

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.05 – МКР. 1915 “С” 2022.12.29. 05 ПЗ

**ГОНЧАРА СЕРГІЯ ГРИГОРОВИЧА**

**2023 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

УДК 005.511(083.92)631.576.3:633.15

ПОГОДЖЕНО ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Декан факультету аграрного менеджменту

В.о. завідувача кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК Тетяна ВЛАСЕНКО  
(підпис) (ПІБ) (підпис) (ПІБ)  
“ ” 2023 р. “ ” 2023 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на тему «БІЗНЕС-ПЛАН ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ НАСІННЯ КУКУРУДЗИ»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами  
Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми  
д.е.н., професор Лідія ШИНКАРУК  
(підпис) (ПІБ)  
Керівник магістерської кваліфікаційної роботи  
к.е.н., доцент Віталій ГАВРИЛЮК  
(підпис) (ПІБ)

Виконав Сергій ГОНЧАР  
(підпис) (ПІБ студента)  
КИЇВ - 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри виробничого та  
інвестиційного менеджменту

д.е.н., професор

Марина ДІЛИНІ

(підпис)

2022 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
СТУДЕНТУ

Гончару Сергію Григоровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними  
проектами»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Бізнес-план відкриття  
підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи»

затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 грудня 2022 р. №1915

«С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 10 листопада 2023 р.

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: закони та нормативно-  
правові акти України; словникові та довідникові джерела; електронні джерела;  
вітчизняні та іноземні джерела

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Проаналізувати внутрішній ринок виробництва насіння кукурудзи.
2. Провести аналіз цільової аудиторії та конкурентного середовища, розробити організаційно-виробничий та маркетинговий план, провести фінансову і економічну оцінку ефективності бізнес-проекту.
3. Надання пропозицій щодо впровадження бізнес-плану.

Дата видачі завдання "30" грудня 2022 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної  
роботи

Віталій ГАВРИЛЮК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання

Сергій ГОНЧАР

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

# РЕФЕРАТ

# НУБІП України

Магістерська робота «Бізнес-план відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи», об'ємом 57 сторінки, включає три розділи, висновки та список використаних джерел. Робота містить 19 рисунків, 10 таблиць і посилається на 25 джерел.

# НУБІП України

У першому розділі було проаналізовано внутрішній ринок виробництва насіння кукурудзи, проведено огляд міжнародного досвіду, зокрема приділено увагу аспектам технології вирощування насіння кукурудзи.

# НУБІП України

У другому розділі було визначено концептуальне значення та цілі бізнес-проекту, проведено аналіз цільової аудиторії та конкурентного середовища, розроблено організаційно-виробничий та маркетинговий план, проведена фінансова і економічна оцінка ефективності бізнес-проекту, а також оцінено ризики і ринкові можливості запуску проекту відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи.

# НУБІП України

У третьому розділі наведено пропозиції щодо впровадження бізнес-плану та описано план розвитку проекту.

Ключові слова: бізнес-план, насінництво, кукурудза, інвестиції, прибуток.

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України

## ВСТУП

Сучасні тенденції на ринку сільськогосподарської продукції формуються через підвищення вимог до якості насіння. Це сприяє стабільності на ринку, але одночасно призводить до зростання конкуренції. Ця ситуація вимагає додаткового державного втручання для підтримки програм селекції.

**Актуальність теми.** Сучасний сільськогосподарський бізнес обмежений можливістю розширення посівних площ. Проте науково-технічний прогрес надав можливість покращити врожайність та якість продукції. Також формується новий рівень міжнародного і національного регулювання ринків, що ускладнює конкурентну боротьбу. Зростання популярності генетично модифікованих культур також впливає на аграрний сектор та підсилює конфлікти на ринку. Все це призвело до підвищення значення селекції та насінництва та розвитку ринку насіння та насінневого матеріалу.

Закордонні та вітчизняні дослідники та вчені приділяли увагу темі інвестицій та бізнес-проектуванню у своїх дослідженнях, такі як М. Кх. Мескон, Ф. Котлер, Л. Шинкарук, О. Лойк, Т. Ковальчук, В. Гаврилюк, А. Гайдуцький. та інші вчені.

**Метою даної магістерської роботи** є процес розробки бізнес-плану для відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи.

Зазначена мета дослідження визначає послідовність та спрямування виконання таких завдань:

- проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього ринку насіння кукурудзи та визначення перспектив розвитку.
- виокремлення основних цілей та завдань бізнес-плану та детальний аналіз проблем, які планується вирішувати.
- оцінка цільової аудиторії, яка включає в себе аналіз потреб і вимог споживачів насіння кукурудзи.
- проведення аналізу конкурентів, з метою ідентифікації їхніх переваг і недоліків та формування власної конкурентної стратегії.

• розробка організаційного плану бізнес-проєкту, включаючи детальний аналіз особливостей виробництва та реалізації насіння кукурудзи.

- розробка фінансового плану проєкту, визначення його ефективності і фінансових потреб.

**Об'єктом дослідження** є процес розробки та впровадження бізнес-плану для створення підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи.

**Предметом дослідження** є теоретичні, методологічні та практичні аспекти цього бізнес-плану, включаючи аналіз ринку, організаційно-виробничий план, маркетингову стратегію, фінансовий план і ризики.

Для досягнення цілей дослідження та вирішення поставлених завдань, були використані загальні теоретичні методи наукового аналізу, такі як структурно-функціональний аналіз об'єкта та предмета дослідження, а також статистичний метод. Крім того, застосовувалися спеціалізовані методи, такі як формально-юридичний аналіз та теоретичний аналіз літературних джерел з обраної проблеми.

Отримані результати дослідження були презентовані та обговорені під час VI Міжнародної науково-практичної конференції на тему "Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору", яка відбулася у місті Київ у 2022 році. Крім

того, ключові висновки та положення з магістерської роботи були представлені у формі тез на VII Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції на тему "Роль молоді у розвитку агропромислового комплексу України", яка також мала місце в Києві у 2023 році.

Кваліфікаційна магістерська робота має таку структуру: вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел. Усього в списку використаних джерел міститься 25 джерел. Обсяг тексту становить 57 сторінки, крім того, в роботі розміщено 19 рисунків і 10 таблиць.

# НУБІП України

## РОЗДІЛ 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ НАСІННЯ КУКУРУДЗИ В УКРАЇНІ

### 1.1. Тенденції розвитку світового ринку насіння кукурудзи

У цьому сезоні вирощування кукурудзи стало викликом для сільськогосподарських секторів у всьому світі, і це обумовлено кількома факторами. Окрім вже існуючої економічної нестабільності, пов'язаної з пандемією COVID-19, у світі також виникла військова агресія Росії в Україні.

Це призвело до стрімкого зростання цін на газ і нафту, що в свою чергу призвело до підвищення вартості послуг, включаючи сушіння та перевезення.

У деяких регіонах, які спеціалізуються на вирощуванні кукурудзи, також виникли проблеми зі збором врожаю через погодні умови. Проте

незважаючи на ці труднощі, аналітики USDA в листопаді вирішили

прогнозувати збільшення світового виробництва кукурудзи на 6,4 мільйони тонн у поточному маркетинговому році 2021/22. Згідно з даними організації,

загальний світовий урожай кукурудзи складе 1 204,62 мільйони тонн, а обсяг експорту в 2021/22 маркетинговому році оцінюється експертами USDA в

203,47 мільйонів тонн.

Компанія Louis Dreyfus також повідомила, що світове виробництво кукурудзи збільшилося на 32% в період з 2011 по 2022 роки. Цей ріст має

обґрунтовані підстави і, з урахуванням поточних тенденцій, очікується його подальше зростання.

Однією з головних причин такого зростання є збільшення світового населення. На перший погляд, використання лише 12% світового виробництва кукурудзи для харчових цілей може здатися невеликим. Проте 60% загального

використання кукурудзи в світі припадає на корми для птахів та тварин, що

підтверджує, наскільки важливо забезпечувати необхідною кількістю цієї культури.

Другим чинником, який сприяє зростанню виробництва кукурудзи в світі, є зміни в екологічних політиках, спрямовані на використання

альтернативних джерел енергії, зокрема біоетанолу. Зараз близько третини світового виробництва кукурудзи використовується для технічних цілей, включаючи виробництво біопалива.

У зв'язку із «зеленою» політикою Європейського Союзу та іншими світовими стратегіями, стає очевидним, що сфера вирощування кукурудзи набуватиме додаткового значення. Наприклад, на сьогоднішній день у Сполучених Штатах Америки близько 50% вирощеної кукурудзи використовується для виробництва біоетанолу.

Найбільшим світовим виробником кукурудзи є США. Більшу частину врожаю країна використовує для внутрішнього споживання, лише приблизно 17% експортується. Однак, навіть з такими обсягами, Сполучені Штати Америки залишаються найбільшими експортерами кукурудзи. За прогнозами, цього року країна збере 377 мільйонів тонн кукурудзи, з яких 63,3 мільйонів тонн піде на експорт.

Другим за кількістю виробництва кукурудзи у світі є Китай. Прогнозується, що у цьому році Китай зібере 273,5 мільйони тонн кукурудзи. Однак, щодо зовнішніх ринків, ситуація виявляється прямо протилежною американській: китайську кукурудзу взагалі не експортується, всю її споживає внутрішній ринок. Крім того, Китай є лідером за обсягами імпорту. Наприклад, 35% від загального експорту кукурудзи з України спрямовується саме до цієї країни. За прогнозами експертів, Китай закупить приблизно 26 мільйонів тонн зерна кукурудзи у поточному сезоні.

Третім світовим лідером у виробництві кукурудзи є Бразилія. Країна також входить у перелік найбільших експортерів цієї культури. Очікується, що цього року обсяг виробництва кукурудзи в Бразилії складе 86,6 мільйонів тонн, і більше чверті цього врожаю (приблизно 23 мільйони тонн) буде експортуватися.

Аргентину також можна віднести до світових гігантів у виробництві кукурудзи, не стільки за обсягами виробництва, скільки за масштабами експорту. Згідно з листопадним звітом USDA, очікується збільшення



виробництва кукурудзи в Аргентині до 54,5 мільйонів тонн та рекордний обсяг експорту – 39 мільйонів тонн, що становить більше 71% від загального виробництва.

Україна, подібно до Аргентини, має схожу ситуацію: обсяги виробництва кукурудзи, порівняно з гігантами, можуть бути не такими великими, але разом із Сполученими Штатами, Бразилією та Аргентиною вона входить до групи найбільших світових продавців кукурудзи, які забезпечують 85% експорту цієї культури. Щорічно 75-85% української кукурудзи експортується на зовнішні ринки. З тієї кількості, що залишається для внутрішнього споживання, 90% використовується для виробництва кормів.

Міністерство аграрної політики та продовольства України очікує рекордного врожаю кукурудзи у цьому сезоні – 40 мільйонів тонн. Аналітики USDA в своєму останньому звіті передбачають, що українські сільськогосподарські виробники зберуть 38 мільйонів тонн кукурудзи, з яких 31,5 мільйонів тонн буде експортуватися.

