципів організації птахівничого бізнесу [4, 5].

Механізм розробки стратегічної програми птахівничого підприємства яєчного напрямку, на нашу думку, передбачає певні етапи, які мають важливе методологічне і методичне значення для розробників програми (рис. 2).

Розробка стратегічної програми птахівничого підприємства починається з аналізу основних показників діяльності підприємства за попередній період (витрати, доходи, ефективність функціонування, мінімальні обсяги збуту і мінімальний рівень рентабельності), що дозволяє визначити слабкі місця у виробничо-збутовій діяльності підприємства.

Наступним етапом є проведення комплексу маркетингових досліджень, за результатами яких і розробляється ринкова стратегія. При цьому необхідно враховувати динаміку зміни величини попиту на яйця протягом року. Після цього у ході розробки виробничої програми визначається асортимент виробленої продукції, обґрунтовуються оптимальні обсяги виробництва і реалізації. Для визначення оптимальних обсягів виробництва підприємства необхідно проводити маржинальний аналіз, у процесі розробки асортименту птахівничі підприємства повинні повністю скористатися перевагами диверсифікації виробництва продукції. При цьому підприємство може проводити як реальну, так і уявну диверсифікацію. За реальної диверсифікації виробленої продукції надаються якісно нові характеристики, які будуть задовольняти потреби окремих споживачів. За уявної диверсифікації, якісні характеристики товару залишаються постійними, а змінюється тільки дизайн і упаковка товару.

Потім розробляється програма збуту і визначаються канали реалізації продукції. Підприємство може використовувати послуги оптових підприємств, які надалі займаються зберіганням, переробкою та реалізацією продукції, чи роздрібні канали реалізації, які включають фірмові і продовольчі магазини, сферу громадського харчування, колгоспні ринки, а також бюджетні та соціальні організації.

На заключному етапі контролю у міру необхідності коригується виробнича і збутова діяльність підприємства в процесі його функціонування. На цьому етапі виявляється відповідність фактичних результатів діяльності підприємства запланованим і вживаються заходи щодо їх коригування. Контроль ведеться за такими параметрами: виконання обсягів виробництва і обсягів продажів.

