

methods. When counting cells in milk films stained by any method there were not found the samples with somatic cell count to  $100 \times 10^3$  cells/ml. The greater number of cells in direct counting of somatic cells in sheep milk films, stained by any method was determined than using appliances. To calculate somatic cells in sheep's milk, the Prescott and Breed method is used. For staining sheep's milk films the May-Grunwald method is proposed, because the cytoplasm and the somatic cell nuclei are better colored, and the cost of the dyes is much less than in the method with pironin Y. With the increase in the somatic cell count, protein and lactose decreased, and electrical conductivity increased.

**Key words:** sheep milk, somatic cell count, milk films, fat, protein, conductivity, lactose, staining of smears, pironin Y, May-Grunwald.

\* – Науковий керівник – ЗАЖАРСЬКА Н.М., к.вет.н., доцент

## **ПРИНЦИПИ КОНКУРЕНЦІЇ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА**

М.В. КРАВЧЕНКО, *кандидат економічних наук, доцент*

О.О. ІЖБОЛДІНА, *кандидат сільськогосподарських наук, доцент*

**Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна**

Конкурентоспроможне птахівниче підприємство повинне не тільки перевершити конкурентів з позицій ефективнішого використання внутрішнього потенціалу, але й володіти гнучкою, адаптивною реакцією на зовнішні можливості й загрози. Забезпеченню конкурентоспроможного розвитку підприємств перешкоджають безсистемність і розпорошеність надходжень коштів у модернізацію їх виробничої діяльності, низька інвестиційна активність, відсутність комплексного застосування інноваційних технологій, недосконалість економічного механізму управління виробничим процесом та міжгалузевих зв'язків і економічних відносин із переробними підприємствами та підприємствами торгівлі, недостатня державна підтримка.

У цьому аспекті особливої актуальності набуває дослідження формування й розвитку конкурентоспроможності підприємств птахівничого комплексу.

Серед усіх продовольчих товарів важливе місце займають органічні продукти, зокрема м'ясо птиці (кури, гуси, качки, індики), а ринок органічної продукції за рівнем значущості займає лідируючі позиції в системі вітчизняних ринків продовольства. В Україні продукти з птиці традиційно належать до числа пріоритетних груп продовольчих товарів. Ступінь забезпеченості населення продуктами птиці є одним з ключових індикаторів якості життя населення та стану продовольчої безпеки країни. Отже, об'єктивна необхідність організації

процесу управління конкурентоспроможністю підприємства в аграрному секторі обґрунтовується такими положеннями:

- переробні організації є відкритими системами, повною мірою залежними від стану зовнішнього середовища;

- в умовах активної конкурентної боротьби між виробниками органічної продукції стратегічна орієнтація цілей підприємства на перспективу дозволяє реагувати на фактори невизначеності й ризику зовнішнього середовища;

- складність прогнозування майбутнього стану ринкової структури викликає необхідність використання управлінських технологій;

- ефективне реагування підприємства на вплив зовнішнього середовища неможливе без наявності у нього адаптаційних здібностей.

Зважаючи на недостатність вивчення даної проблеми, вважаємо актуальним виділити особливості формування конкурентних переваг, які властиві підприємствам аграрного сектору.

Конкурентоспроможність виробника показує його пристосованість у стратегічній перспективі до зовнішніх змін. Деякими авторами під конкурентоспроможністю суб'єкта розуміється комплекс взаємопов'язаних економічних характеристик (факторів), впливаючи на які, можна досягти ринкової переваги [1]. Інші дослідники визначають конкурентоспроможність суб'єкта як здатність максимально ефективно використовувати наявний потенціал з метою забезпечення вигідної ринкової позиції.

Наявність багатьох трактувань конкурентоспроможності та відсутність єдиного методичного підходу до її оцінки свідчить про важливість проблеми і необхідність подальшого її дослідження. Під конкурентоспроможністю підприємства будемо розуміти багатофакторну характеристику, яка відображає здатність суб'єкта змагатися з конкурентами в межах певного ринкового простору за рахунок забезпечення конкурентних переваг внутрішніх складових господарської діяльності та виробленої продукції (товарів, послуг) відповідно вимог даного ринку та споживчим потребам в конкретний момент часу.

Конкурентний статус виробника впливає на розробку й вибір стратегічних управлінських рішень в галузі формування конкурентних переваг. Різні типи виробників диференційовані за розміром та ринковою часткою. Вони також різняться внутрішніми можливостями, що разом з характером і силою зовнішньої дії впливає на процес формування конкурентних переваг та призводить до створення їх характерних типів.

Наявність в структурі сучасних ринків декількох внутрішньогалузевих сегментів призводить до того, що виробник або зосереджений на незначній кількості ринків, або намагається охопити більшість з них. Конкурентна позиція підприємства, яка досягнута завдяки використанню наявних переваг виступає

«відправною точкою» при виборі майбутньої конкурентної стратегії, що припускає формування нових типів переваг [2].

Відповідно до наведеної інформації підприємство під час зміни ринкових позицій проходить цикл конкурентного розвитку. В даному процесі реалізується стратегія формування конкурентних переваг агропромислового підприємства.

Зміна конкурентного статусу виробника в результаті впливу зовнішніх умов господарювання, передбачає також зміну типів створюваних переваг. Визначення місця й ролі суб'єкта в конкурентному середовищі є необхідною умовою подальшої розробки конкурентної стратегії.

### Бібліографія

1.Вініченко І.І. Стан та перспективи розвитку птахівничих підприємств в Україні/ І.І. Вініченко, Д.В. Маховський// Агросвіт № 24, 2015. – С. 4-6.

2. Стан та напрямки розвитку підприємств галузі птахівництва. Електроний ресурс. Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/309219917\\_stan\\_ta\\_napramki\\_rozvitku\\_pidpriemstv\\_galuzi\\_ptahivnictva](https://www.researchgate.net/publication/309219917_stan_ta_napramki_rozvitku_pidpriemstv_galuzi_ptahivnictva).

**УДК 636.22/28.034**

### **РІВЕНЬ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ІНТЕНСИВНІСТЬ МОЛОКОВІДДАЧІ КОРІВ-ПЕРВІСТОК РІЗНИХ ПОРІД**

О.В. ЛЕСНОВСЬКА, кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Л.В. КАРЛОВА, кандидат сільськогосподарських наук, доцент

І.В. ДЕБЕРИНА, аспірант

*Анотація.* Ефективність відтворення стада та подальший рівень молочної продуктивності значною мірою залежать від віку першого осіменіння та першого отелення корів-первісток. Найвищий надій спостерігався серед первісток червоної степової породи, яких вперше осіменили у віці 481-540 днів, а серед первісток української чорно-рябої молочної породи – у віці 541-600 днів.

*Ключові слова:* молочна продуктивність, інтенсивність молоковіддачі, корови-первістки, червона степова, українська чорно-ряба молочна.

В країнах Європи приділяють особливу увагу вдосконаленню технології виробництва дешевого, але в той же час високоякісного молока [1,2]. Інтенсифікація виробництва молока передбачає постійне підвищення молочної продуктивності корів, збільшення виробництва високоякісних кормів, впровадження прогресивних ресурсо- та енергоощадних технологій, механізація