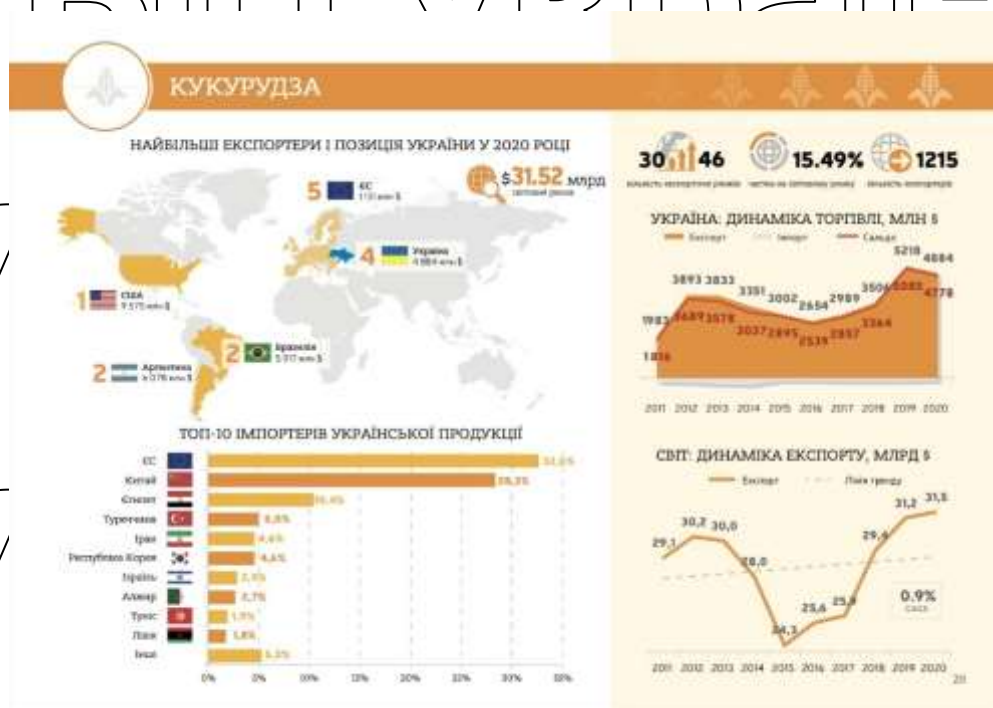


Рис. 1.1 Структура експорту кукурудзи Україною в 2020 р.

Джерело: складено автором даними latifundist.com [6]

Основним покупцем української кукурудзи є Європейський Союз. Близьке розташування не тільки сприяє зручності логістики до країн ЄС, але й робить українську кукурудзу для них більш екологічною. Серед країн, які

найбільше імпортують українську кукурудзу, варто відзначити Китай. Крім того, цей продукт має попит у країнах Близького Сходу. За словами Олександра Карпенка, голови Чорноморського регіону компанії Louis Dreyfus Company, перспективним ринком для українських аграріїв є Туреччина.

Важливо відзначити, що з 1991 року Україна збільшила виробництво кукурудзи у 8 разів, але за врожайністю все ще відстає від країн Євросоюзу. У

сезон із середніми умовами, з 1 гектара, українські фермери збирають приблизно 7 тонн кукурудзи, в той час як європейські фермери досягають показників більше 10 тонн. Аналітики компанії Louis Dreyfus Company вважають, що протягом наступних 10 років Україна може наздогнати за врожайністю кукурудзи такі країни, як Німеччина та Франція.

У глобальному ринку кукурудзи Україна займає приблизно 15% ринкової частки. У минулому маркетинговому році це призвело до виручки у розмірі \$5,1 мільярда. Українським виробникам є де рости в цьому напрямку, оскільки експортні квоти постійно зростають. Наприклад, у 2020 році вони склали 600 тисяч тонн, а в 2021 році вже 650 тисяч тонн.

Важливо відзначити, що лише 3-5% української кукурудзи є генетично модифікованою. Україна вже зайняла свою нішу на світовій карті кукурудзи, спрямованою на ринки, які віддають перевагу кукурудзі без ГМО, і в цьому напрямку наші виробники створили свій бренд. Хоча в майбутньому це може змінитися, бо ГМО-кукурудза має свої переваги, включаючи легкість в прогнозуванні врожайності та плануванні збільшення виробництва. Проте кожен виробник вибирає, яку стратегію він бажає приймати, і на сьогоднішній день кукурудза без ГМО є більш ліквідним продуктом.

Зокрема, для підтримки і зміцнення своєї позиції на глобальному ринку кукурудзи, українським аграріям слід звертати увагу на кілька трендів:

НУВІП УКРАЇНИ

- Сталий розвиток, який вже впроваджується у всьому світі. Це може надати можливість отримувати премії за експортний товар і відкривати нові європейські ринки та напрямки.

- Збільшення виробництва кукурудзи без ГМО для задоволення попиту ринків, які віддають перевагу такому продукту.

НУВІП УКРАЇНИ

- Розвиток нових технологій та підходів до вирощування кукурудзи для підвищення врожайності та якості продукту.

- Розширення географії експорту та пошук нових покупців, таких як Туреччина, що може стати перспективним ринком для українських аграріїв.

НУВІП УКРАЇНИ

## 1.2. Аналіз та особливості внутрішнього ринку насіння кукурудзи

### в Україні

НУВІП УКРАЇНИ

Україна продовжує відзначати консолідацію площ під кукурудзою та соняшником, оскільки ці культури засіваються на великих площах у більшості регіонів країни. Це призводить до значного збільшення попиту на насіння цих культур.

Однак в сегментах соняшнику, кукурудзи та ріпаку важливою є імпортна складова насіннєвого матеріалу. З урахуванням впливу кліматичних змін, які стають дедалі жорсткішими на агровиробництво в Україні,

НУВІП УКРАЇНИ

насіннєвим компаніям потрібно розширювати лінійки насіння, адаптованого до нових умов та вирощування в конкретних регіонах. Це вимагає локалізації виробництва насіння в Україні, що посилює потенціал для експорту.

Посівні площі під зерновими та олійними культурами в Україні за останні роки залишаються в районі близько 25 мільйонів гектарів. Серед цих культур переважають площі під соняшником, кукурудзою та пшеницею.

НУВІП УКРАЇНИ

Пшениця є найбільш стабільною культурою для України, з посівами, які змінюються незначно, переважно через зміну ярого та озимого видів залежно від кліматичних умов.

НУВІП УКРАЇНИ

Пшениця є найбільш стабільною культурою для України, з посівами, які змінюються незначно, переважно через зміну ярого та озимого видів залежно від кліматичних умов.

Щодо інших культур, у 2020 році площі під соняшником досягли рекордних 6,6 мільйонів гектарів. Посіви кукурудзи залишаються стабільними протягом останніх 3-4 років, але частка зернової культури в структурі посівів зросла з 18% до 22% з 2015/16 МР. Також варто відзначити поступове зменшення площі під ячменем, соєю та ріпаком.

Щодо насінневого фонду для задоволення потреб посівних площ, він головним чином формується завдяки насінню пшениці, оскільки норма висіву цієї культури є однією з найвищих. У той час, не зважаючи на великі площі під кукурудзою та соняшником, їхній насінневий фонд є обмеженим. Таким чином, лише дві польові культури, ячмінь і пшениця, формують майже 80% насінневого фонду України, і цей фонд переважно місцевого виробництва.



Рис. 1.2 Посівні площі під зерновими та олійними культурами в Україні, тис.га 2015-2022 рр.

Джерело: побудовано за даними uga.ua [4]

Імпорт насінневого матеріалу до України виявляється досить інтенсивним явищем. У період з 2017 по 2019 роки, Україна щорічно імпортувала понад 60 тисяч тонн насіння шести основних польових культур. Проте, ця кількість становила всього 2-3% від загальних потреб у насінні для

тих культур. Але для таких культур, як кукурудза, соняшник та ріпак, обсяг імпорту значно вищий.

Це призвело до значних витрат на закупівлю насіння в Україні, які становили більше 400 мільйонів доларів США, проте у 2020 році спостерігалася зниження як за обсягами, так і в грошовому еквіваленті. Це було спричинене саме активним розвитком локального виробництва посівного матеріалу в Україні.



Рис. 1.3 Насінневий фонд основних с/г культур в Україні, тис.тонн

Джерело: складено автором даними uga.ua [4]

Дані Митної служби свідчать про обмежений імпорт насіння пшениці до України. Це означає, що практично весь насінневий фонд для цієї культури є результатом внутрішньої селекції України або іноземного насіння, вирощеного в Україні. Ситуація з ячменем має схожий характер, проте основний обсяг закупівель стосується насіння пивоварних сортів. Таким чином, обсяг імпорту насіння ячменю більший, ніж пшениці, але його частка в загальному насінневому фонді залишається дуже невеликою.

З урахуванням інших культур, найбільший відсоток імпортованого насіння, від 70% до 81%, спостерігався для соняшнику в період з 2017 по 2019 роки. Проте у 2020 році ця частка знизилася до 58%. Щодо кукурудзи, то в

останні три роки вона складала приблизно третину і тільки у 2020 році спостерігалася її зниження до 19%. Такий тренд в значній мірі пов'язаний із високими показниками урожайності кукурудзи, які були зафіксовані, зокрема, рекордними у 2019 році. Для ріпаку також характерна значна частка імпорту.

Проте, у 2020 році спостерігалось її збільшення до 44%, що, ймовірно, пов'язано зі зменшенням інтересу фермерів до вирощування цієї культури та спадом попиту на неї.

З аналізу статистичних даних виразно видно сезонність імпорту насіння майже всіх культур, залежно від початку сезону висіву. Зазвичай активні закупівлі насіння розпочинаються за 2-3 місяці до початку сівби. Наприклад, невеликі обсяги пшениці зазвичай купуються в березні, озимого ячменю – в липні-вересні, а ярого ячменю – в січні-березні. Щодо насіння кукурудзи та інших культур, то вони також імпортуються в основному в січні-березні.

У зв'язку з географією імпорту посівного матеріалу, варто відзначити, що Україна має кілька лідерів-постачальників як за кількістю, так і за вартістю закупівель, і ці постачальники розташовані на різних континентах. За обсягами закупівель посівного матеріалу для основних польових культур Україна найбільше спирається на європейські країни, такі як Австрія, Німеччина, Чехія, Румунія, Франція, Угорщина та інші.

Однак, з грошового погляду, найбільше коштує закупівля посівного матеріалу в США, завдяки логістичним особливостям. Кожного року Україна витрачає приблизно \$100 млн або чверть від загальних витрат на такий посівний матеріал. Варто зауважити, що ТОП-5 країн-постачальників за вартісними показниками у 2019 та 2020 роках залишається незмінним, але частки країн можуть змінюватися. Наприклад, Туреччина поступилася Франції, а Румунія – Угорщині.

У 2020 році Україна відправила на зовнішні ринки 8,7 тисяч тонн українського посівного матеріалу для шести ключових польових культур, що призвело до надходження приблизно \$15 млн валютної виручки для держави. Цей показник трохи перевищує результати попередніх двох років.

Важливо відзначити, що валютний дохід від експорту посівного матеріалу є співставним з прибутком від відвантажень окремих продуктів переробки сільськогосподарської продукції, таких як борошно чи висівки.

Однак сегмент посівництва має більший потенціал для розвитку з огляду на його вищу наукову складову, і загальна додана вартість, створена в Україні в цьому секторі, може бути значною. Стосовно структури виручки, основну її частку формує експорт посівного матеріалу для кукурудзи - 89%, а також деякий обсяг для соняшнику - 8% і сої - 0,3%. Решта культур експортується в обмежених обсягах.

У 2020 році майже 78% від обсягів насіння кукурудзи були експортовані до Білорусі, а менше частки направлялися до Румунії, Молдови, Казахстану та Узбекистану. Стосовно українського посівного матеріалу соняшнику, експортний ринок був більш різноманітним, охоплюючи країни близького зарубіжжя, такі як Грузія, Казахстан, Молдова, а також європейські країни, такі як Угорщина і Австрія.