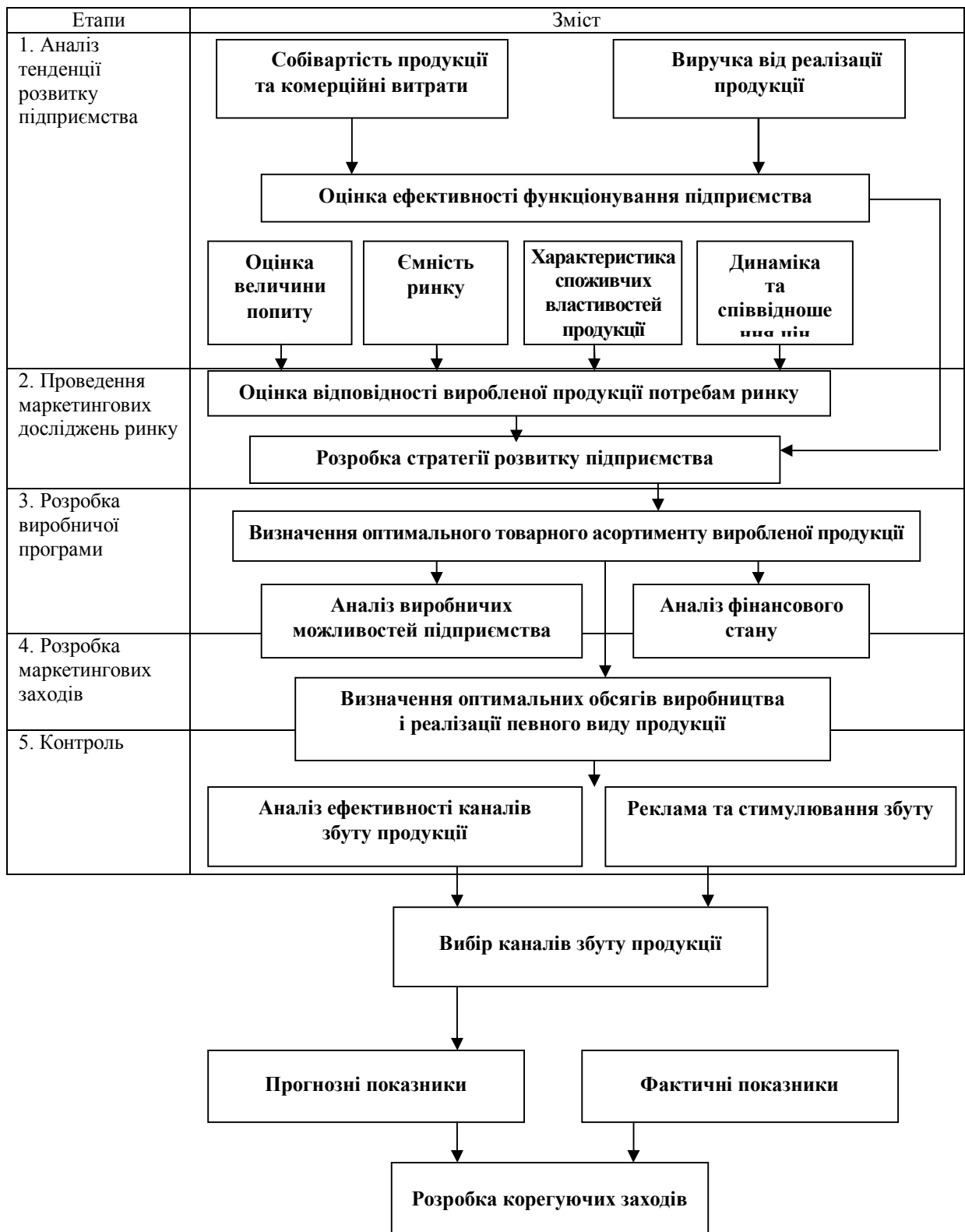


Рис 2. Етапи розробки стратегічної програми маркетингу птахівничого підприємства

З метою надання процесу розвитку птахівничих підприємств досліджуваного регіону цілеспрямованого характеру необхідно створити відповідну систему управління. У цьому випадку не

йдеться про створення самостійної системи, яка функціонує автономно від основної системи управління. Найбільш раціональним є підхід, що передбачає концентрацію необхідних функцій з управління виробничо-комерційною діяльністю в напрямі забезпечення ефективного розвитку суб'єктів господарювання досліджуваної галузі.

Інноваційна стратегія розвитку підприємств птахівничої галузі яєчного напрямку передбачає цілеспрямоване й поступове удосконалення економічних, організаційних, техніко-технологічних, виробничих, соціальних, управлінських, торговельних, ринкових, екологічних та інших складових цієї системи, які в процесі використання нововведень набувають нової якості, що зумовлює підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Інноваційний розвиток підприємств птахопродуктового підкомплексу включає в себе основні фази: ініціативний підбір інновації; проведення науково обґрунтованої експертизи використання нововведень; розрахунок порівняльної, економічної доцільності та ефективності нововведень; вибір найбільш оптимального варіанта інноваційного проекту; експеримент і підготовка до реалізації інноваційного проекту або інновації; використання нововведень у конкретному виробництві або управлінській структурі.

Під час реалізації цієї стратегії інновації мають певну спрямованість, вони згруповані нами за їх змістовною ознакою та відповідним напрямом використання. Так, нині для птахівничих підприємств досліджуваного регіону важливого значення набувають наступні інноваційні розробки:

1) в організації інноваційної діяльності на рівні підприємства через створення мобільних творчих груп та інформаційне забезпечення, які б сприяли покращенню якості бізнес-планування та прогнозування; підвищення кваліфікації кадрів через формування у них ініціативності, творчості; удосконалення організації та розробка дієвих заходів мотивації праці;