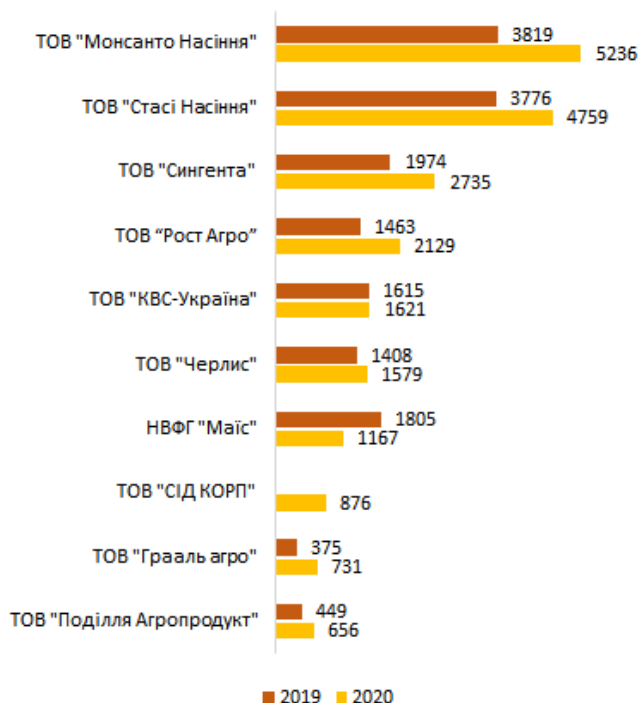
Слід зазначити, що ринок насіння в Україні активно розвивається, зокрема сегмент кукурудзи. У 2020 році до Реєстру сертифікатів на насіння та/або садивний матеріал було внесено 340 сортів та гібридів кукурудзи, які були в обігу, що трохи менше, ніж у 2019 році (344 сорти та гібриди). Однак площа під кукурудзою на насіння в 2020 році зросла до 29,3 тисяч гектарів, порівняно з 27,9 тисяч гектарів у 2019 році.

Аналізуючи реєстр сертифікатів, можна відзначити зміни в ТОП-10 сортів та гібридів кукурудзи, які вирощувалися на найбільших площах в 2020 році. Більшість цих сортів і гібридів були вирощені суб'єктами господарювання, які виробляли понад 73% загального обсягу вирощування насіння кукурудзи у 2020 році.

Серед ТОП-10 сортів та гібридів кукурудзи у 2020 році були такі назви: П 8816, ДН Пивиха, ДКС 4351, ДКС 3939, СИ Феномен, ДКС 3969, ДК Хотин, ДКС 4014, ДН Галагея та ДКС 3972. Ці сорти і гібриди в 2020 році займали

майже чверть (23%) загальної площі вирощування насіння кукурудзи, що становило понад 6,8 тисяч гектарів.

**ТОП-10 виробників кукурудзи на насіння в Україні за посівними площами, га**



**Рис. 1.4 ТОП-10 виробників кукурудзи на насіння в Україні за посівними площами, га**

Джерело: складено автором даними ark-inform.com [5]

У порівнянні з 2019 роком, склад ТОП-10 сортів та гібридів кукурудзи зазнав змін. Наприклад, у 2019 році до ТОП-10 входили такі сорти як П 9241, ДБ Хотин, Гран 6, Тесла, Гран 220, СИ Феномен, П 8816, ПР39Б76, П9074.

Загальна площа вирощування цих сортів становила 26% від загальної площі вирощування кукурудзи на насіння у 2019 році. Таким чином, можна відзначити значні зміни у виборі сортів і гібридів українськими сільськогосподарськими підприємствами.

У 2020 році кількість суб'єктів господарювання, які внесли дані про площі вирощування насіння кукурудзи до Реєстру сертифікатів на насіння та/або садивний матеріал, збільшилася до 106 (у порівнянні з 101 в 2019 році).



Як вже було зазначено раніше, частка ТОП-10 суб'єктів господарювання у загальному виробництві насіння кукурудзи у 2020 році становила 73%. До цього рейтингу за площами посіву входили такі компанії:

У 2020 році основними регіонами з вирощування насінневої кукурудзи стали Черкаська, Полтавська, Дніпропетровська, Київська та Вінницька області, які також входять до числа найбільших виробників товарної кукурудзи.

Попит на українське насіння існує і має потенціал для подальшого зростання. Виробники насіння, що працюють в Україні, готові задовольнити цей попит і мають можливість надати фермерам насіннєвий матеріал, враховуючи всі агрокліматичні та політичні зміни. Отже, експорт насіння з України також є перспективним напрямом.

### 1.3. Технологія вирощування насіння кукурудзи

Кукурудза є важливою стратегічною культурою для України, і її вирощують практично в усіх регіонах країни, незалежно від місцевих кліматичних умов і розмірів господарств. Навіть якщо кукурудза і може здаватися на перший погляд простою у вирощуванні культурою, досягнення високих і стабільних врожаїв вимагає наявності відповідних знань і навичок.

Змінюючіся умови, поява нових гібридів, а також проблеми з шкідниками та хворобами змушують виробувачів кукурудзи постійно вдосконалювати свої методи.

Проте не існує загальної технології вирощування кукурудзи, яка б підходила для всіх регіонів. Кожен регіон має свої особливості клімату, тому вирощувачам потрібно адаптувати свої підходи до конкретних умов. Це вимагає врахування порад агровиробників, наукових рекомендацій і власного досвіду.

Основними факторами, що впливають на ріст і розвиток кукурудзи, є температура та вологість. Оптимальна денна температура для вегетації кукурудзи становить 24-30°C, при цьому нічні температури мають бути значно нижчими, щоб уникнути втрати вологи та зменшення сухої маси рослин.

Нижча критична температура для росту та розвитку кукурудзи становить 10°C, і коли вона перевищується, ріст рослин практично припиняється.

Для досягнення фізіологічної стиглості зерна (з вологістю 35-40%), кукурудза повинна накопичити певну суму ефективних температур протягом вегетаційного періоду. Вчені рекомендують різні суми температур для різних груп стиглості.



Рис. 1.5 Ефективні температури протягом вегетаційного періоду вирощування кукурудзи

Джерело: складено автором даними [ark-inform.com](http://ark-inform.com) [5]

Для розрахунку суми ефективних температур за сезон застосовується наступна формула:

$$\text{Сума ефективних температур (°C)} = (\text{Мінімальна температура за добу} + \text{Максимальна температура за добу}) / 2 - 10$$

Ця формула дозволяє обчислити суму ефективних температур для кожного дня вегетації рослин, а потім їх можна додати разом, щоб отримати загальну суму для всього вегетаційного періоду.

Важливо пам'ятати, що температури нижче 10°C рахуються як 10°C, а температури вище 30°C рахуються як 30°C, оскільки температури за межами діапазону 10-30°C не мають значущого впливу на ріст і розвиток кукурудзи.

Окрім температурних умов, важливим фактором є волога. Кукурудза потребує від 450 до 600 мм опадів протягом вегетаційного сезону, з основним

ніжні-серпні. Однак з урахуванням можливих посух важливо накопичувати вологу у ґрунті, зберігати її та забезпечувати доступ коренів рослин до вологи. Це може бути досягнуто за допомогою оптимальної системи

живлення, обробітку ґрунту, вибору густоти посадки рослин та системи захисту.

Також важливим є вибір ґрунту для вирощування кукурудзи. Рослини краще ростуть на родючих та добре дренованих ґрунтах із рН від 5,6 до 7,5. На піщаних ґрунтах та на полях з високим рівнем ґрунтових вод вирощування може бути менш ефективним.

При виборі насіння кукурудзи експерти радять звернути увагу на кілька ключових критеріїв, які допоможуть визначити підходящий гібрид для конкретних умов господарства:

- **Стиглість гібрида (FAO група):** Різні групи стиглості підходять для різних кліматичних зон. Середньостиглі гібриди з FAO 280-390 зазвичай є універсальними та відповідають більшості умов в Україні, але також варто розглядати ранньостиглі та пізні гібриди.

- **Урожайність:** Важливо оцінювати потенціал урожайності гібрида.

Шукайте гібриди з високою урожайністю, але також враховуйте інші фактори, такі як стійкість до стресових умов і хвороб.

- **Показники стійкості:** Перевіряйте, чи має гібрид стійкість до посухи, захворювань та шкідників. Стійкість до стресових умов може бути критичною у зоні зменшеного зволоження.

- **Технології вирощування.** Підбирайте гібриди, які відповідають вашим технологіям вирощування та ресурсам. Розгляньте можливість використання гібридів з певними агротехнічними особливостями, такими як різні системи обробітку ґрунту, живлення тощо.

- **Вологовіддача:** Оберіть гібриди з високою вологовіддачею, якщо ваша область схильна до посух або має незадовільну вологоутримувальну здатність ґрунту.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Допідбність висіву:** Враховуйте площу польового ділянки, де ви будете вирощувати кукурудзу, і вибирайте гібриди відповідно до цього показника.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Досвід вирощування:** Враховуйте свій власний досвід вирощування та результати минулих сезонів. Пам'ятайте, що найкращий гібрид для вас - це той, який відповідає вашим умовам та досвіду.

НУБІП УКРАЇНИ

- **Сортність:** Розгляньте різноманітність гібридів і спробуйте випробувати нові сорти, які можуть мати певні переваги або властивості.
- **Рекомендації виробників:** Консультуйтеся з насіннєвими компаніями та агрономами, які можуть надати рекомендації щодо вибору гібридів на основі вашого регіону та умов вирощування.

НУБІП УКРАЇНИ

Загалом, важливо бути гнучкими та відкритими до нових можливостей, а також спиратися на наукові дані та практичний досвід при виборі насіння кукурудзи для свого господарства.

НУБІП УКРАЇНИ

Варто відзначити, що холодостійкість, власне, отримує недостатньо уваги з боку багатьох агрономів, навіть в наш час, коли весняна погода проявила свою неспроможність перед непередбачуваними коливаннями. Проте фахівці в галузі насіннєвого бізнесу вважають її корисною та важливою характеристикою, оскільки ця особливість сприяє можливості посіву кукурудзи в ранніші строки, що зменшує вплив страхових гербіцидів, використаних під час непередбачених холодних періодів.

НУБІП УКРАЇНИ

Загальною важливою характеристикою є також стійкість результатів у будь-яких умовах вирощування, оскільки капризні гібриди, які втрачають значну частину врожайності при найменших стресових впливах, рідко коли задовольняють агрономів.

НУБІП УКРАЇНИ

В сучасних умовах науково обґрунтовані сівозміни є рідкістю, і через це вирощування кукурудзи у монокультурі стає звичною практикою. Тому вибір

насіння, яке не зазнає негативного впливу монокультури, стає надзвичайно важливим завданням.

Загальний обсяг має бути також на оцінці крихкості зерна, оскільки, навіть якщо гібрид є найурожайнішим, але зерно легко пошкоджується під час збору, то вирощувати його може бути не вигідно. Також важливо враховувати стійкість гібридів до різних гербіцидів, оскільки фітотоксичність деяких діючих речовин на окремих гібридах є досить важливою проблемою.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

**РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС ПЛАН ВІДКРИТТЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ НАСІННЯ КУКУРУДЗИ**

**2.1. Резюме проекту**

Таблиця 2.1.

**Резюме бізнес плану відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи**

Назва проекту	Виробництво та реалізація насіння кукурудзи
Місцезнаходження	Київська область, місто Васильків, вул. Соснова, 13
Ініціатор	Засновник Гончар Сергій Григорович ТОВ «Agro Seeds Technology»
Галузь реалізації проекту	Насінництво
КВЕД	46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин
Продукція	Насіння кукурудзи
Мета проекту:	Відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи
Ціноутворення	Реалізація продукції за оптовими та роздрібними середньоринковими цінами
Збут	Першочерговою стратегією щодо реалізації продукції є внутрішній менеджмент, а саме реалізація зусиль власних менеджерів компанії. В подальшому планується розглянути можливість укладення договорів партнерства з приватними та юридичними особами, що дозволить розширити круг клієнтів та забезпечити більший обсяг продажів.
Вартість проекту	14 320 749 грн
Чистий грошовий потік	5 271 784 грн

Джерела фінансування	Власні кошти, засоби, залучені у партнерів та інвесторів, а також можливий кредит від банку
Термін реалізації проекту	3 роки
Ставка дисконту	15%
Дисконтований період окупності	3 роки 11 місяців
IRR	22,9 %
NPV	1 379 163 грн

Джерело сформовано автором

## 2.2. Поставлені цілі та вирішувані проблеми

Центральний орган виконавчої влади, який відповідає за реалізацію державної політики у сфері державного нагляду (контролю) у галузі насінництва та розсадництва, це Держпродспоживслужба України разом із її регіональними підрозділами. Виникають протиріччя між Законом України «Про насіння і садивний матеріал» та Положенням про Держпродспоживслужбу в частині видачі та анулювання відповідних сертифікатів у галузі насінництва та розсадництва. На додаток до цього, повноваження щодо своєчасного вилучення фальсифікованого насіння та садивного матеріалу з ринку не передбачені в компетенції Держпродспоживслужби.



Рис. 2.1. Дерево проблем проекту

Джерело: сформовано автором.

Головною проблемою у бізнес-проекті, спрямованому на відкриття підприємства з виробництва та продажу насіння кукурудзи, є державний контроль над господарською діяльністю та обмежена ефективність малих фермерських господарств. На рисунку 2.1 представлені основні причини виникнення цієї проблеми та можливі наслідки.

За результатами проведеного аналізу регулюючих інструментів на ринку насіння можна зробити висновок, що значна частина цих інструментів не сприяє розвитку бізнесу і має негативний вплив на нього.

Щодо корупційних ризиків, аналіз показав, що 57% регулюючих інструментів мають високий ризик корупції, 22% мають середній ризик, і лише 21% інструментів мають низький ризик корупції.

Щодо дружності до бізнесу, то 29% регулюючих інструментів виявилися недружніми до бізнесу.

На жаль, результати аналізу показують, що більшість регулюючих інструментів мають високий ризик корупції і не є дружніми до бізнесу, що створює негативне середовище для розвитку сектору насінництва.





Рис.2.2 Дерево цілей проекту

Джерело: сформовано автором.

Створивши логічну модель розвитку підприємства, можна провести аналіз цілей бізнес-проекту та їх складових, які призводять до певних наслідків. Також можна дослідити взаємозв'язки між елементами, що є частинами аналізованої системи, і визначити логіку розвитку ситуацій у бізнесі.

Аналізуючи "дерево цілей" та "дерево проблем" проекту, можна виявити опис майбутнього стану справ, який настане після вирішення проблем, і визначити потенційні шляхи для їх вирішення.

### 2.3. Основні характеристики бізнесу

Концепція проекту – продаж високоякісного насіння кукурудзи для аграрних виробників.

За даною концепцією можна ідентифікувати кілька ключових завдань.

НУБІП УКРАЇНИ

- Провести аналіз внутрішнього та зовнішнього ринку насіння кукурудзи.
- Визначити перспективи розвитку вітчизняного насінництва кукурудзи.

НУБІП УКРАЇНИ

- Визначити головні цілі та завдання бізнес-плану, а також проаналізувати проблеми, які буде вирішувати проект.
- Оцінити цільову аудиторію.
- Провести аналіз конкурентів, які займаються продажем насіння кукурудзи.

НУБІП УКРАЇНИ

- Розробити організаційний план бізнес-проекту та виокремити основні характеристики виробництва та реалізації насіння кукурудзи.

Згідно з результатами досліджень, виробники кукурудзи насіння все частіше використовують високоякісне насіння для підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку зерна. Ця тенденція зумовлена декількома факторами, включаючи збільшений попит на фуражну кукурудзу на світовому ринку, розвиток біоетанольної індустрії та розробку сучасних гібридів кукурудзи селекціонерами, які мають високий потенціал урожайності, короткий період дозрівання та стійкість до стресових погодних умов.

Аналізуючи групування сільськогосподарських підприємств за рівнем урожайності кукурудзи у 2021 році, видно, що господарства, які отримали врожайність вище 80 центнерів з гектара на насіння, витратили 1193 гривень на 1 гектар. Ця сума вдвічі більше, ніж у господарствах, які зібрали менше 25 центнерів з гектара кукурудзи.

Таблиця 2.2.

НУБІП УКРАЇНИ

**Результати групування сільськогосподарських підприємств за рівнем урожайності кукурудзи у 2021 році**

Показник	Групи за урожайністю кукурудзи, ц/га
----------	--------------------------------------

	До 25	23,1-30	30,1-40	40,1-60	60,1-80	понад 80
Урожайність, ц/га	12,2	24,7	34,9	49,6	70,4	93,3
Виробничі витрати на 1 га, грн	2964	4229	4793	5653	6591	8557
Витрати на насіння на 1 га, грн	588	818	912	1016	1143	1193,2
Частка витрат на насіння в загальних витратах, (%)	19,8	19,3	19,0	18,0	17,3	13,9
Ціна реалізації 1 т, грн.	1470	1459	1533	1494	1544	1538
Рентабельність, %	-19,6	3,7	12,4	18,4	19,7	40,5
Чистий дохід з 1 га, грн.	-559,6	159,2	653,6	1144,7	1748,5	3710,7

Джерело: сформовано автором за даними Державної служби статистики

України

Витрати на насіння кукурудзи становлять значну частку у загальних витратах і коливаються від 14% до 20%, залежно від рівня урожайності.

Дослідження показали, що використання високоякісного насіння є вигідним способом підвищити валовий збір на господарстві. Витрати на придбання насіння значно нижчі порівняно з економічним ефектом від збільшення урожайності, який можна отримати через його використання.

Показано, що існує пряма залежність між урожайністю кукурудзи та вартістю насіння, яке використовується при вирощуванні. У сільськогосподарських підприємствах, які досягли урожайності кукурудзи в межах 60-80 ц з 1 га, витрати на насіння становили 38,1 тис. грн або 4762 долари США за 1 тону, що вдвічі перевищує ціну реалізації товарного зерна.

Для урожайності понад 100 ц з 1 га ця вартість становила 47,4 тис. грн або 5925 доларів США.

Також важливо відзначити, що попит на насіння в Україні задовольняється трьома джерелами: виробництвом насіння вітчизняними селекційними установами, вирощуванням насіння на орендованих землях, імпортом поставками насіння іноземної селекції. Гібриди іноземної селекції складають 62% структури сортових ресурсів згідно з Державним реєстром сортів рослин України.

Україна регулярно імпортує насіння кукурудзи на світовому ринку, і ця складова витрат становить понад 220 млн. доларів США щорічно. Більше 99% цих коштів припадає на насіння кукурудзи. Середня вартість 1 тонни

імпортованого насіння під врожай 2021 року становила 5102 долари США за 1 тону, і спостерігається щорічне зростання цього показника в межах 3-10%.

Для сільськогосподарського товаровиробника важливо враховувати, що вартість імпортованого насіння збільшується на шляху від оптової до роздрібною торгівлі. Компанії-дистриб'ютори пропонують імпортне насіння

гібридів кукурудзи за ціною від 57-76 тисяч гривень за 1 тону, що відповідає 7-9,5 тисячам доларів США.

Гібриди кукурудзи зарубіжної селекції, вирощені на території України, мають трохи нижчу ціну порівняно з імпортними гібридами. Порівняльний аналіз вартості показує, що ціни на гібриди таких зарубіжних фірм, як Лімагрейн, КВС і Монсанто, в середньому на 3-20% нижчі від імпортних аналогів.

Найнижчими за ціною є гібриди кукурудзи вітчизняної селекції. Різниця в ціні становить 2-3 рази порівняно з гібридами зарубіжної селекції, вирощеними в Україні. Наприклад, ціна ранньостиглих гібридів ТОВ "Расава" становить 16,1 тисяч гривень за 1 тону, в той час як ціни на гібриди фірм Лімагрейн і КВС коливаються від 46,2 до 59 тисяч гривень за 1 тону.

Середньостиглі гібриди в Інституті селекції і генетики сільськогосподарських культур Національної академії аграрних наук України продаються за ціною 30,2 тисяч гривень, тоді як ціни на гібриди зарубіжної селекції тієї ж стиглості варіюються від 48 до 65 тисяч гривень за 1 тону. Важливо відзначити, що гібриди вітчизняної селекції є особливо популярними серед дрібних товаровиробників кукурудзи через їхню цінову доступність.

Незважаючи на те, що вартість насіння кукурудзи вітчизняної селекції є більш конкурентоспроможною за ціною порівняно з імпортними аналогами, імпортоване насіння має попит на вітчизняному ринку. Обсяги імпорту насіння кукурудзи в останні 10 років зросли в 4 рази і складають 48 тисяч тонн

у 2021 році. Це становить 46% внутрішнього ринку насіння кукурудзи, решта 54% припадає на гібриди вітчизняної та зарубіжної селекції, вирощені в Україні. За оцінками експертів, близько 70-80% внутрішнього ринку насіння контролюється іноземними компаніями.

На сучасному українському ринку сільськогосподарських культур маємо чітку тенденцію - зростання активності потужних приватних іноземних селекційних компаній, які вкладають у свою діяльність значно більше коштів, ніж усі державні селекційно-насінницькі програми разом узяті.

Найвідомішими з таких компаній є Euralis, Maisadour, Syngenta, Монсанта, КВС-Україна та Піонер.

Однак варто відзначити, що українські виробники насіння вітчизняної селекції стикаються зі значними недоліками у сфері маркетингу своєї продукції. У той час як іноземні конкуренти володіють виразнішою політикою впровадження продукції на ринок, починаючи від виробника і закінчуючи споживачем, і вкладають великі кошти у рекламу та дистрибуцію свого насіння. Витрати на маркетингові заходи цих компаній можуть перевищувати річний бюджет України.

Попри це, наукові дослідження вказують на те, що вітчизняні гібриди сільськогосподарських культур, зокрема кукурудзи, відстають за рівнем урожайності від зразків іноземної селекції лише незначно. Крім того, вони мають деякі переваги, такі як адаптивність до кліматичних та ґрунтових умов України та більш доступну цінову політику.

Важливими параметрами конкурентоспроможності насіння зернових культур є їх здатність формувати якість зерна, таку як урожайність, вологовіддача, стійкість до негоди та захворювань. Враховуючи ці фактори, виробники приймають рішення про вибір між вітчизняними та імпортними гібридами. Крім того, обмінний курс гривні впливає на цінову конкурентоспроможність імпортного насіння.