2) у техніко-технологічному розвитку підприємств необхідно забезпечити: освоєння технології утримання птиці вигульним способом для одержання «домашнього яйця»; впровадження технологічних ліній виробництва кормів; реконструкція пташників; впровадження ніпельного напування птиці; модернізація кліткового обладнання та окремих технологічних вузлів; утилізація і переробка пташиного посліду, використання нових ветпрепаратів, переробка пера птиці на корм; забезпечення збалансованої годівлі птиці; підвищення збереження поголів'я птиці; здійснення технічного переозброєння підприємств на основі повномасштабного впровадження енергозберігаючих технологій; формування тривалих партнерських відносин з основними постачальниками племінної продукції;

3) у збутовій діяльності актуальними для значної кількості підприємств є: формування фірмової торгівлі; використання сучасного таропакувального матеріалу та обладнання; проведення моніторингу споживчих вимог та переваг продукції; організація центрів здорового харчування та служб дієтологів; удосконалення заходів формування попиту та стимулювання збуту продукції; розробка фірмового стилю підприємства; впровадження логістичних підходів до організації товароруку продукції;

4) у формуванні ринкової інфраструктури доцільно сприяти розвитку інтеграції науково-дослідних установ та навчальних закладів торгово-посередницьких структур, які б включали оптову та роздрібну ланки; створити інформаційно-аналітичні центри поширення інновацій.

**Висновок.** Отже, з метою реалізації стратегічних напрямів ефективного розвитку птахівничих підприємств яєчного напрямку доцільно розробити низку заходів щодо посилення конкурентних позицій на регіональному ринку й освоєння ринкових ніш. За результатами дослідження концептуальними напрямами у діяльності підприємств галузі з розширення ринку повинні стати: широка диверсифікація продуктового портфеля; мінімізація й оптимізація виробничих витрат; сервісне та якісне обслуговування у фірмовій торговій мережі.

Здійснення перелічених та інших заходів сприятиме розширенню продуктового асортименту, що дозволить пропонувати споживачам продукцію, відмінну від продукції конкурентів, а також задовольняти запити споживачів із різним рівнем купівельної спроможності. Окрім того, реалізація цих заходів з організацією виробництва на сучасному техніко-технологічному рівні дозволить формувати доступні ціни на продукцію підприємств.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Полонець В. Реалізація маркетингових стратегій: проблемні зони та шляхи їх подолання / В. Полонець // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 4. – С. 7–11.

2. Романовська Ю.А. Етапи побудови системи оцінювання організаційно-економічного механізму розвитку стратегічного потенціалу підприємств / Ю.А. Романовська // Економіка і регіони : наук. вісник Полтавського нац. техн. ун-ту ім. Юрія Кондратюка. – 2005. – № 2 (5). – С. 155-158.

3. Дмитрук М. Стратегічний маркетинг: данина моді високих понять чи інструмент конкурентної боротьби? // Маркетинг і реклама. – 2003. – № 5. – С. 32-35.

4. Вертійчук А.І. Шляхи подальшого розвитку птахівництва в Україні / А.І. Вертійчук // Ефективне птахівництво. – 2008. – №11. – С. 3–5.

5. Мельник Б.А. Основні напрями стратегічного зростання підприємств птахопродуктового підкомплексу / Б.А. Мельник // Економіка України. – 2005. – №5. – С. 72–78.

#### **Обоснование стратегии повышения эффективности производства продукции яичного птицеводства**

**С.В. Диденко**

В статье приведены этапы формирования стратегии развития и алгоритм разработки стратегической программы маркетинга птицеводческого предприятия. Обоснована инновационная стратегия развития предприятий птицеводческой отрасли яичного направления на основе совершенствования экономических, организационных, технико-технологических, производственных, управленческих, экологических составляющих этой системы.

**Ключевые слова:** эффективность, стратегия, птицеводческие предприятия, инновационная стратегия.

#### **Justification of a strategy to improve the efficiency of production of egg products of poultry**

**S. Didenko**

The paper presents the stages of strategy development and algorithm development of a strategic marketing program Poultry Farm. Justified innovative strategy of enterprise development direction of egg poultry industry by improving the economic, organizational, technical, technological, operational, managerial, environmental components of this system.

**Key words:** efficiency, strategy, poultry enterprises, innovative strategy.