Дослідження свідчать, що імпортні гібриди кукурудзи мають перевагу в гідрофільності порівняно з вітчизняними аналогами, зокрема, вони мають

меншу вологість при дозріванні на рівні 4-10%. Для сільськогосподарських підприємств ця різниця може мати велике значення, особливо для тих, які спеціалізуються на експорті. При цьому вирощування вітчизняних гібридів

може стати більш вигідним з точки зору витрат при реалізації на заводи спиртової промисловості чи використання у кормозаготівлі, де вологість не має вирішального значення.

З метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняного насіння зернових культур, необхідно вдосконалювати державні стандарти та відповідність їх міжнародним нормам. Також потрібне узгодження

вітчизняного законодавства з міжнародними стандартами, що регулюють виробництво та якість насіння. Це дозволить зміцнити позиції українського товарного зерна на світовому ринку.

Підвищення ефективності виробництва кукурудзи можливе завдяки вибору різних гібридів з різною тривалістю вегетаційного періоду, які найкраще відповідають умовам конкретного господарства. Це дозволить зменшити ризики та оптимізувати використання ресурсів. Застосування гібридів різних біологічних груп стиглості може значно підвищити врожайність культури.

Для забезпечення вищого рівня конкурентоспроможності українського зерна кукурудзи на внутрішньому та світовому ринках, важливим є забезпечення сільськогосподарських виробників якісним насінням, що володіє

цінними господарськими характеристиками. Вітчизняне насіння має деякі переваги, такі як висока урожайність, стійкість до критичних погодних умов та адаптація до умов вирощування в Україні. Враховуючи девальвацію вітчизняної валюти, вітчизняне насіння стає більш конкурентоспроможним в порівнянні з імпортом.

Додатковою важливою складовою підвищення конкурентоспроможності є створення сучасної системи доробки та зберігання насіння в насінневих господарствах. Це допоможе зберегти якість та

відповідність стандартам для насіння вітчизняної селекції, забезпечуючи надійний постачальний ланцюг до сільськогосподарських виробників.

Також важливим фактором підвищення конкурентоспроможності є правильний підбір гібридів кукурудзи відповідно до природно-кліматичних умов вирощування. Це дозволяє знизити ризики та оптимізувати використання ресурсів виробників, а також забезпечує більш ефективне вирощування культури та зменшення енерговитрат при післязбиральній обробці зерна.

#### **2.4. Аналіз конкурентного середовища**

Зацікавленість агротоваровиробників у вирощуванні кукурудзи, особливо при зменшенні площ під озимом пшеницею та ярих ячменем, вказує на їхню ринкову орієнтацію та вибір ефективних сільськогосподарських культур. Це рішення приймається з огляду на потенціал кукурудзи як важливої культури для трансферу та забезпечення прибутковості господарств.

Кліматичні зміни і різні технологічні вимоги суттєво впливають на вирощування кукурудзи, і ця культура є ключовою у системі технологічного забезпечення. Щодо технологічних операцій, основний обробіток для кукурудзи відрізняється тим, що він близький до операцій для озимих та знаходиться між операціями для ярих та пізніх ярих культур. Передпосівний обробіток та сівба є найважливішими етапами для кукурудзи. Догляд за посівами вимагає менше уваги порівняно з озимими та пізніми ярими культурами, але більше, ніж для ярих культур. Збирання кукурудзи вимагає специфічних підходів, що відрізняються від інших культур.

Особливо важливим є період передпосівної обробки та сівби, і він вимагає особливої уваги та дотримання відповідних технологічних вимог. Це є ключовим етапом у вирощуванні кукурудзи.

Також важливо враховувати, що параметри збирального періоду для кукурудзи можуть бути розглянуті як системно-технологічний підхід,

відмінний від інших етапів, на рівні яких головну роль відіграють ґрунтово-кліматичні умови.

На сьогоднішній день, важливим стає стає економічне зростання, а не лише досягнення рекордних врожаїв та диверсифікація використання всього аграрного комплексу.

У загальному обсязі посівних площ на 2020/2021 роки під озимою пшеницею зайнято 43 780,55 гектарів, а під кукурудзою - 30 237,5 гектарів.

ПЛОЩА ПІД ВИРОБНИЦТВО НАСІННЯ ЗЕРНОВИХ, ГА					
Пшениці м'якої (озимої)			Кукурудзи		
1	Харківська	5034,96	1	Черкаська	7336,13
2	Одеська	4510,21	2	Полтавська	6896,24
3	Миколаївська	4505,51	3	Дніпропетровська	3668,95
4	Дніпропетровська	4479,23	4	Вінницька	1817,49
5	Полтавська	4030,64	5	Київська	1796,97
6	Запорізька	3026,4	6	Тернопільська	1519,6
7	Хмельницька	2807,33	7	Житомирська	1430,85
8	Тернопільська	2726,7	8	Запорізька	1382
9	Київська	2206,82	9	Хмельницька	1310,65
10	Черкаська	1725,17	10	Харківська	917,75

Рис. 2.3. Площі під виробництво насіння зернових

Джерело: сформовано автором за даними <https://superagronom.com/>

Загальна площа, на яку було вирощено насіння кукурудзи в Україні в сезоні 2020/2021, становила 30 237,5 гектарів. Підприємства, які входять до топ-

десятки в цій галузі, зайняли 71% цієї площі. Найбільша площа, яка становить

4 759,43 гектарів, належить виробнику ТОВ "Стасі Насіння", який вирощує гібриди селекції Pioneer.



	Найменування підприємства	Площа під виробництво насіння, га
1	ТОВ «Стасі Насіння»	4759,43
2	ТОВ «Монсанта Насіння»	4631,35
3	ТОВ «Сингента»	2735
4	ТОВ «Рост Агро»	2129,26
5	НВ ФГ «Компанія «Маїс»	1749,5
6	ТОВ «КВС-Україна»	1621
7	ТОВ «Черлис»	1579
8	ТОВ «СІД КОРП»	876
9	ТОВ «ГРААЛЬ АГРО»	731
10	ТОВ «Поділля Агропродукт»	656,44

**Рис. 2.4. ТОП-10 виробників насіння озимої пшениці**

Джерело: сформовано автором за даними <https://superagronom.com/>

В сезоні 2020/2021 в Україні було зареєстровано 314 сортів кукурудзи.

Площа, на яку вирощували ТОП-10 сортів і гібридів кукурудзи, становила 24,27% від загальної площі, що дорівнює 7339,375 гектарів. Серед ТОП-10 переважно представлені скоростиглі і середньоранні сорти і гібриди.

Найбільшу площу, а саме 1030,22 гектарів, займає ранньостиглий сорт ДН

Кивиха селекції Інституту сільського господарства степової зони НААН.

Таблиця 2.3

**ТОП-10 сортів кукурудзи**

Сорт	Площа по	Група стиглості	Селекція
------	----------	-----------------	----------

	сорт, га			
1	<a href="#">ДН Пивиха</a>	1030,22	ранньостиглий	Інститут сільського господарства степової зони НААН
2	<a href="#">П8816</a>	906,43	середньоранній	<a href="#">Pioneer</a>
3	<a href="#">ДБ Хотин</a>	852,15	середньоранній	Інститут сільського господарства степової зони НААН, Буковинська державна сільськогосподарська ДС ІСГ Карпатського регіону НААН
4	<a href="#">ДКС4351</a>	794,47	скоростиглий	<a href="#">Monsanto</a>
5	<a href="#">ДКС3939</a>	728,64		
6	<a href="#">СИ Феномен</a>	637,00	середньоранній	<a href="#">Syngenta</a>
7	<a href="#">ДКС3969</a>	610,28	скоростиглий	<a href="#">Monsanto</a>
8	<a href="#">П9074</a>	607,18	скоростиглий	<a href="#">Pioneer</a>
9	<a href="#">ДКС4014</a>	592,01	скоростиглий	<a href="#">Monsanto</a>
10	<a href="#">ДН Галагезя</a>	581,00	середньоранній	Інститут сільського господарства степової зони НААН

Джерело: сформовано автором за даними <https://superagronom.com/>

Аналіз комерційних гібридів кукурудзи розкриває високу інтенсивність цього процесу в групах ФАО 210–240, в той час як динаміка менш інтенсивна в групах ФАО 330. Варто відзначити, що спеціалізована селекція, спрямована на зменшення втрати вологості кукурудзою під час дозрівання, виявилася ефективною, і існують приклади, коли пізніші гібриди мають менше вологості, ніж більш ранні. Таким чином, вибір зони, групи стиглості, густоти та інших параметрів технології повинен ґрунтуватися на науковому та технологічному

супроводі. Кожен з цих факторів відображає реалізацію конкретних напрямків комплексу конкурентних переваг.

Група ФАО	Сума ефективних температур, необхідних для формування фізіологічної стиглості за вологості 34–40%, °C	Вегетаційний період, днів	Рівень продуктивності ц/га	Передзбиральна вологість зерна, %
100–149	850–900	80–90	80–85	15–18
150–199	900–1000	90–100	85–95	18–20
200–299	1100	100–115	95–110	20–22
300–399	1150	115–120	110–130	23–24
400–499	1200	120–130	115–135	Ризикований рівень вирощування
500–599	1250–1300	135–140	120–140	
600	Більше 1350	Більше 140	Більше 140	

Рис. 2.5. Критерії ефективності вирощування кукурудзи

Джерело: сформовано автором за даними <https://agro-business.com.ua/>

Отже, важливим є не теоретичний потенційний (рекордний) врожай, а реальний рівень стійкої продуктивності в умовах негоди. Особливо це актуально з урахуванням того, що характер таких типових років (блокувань атмосферних фронтів) став більш різноманітним через кліматичні зміни, що вимагає динамічної корекції технологій та моніторингу.

При цьому важливо пам'ятати, що на ринку споживача важливі якість, ціна і логістика на рівні товарних партій. Умови виробництва, врожайність, технології та витрати - це питання виробника. Якщо він з менш сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами та обмеженими ресурсами може виробляти продукцію на рівні сильнішого конкурента за однакових витрат, то це виправдовує його очікування на вищу маржу і прибуток.

# НУВБІП УКРАЇНИ

## 2.5. Маркетингові заходи з організації бізнесу

Маркетингові комунікації є складною системою заходів та дій, спрямованих на інформування, переконання та нагадування цільової аудиторії про продукти або послуги підприємства, з метою стимулювання їх продажу, підвищення іміджу компанії у суспільстві та налагодження партнерських зв'язків з громадськістю. Важливим аспектом є встановлення інформативного контакту з цільовою аудиторією, що досягається за допомогою запланованих та незапланованих маркетингових звернень [14].

# НУВБІП УКРАЇНИ

Згідно з Ф. Котлером, стратегія маркетингових комунікацій включає наступні етапи:

# НУВБІП УКРАЇНИ

- Визначення цільової аудиторії.
- Постановка комунікаційних цілей.
- Розробка повідомлення.
- Вибір каналів комунікації.
- Формування бюджету маркетингових комунікацій.
- Розробка і управління комплексом маркетингових комунікацій.
- Оцінка результатів.
- Розробка і управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями.

# НУВБІП УКРАЇНИ

# НУВБІП УКРАЇНИ

За П. Дойлем послідовність етапів розроблення маркетингових комунікацій виглядає так:

# НУВБІП УКРАЇНИ

- Вивчення ринку.
- Постановка комунікаційних цілей.
- Розробка повідомлення.
- Визначення бюджету.
- Розробка бюджету та інтеграція комунікацій.
- Оцінка ефективності комунікацій.
- Оцінка маркетингової стратегії.

# НУВБІП УКРАЇНИ

# НУБІП УКРАЇНИ

Ці два підходи включають різні аспекти та підходи до розроблення стратегії маркетингових комунікацій і можуть бути використані в залежності від конкретних потреб і завдань компанії.

Таблиця 2.4

## Загальні характеристики елементів маркетингових комунікацій

Елемент маркетингових комунікацій	Характеристика
Реклама	<ul style="list-style-type: none"> <li>Різноманітна функціональність.</li> <li>Широке використання.</li> <li>Зобов'язана декларация імені рекламодавця.</li> <li>Відсутність однозначної інтерпретації.</li> <li>Емоційна виразність, можливість емоційного впливу.</li> </ul>
Стимулювання збуту	<ul style="list-style-type: none"> <li>Зацікавленість для споживачів.</li> <li>Здатність до цивдкого стимулювання покупки.</li> <li>Інформаційність.</li> </ul>
Особистий продаж	<ul style="list-style-type: none"> <li>Індивідуалізований характер взаємодії.</li> <li>Готовність гнучко реагувати на зміни мотивацій.</li> <li>Формування передумов для майбутньої співпраці.</li> <li>Відносно високі витрати.</li> </ul>
PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Надійність.</li> <li>Змістовність.</li> <li>Анонімність рекламодавця.</li> <li>Відносно невеликі витрати.</li> </ul>
Прямий маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>Здатність до цільового спрямування впливу.</li> <li>Можливість отримання відгуку від споживачів.</li> <li>Гнучкість у відповіді на клієнтські запити та зміну комунікаційної стратегії.</li> <li>Висока вартість одного зв'язку.</li> </ul>

Зважаючи на специфіку діяльності підприємства "Agro Seeds Technology" і характер цільової аудиторії, рекомендується використовувати

алгоритм розроблення стратегії маркетингових комунікацій відповідно до Ф.

Котлера. На першому етапі, який було вже проаналізовано, було визначено, що споживачами продукції "Agro Seeds Technology" є агрохолдинги та великі фермерські господарства.

# НУБІП УКРАЇНИ

Оскільки ця цільова аудиторія має раціональний характер мотивів купівлі, прийняття рішень здійснюється колективно з використанням технічної та економічної інформації. Також враховується спеціалізація фірми, фінансові можливості та обсяги збуту продукції.

Цільовою аудиторією для "Agro Seeds Technology" є фермери та працівники адміністрації агрохолдингів. Тому наступні етапи розробки стратегії маркетингових комунікацій, згідно з алгоритмом Котлера, будуть включати розробку повідомлень, вибір каналів комунікації, формування бюджету, розробку і управління комплексом маркетингових комунікацій, оцінку результатів та розробку і управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями, з урахуванням потреб та характеристик цільової аудиторії.

Розробка програми комунікацій у B2B-сегменті агросектору передбачає наступний алгоритм дій:

- Сформулювання цілей та завдань програми комунікацій. Для визначення завдань необхідно провести аналіз ринку та маркетингового середовища підприємства та сформулювати мету, яку необхідно досягти за допомогою маркетингових комунікацій.
- Визначення цільової аудиторії. Проведення детального аналізу цільової аудиторії, її потреб, характеристик та особливостей для налагодження ефективного спілкування.
- Розробка повідомлення. Створення інформаційних повідомлень, які відповідають цілям та потребам аудиторії, а також враховують специфіку агросектору.
- Вибір каналів комунікації. Визначення оптимальних каналів спілкування з цільовою аудиторією, які найбільш підходять для досягнення поставлених цілей.
- Формування бюджету маркетингових комунікацій. Розрахунок фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми комунікацій, враховуючи фінансові можливості підприємства.

НУБІП України

- Розробка та впровадження комплексу маркетингових комунікацій. Планування та реалізація комунікаційних заходів, які включають у себе рекламу, PR-кампанії, прямий маркетинг, інтернет-маркетинг тощо.

НУБІП України

- Моніторинг та оцінка результатів. Постійний аналіз та відстеження ефективності комунікаційних заходів, коригування стратегії на основі отриманих даних.

НУБІП України

- Розробка і управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями. Поєднання різних видів комунікації для досягнення максимального впливу на цільову аудиторію.

НУБІП України

Цей алгоритм допоможе підприємству «Agro Seeds Technology» ефективно налагодити комунікацію зі своєю цільовою аудиторією в агросекторі.

НУБІП України

## 2.6. Організаційно-виробничий план

НУБІП України

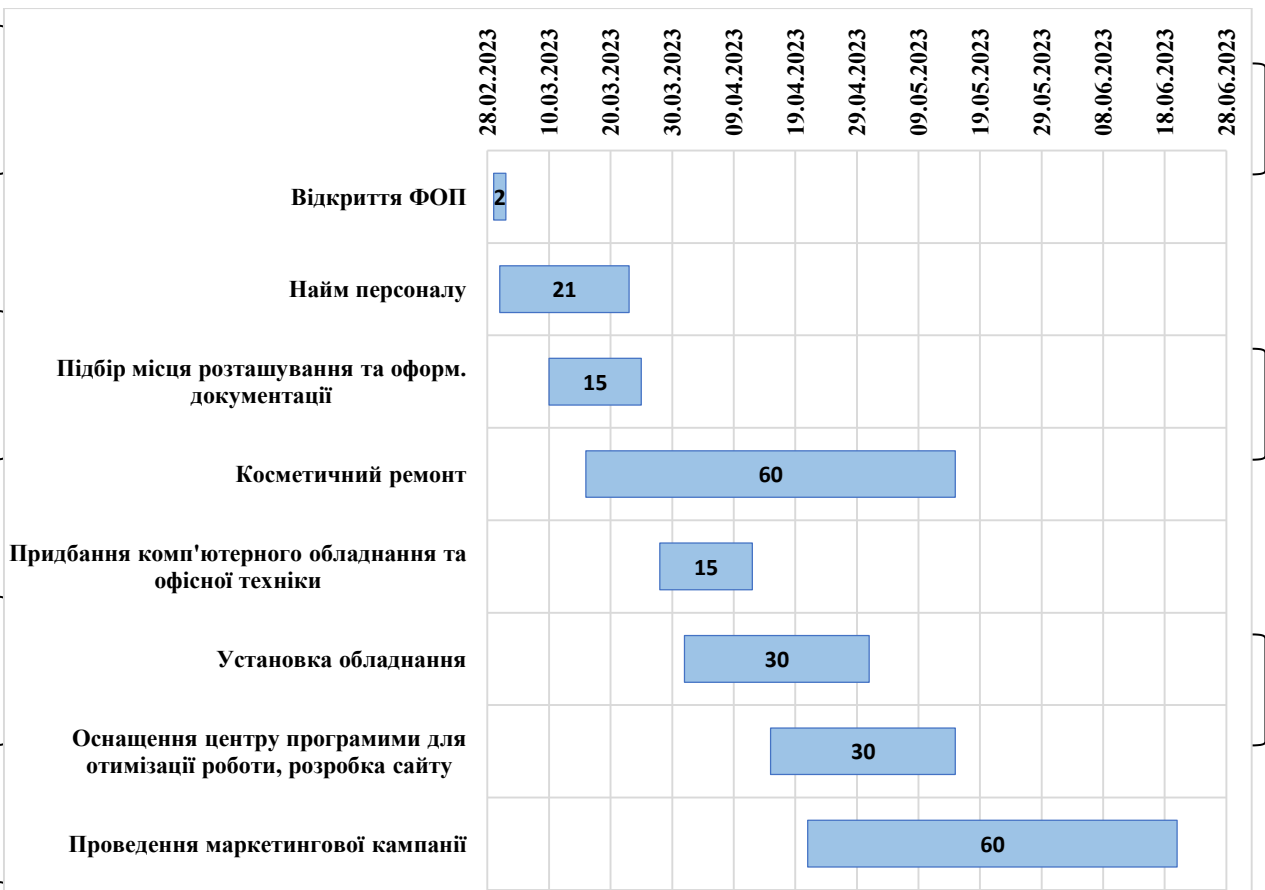
Для відкриття бізнесу в агросекторі необхідно пройти процедуру офіційної реєстрації. Цей етап передбачає отримання необхідних документів у відповідних органах перед тим, як розпочати діяльність, придбати обладнання та вибрати місце розташування. Зазвичай бізнес у цій галузі реєструється як фізична особа-підприємець (ФОП) або юридична особа, зокрема Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), в залежності від кількості інвесторів, які

НУБІП України

беруть участь у розвитку бізнесу та планів щодо його розширення в майбутньому. У нашому випадку нам доцільно обрати реєстрацію, як юридична особа, Товариство з обмеженою відповідальністю.

НУБІП України

Для відображення графіку робіт використаємо діаграму Ганта. Це інструмент, який допомагає візуалізувати розклад робіт та подій у проекті. Вона надає можливість зрозуміти послідовність та тривалість завдань у проекті, що сприяє кращому управлінню проектом та раціональному розподілу ресурсів.



**Рис. 2.6. Діаграма Ганта проекту**

*Джерело: сформовано автором*

Організаційно-управлінська структура – це система взаємозв'язків та взаємодій в організації, спрямована на організацію та координацію діяльності з метою досягнення цілей організації. Ця структура ґрунтується на принципах ієрархічної підпорядкованості.

Основним компонентом організаційно-управлінської структури є потік інформації, який передбачає вертикальний напрямок від нижніх рівнів до верхніх. Важливими складовими цього потоку є планування, положення, інструкції та управлінська інформація.

Організаційна структура також може бути представлена у формі лінійної системи, де головний керівник видає накази, а всі інші підрозділи функціонують на принципі обслуговування. Ця система передбачає існування



однієї лінії управління з різними проміжними рівнями. Планування та контроль виконання завдань здійснюються по вертикалі, від відповідального до виробничих підрозділів, які виконують функції управління.



Рис. 2.7. Графічне зображення організаційної структури управління підприємством

Джерело: сформовано автором

У таблиці 2.5 подана інформація, що стосується заробітної плати для кожного учасника в проєкті.

Таблиця 2.5

### Розрахунок фонду оплати праці, грн.

Посада	Заробітна плата	Заробітна плата із податком	Кількість працівників	Оплата праці, всього
Директор	28 175	35 000	1	35 000
Менеджер	20 125	25 000	4	100 000
Бухгалтер	16 100	20 000	1	20 000
<b>Усього</b>	<b>64 400</b>	<b>80 000</b>	<b>7</b>	<b>155 000</b>

Джерело: сформовано автором.

Проведемо економічне обґрунтування вирощування кукурудзи на насіння на площі 60 га. Ця інформація представлена в таблиці 2.6 на період пролягом трьох років. Дані з цієї таблиці відображають фінансовий план

проекту і мають важливе значення для оцінки його прибутковості та ефективності.

Таблиця 2.6

### Витрати по проекту у розрахунку на 3 роки, грн.

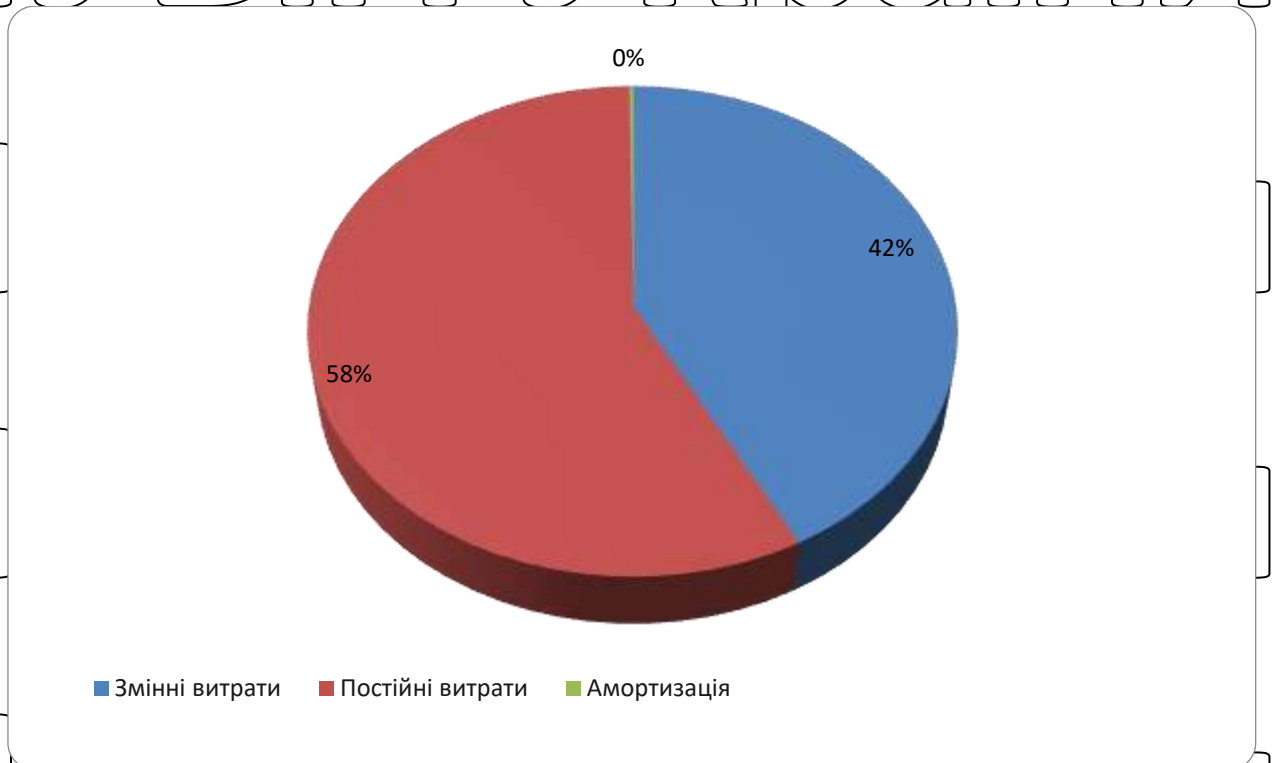
Статті витрат	Всього
<b>Змінні витрати</b>	18 732 468
Перевезення до заводу	1 260 000
Сортування, сушіння, обмолот	12 348 000
Очищення, калібрування, протруювання та фасування	2 963 520
ТМЦ (протруйник, фарба, мішок та палета)	1 475 106
Зберігання	685 842
<b>Постійні витрати</b>	25 450 422
Вартість насіння батьківських ліній	6 019 200
Оренда земельної ділянки	11 025 000
Видалення волоті	810 000
Видалення нетипових рослин	135 000
Збирання	648 000
Перевезення комбайна	97 500
Оренда авто	97 222
ССВ	1 193 500
Оплата праці персоналу	5 425 000
Амортизація	97 222
<b>Всього</b>	44 182 890
<b>Всього з врахуванням амортизації</b>	44 280 112

Джерело: сформовано автором.

З наданих даних можна зробити наступні висновки. Загальні витрати на проект складають 44 182 890 грн., з них 18 732 468 грн. - змінні витрати та 25 450 422 грн. - постійні витрати. Змінні витрати включають витрати на перевезення, сортування, сушіння, обмолот, очищення, калібрування, протруювання та фасування, а також витрати на товари, матеріали та обладнання, які залежать від обсягу продажів. Постійні витрати включають в себе витрати на вартість насіння батьківських ліній, оренду земельної ділянки, оплату праці персоналу та інші фіксовані витрати.

Детальний аналіз структури витрат допоможе визначити основні фактори, які впливають на фінансовий успіх проекту і розробити стратегію їх оптимізації для підвищення прибутковості і рентабельності проекту.

Аналіз витрат дозволяє ідентифікувати головні компоненти витрат і зрозуміти, на які аспекти проекту необхідно зосередити основну увагу при плануванні та фінансовому управлінні. Подробиці щодо структури витрат представлені на рис. 2.8.



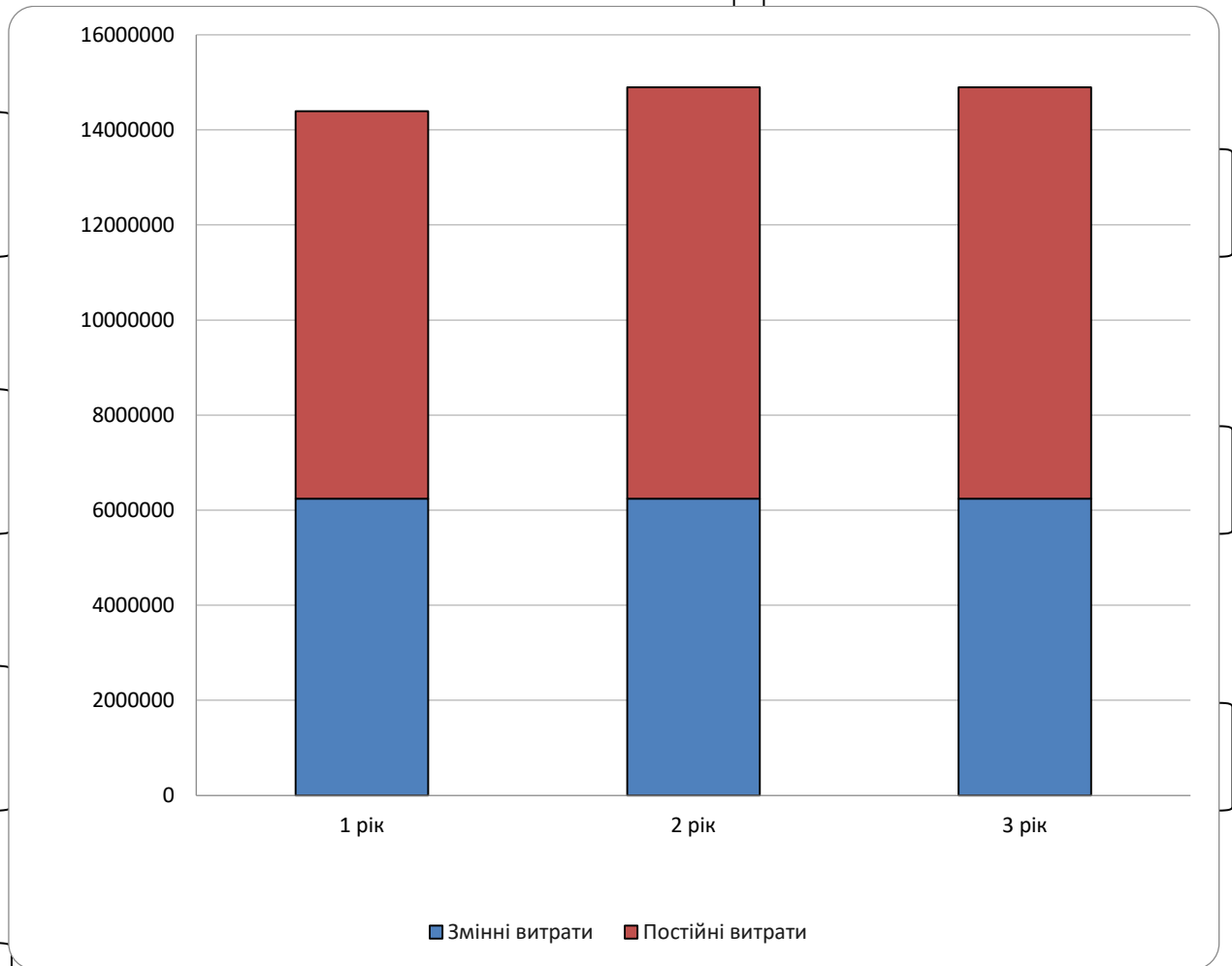
**Рис. 2.8. Витрати проекту, грн**

*Джерело: сформовано автором.*

За аналізом проекту виявлено, що змінні витрати складають 42,3% від загальних витрат. Це означає, що велика частина витрат в проекті залежить від обсягу продажів і виробництва. Цей аспект має важливе значення при розробці стратегій продажу та управління виробництвом.

Постійні витрати складають 57,5% від загальних витрат. Ця складова менше змінюється в залежності від обсягу виробництва та продажів і, як правило, залишається стабільною в короткостроковому плані.

Амортизація становить лише 0,2% від витрат. Амортизація має досить мале значення в проєкті, через те, що основні послуги будуть надаватися через послуги субпідряду.



**Рис. 2.9. Динаміка витрат проєкту, грн**

Джерело: сформовано автором.

Проведемо аналіз прогнозованих доходів, які очікується отримати від реалізації даного проєкту. У таблиці 2.7 представлені основні статті доходів та обсяг виручки, що дозволить нам вивчити їхню динаміку та зміни протягом років.

**Таблиця 2.7  
Прогноз доходів проєкту на 3 роки, грн.**

Статті доходів	Всього
Продаж насіння по програмі "Фермер"	4 912 362
Продаж насіння по програмі "Дистриб'ютор"	26 608 628
Продаж насіння по програмі "Менеджер"	26 199 264
<b>ПДВ</b>	<b>11 544 051</b>
<b>Виручка з ПДВ</b>	<b>57 720 254</b>

Джерело: сформовано автором.

У таблиці наведено розподіл доходів від продажу насіння з урахуванням різних програм: "Фермер," "Дистриб'ютор," та "Менеджер." Також вказано суму ПДВ та загальну виручку з урахуванням ПДВ, яка складає 57 720 254 гривень.

Таблиця 2.8

### Прогноз доходів проекту по рокам, грн.

Статті доходів	Всього	1 рік	2 рік	3 рік
Продаж насіння по програмі "Фермер"	4 912 362	196 494	2 161 439	2 554 428
Продаж насіння по програмі "Дистриб'ютор"	26 608 628	1 064 345	11 707 796	13 836 486
Продаж насіння по програмі "Менеджер"	26 199 264	1 047 971	11 527 676	13 623 617
<b>ПДВ</b>	<b>11 544 051</b>	<b>461 762</b>	<b>5 079 382</b>	<b>6 002 906</b>
<b>Виручка з ПДВ</b>	<b>57 720 254</b>	<b>2 308 810</b>	<b>25 396 912</b>	<b>30 014 532</b>

Джерело: сформовано автором.

На перший рік проекту (1 рік), виручка від продажу насіння за програмами "Фермер," "Дистриб'ютор" та "Менеджер" становить відповідно 4,912,362 грн, 26,608,628 грн і 26,199,264 грн. Сума ПДВ на цьому етапі складає 11,544,051 грн, а загальна виручка з ПДВ становить 57,720,254 грн.

На другий рік проекту (2 рік), виручка від продажу насіння за програмами "Фермер," "Дистриб'ютор" та "Менеджер" зростає до відповідно 2,161,439 грн, 11,707,796 грн і 11,527,676 грн. Сума ПДВ також збільшується до 5,079,382 грн, а загальна виручка з ПДВ досягає 25,396,912 грн.

На третій рік проекту (3 рік), виручка від продажу насіння за програмами "Фермер," "Дистриб'ютор" та "Менеджер" продовжує зростати і становить відповідно 2,554,428 грн, 13,836,486 грн і 13,623,617 грн. Сума ПДВ на цьому етапі складає 6,002,906 грн, а загальна виручка з ПДВ досягає 30,014,532 грн.

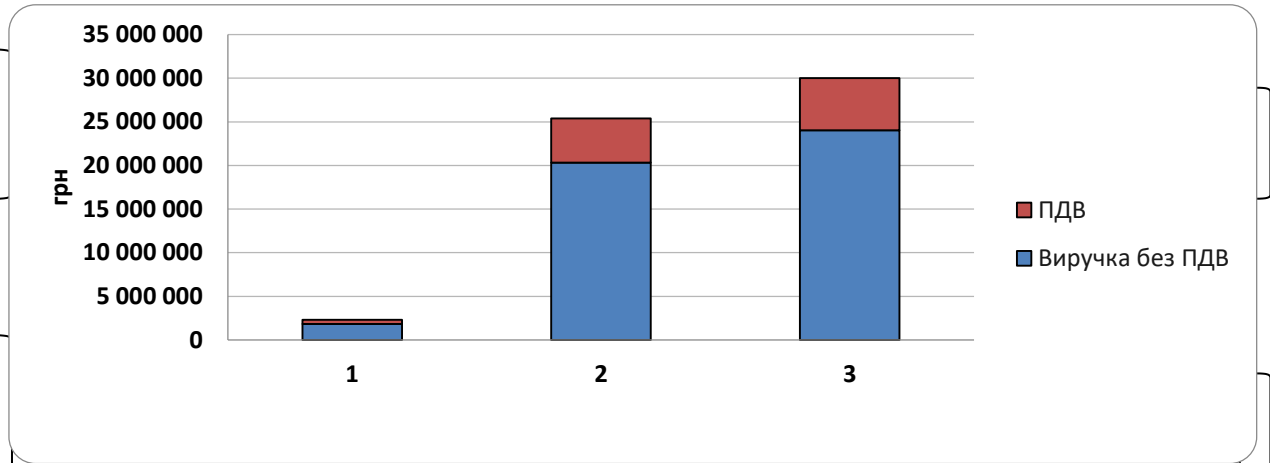


Рис. 2.10. Динаміка виручки проекту по рокам, грн

Джерело: сформовано автором.

Слід зазначити, що доходи в проекті будуть формуватися після першого року, коли буде сформовано перший врожай насіння.

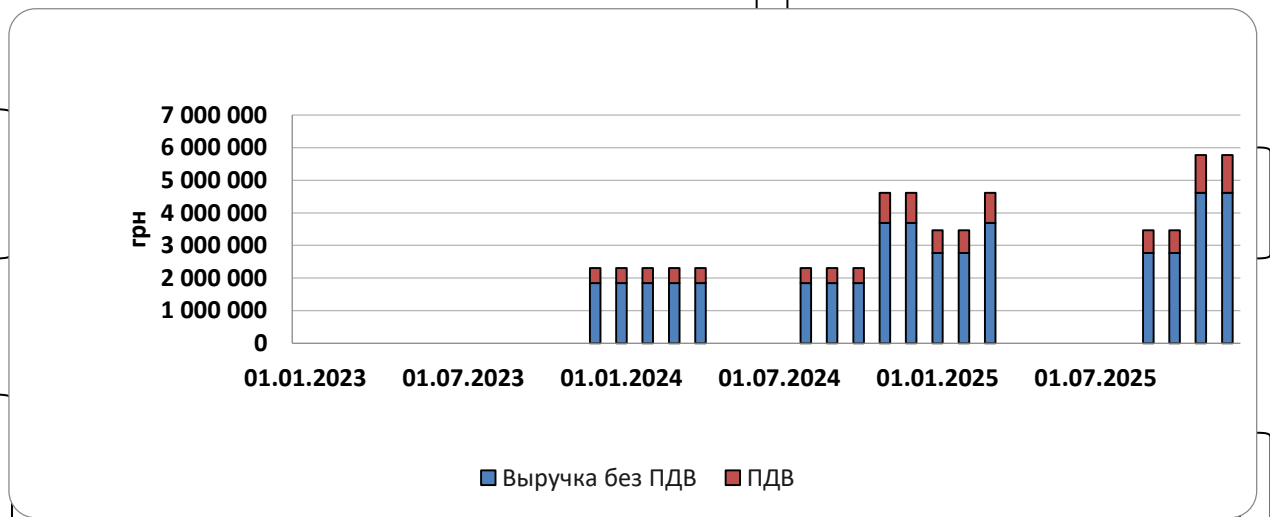


Рис. 2.11. Сезонність виручки проекту по рокам, грн

Джерело: сформовано автором.

## 2.7. Фінансова оцінка проекту

Проведемо аналіз точки безбитковості для нашого проекту. Усі необхідні параметри для цього розрахунку містяться у таблиці 2.9

Таблиця 2.9

### Параметри розрахунку точки безбитковості проекту, грн

Параметри	Значення при планованій потужності
Виручка	57 720 254
Витрати	52 079 969
Постійні витрати	33 347 501
Змінні витрати	18 732 468
<b>Прибуток до вирахування податку на прибуток</b>	<b>5 640 284</b>

Джерело: сформовано автором.

При планованій потужності проект має наступні параметри: виручка складає 57,720,254 грн., витрати становлять 52,079,969 грн., постійні витрати - 33,347,501 грн., змінні витрати - 18,732,468 грн., та прибуток до вирахування податку на прибуток складає 5,640,284 грн..

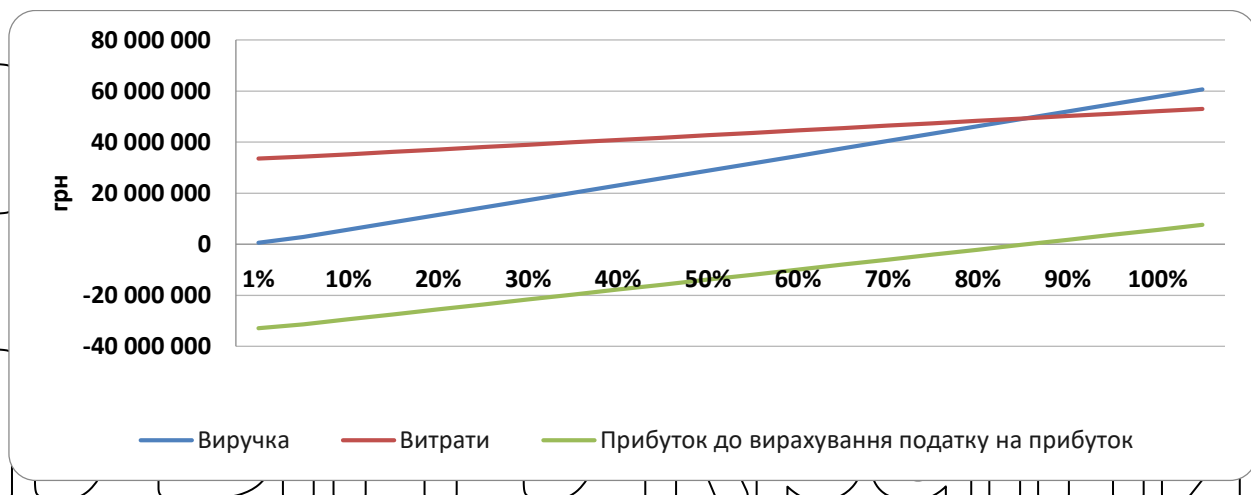


Рис. 2.12. Точка безбитковості проекту

Джерело: сформовано автором.

Із розрахунків випливає, що для досягнення точки безбитковості необхідно реалізувати продукцію на суму 49 369 981 гривень, що становить

86% від загального обсягу продукції. Це свідчить про високий рівень ефективності точки беззбитковості для нашого підприємства. Візуалізацію точки беззбитковості можна побачити на рисунку 2.12.

Наступним кроком буде аналіз ефективності нашого проекту, шляхом використання різних ключових показників, таких як NPV (чиста сучасна вартість), IRR (внутрішня норма доходу) і DPB (період окупності інвестицій). Цей проект буде вважати прийнятним, якщо розрахована IRR перевищує норму прибутку, що визначена в інвестиційній політиці компанії.

Показник чистої приведеної вартості (NPV) представляє собою абсолютну суму прибутку від реалізації проекту, враховуючи очікувані зміни у грошовій вартості. Цей показник є конкретним і практичним, оскільки враховує доходи, комісії, кредити, податки та інші аспекти, що дозволяє зрозуміти, що проект призведе до значного прибутку та буде генерувати чистий прибуток вже з другого року свого функціонування. Відзначимо, що ми уникали втрат завдяки правильному встановленню ціни на продукт, що є особливо важливим для маленької компанії, яка лише починає випускати свій продукт.

Показник періоду окупності (PB) або терміну окупності (DPB) вказує, як швидко кошти, вкладені у фінансування нашого проекту, повернуться або будуть повністю відшкодовані. Рівень окупності показує, що прибуток від використання цих коштів можливий лише після закінчення періоду збору коштів. Прогнозований термін окупності свідчить про те, що кошти, залучені через PB, будуть повернені інвесторам не відразу, а з плином часу.

Таблиця 2.10  
**Показники ефективності проекту**

Показники основної діяльності	Середні значення за проектом
-------------------------------	------------------------------



Середній обсяг реалізації продукції, грн/міс.	1 603 340
Середній обсяг поточних витрат, грн/міс.	1 227 303
EBITDA, грн/міс.	376 038
Чистий прибуток, грн/міс.	153 974
Грошовий потік, грн/міс.	542 309

Показники продаж	Значення за проектом
Точка беззбитковості, % реалізації продукції	86%
Точка беззбитковості, грн реалізації продукції	49 369 981
Точка беззбитковості, грн в середньому на міс.	1 371 388
Величина операційного важеля	68%

Показники рентабельності	Середні значення за проектом
Рентабельність реалізації продукції по чистому прибутку	25%
Рентабельність реалізації продукції по EBITDA	31%
Рентабельність активів	14,0%

Показники оборотності	Середні значення за проектом
Оборотність	7,74

Інвестиційні показники	Значення за проектом
Термін прогнозу, міс.	36
Ставка дисконтування	15,0%
IRR (Внутрішня норма доходності), % на рік	22,9%
Загальний обсяг фінансування проекту	14 320 749
Чистий грошовий потік	5 271 784
NPV (Чистий дисконтований дохід)	1 379 163
NPV (Чистий дисконтований дохід) з урахуванням вартості бізнесу	33 150 102
Термінальна вартість бізнесу	31 770 939
PB (Простий термін окупності), роки	2,6
DPB (Дисконтований термін окупності), роки	2,9
PI (Індекс доходності за проектом)	1,16
PB (Простий термін окупності), міс.	31,00
DPB (Дисконтований термін окупності), міс.	35,00

Джерело: сформовано автором

Отже, можна прийти до висновку, що запропонований проект гарантує досягнення високих економічних показників. Реалізація цього проекту сприятиме створенню ефективно функціонуючого підприємства.

## 2.8. Джерела фінансування проекту

Формування структури джерел фінансування - це важливий та складний процес, що залежить від різних факторів, таких як потужність кожного джерела, фінансове положення акціонерних товариств та ситуація на ринку.

Вибір методу фінансування також залежить від часового горизонту та актуальності інвестиційного проекту.

Існують різні методи фінансування інвестиційної діяльності, залежно від джерела коштів. До них відносяться самофінансування, кредитування, акціонування, боргове фінансування, фінансування за рахунок дотацій і грантів, а також фінансова допомога від вищестоячих організацій або партнерів. Крім того, можливе змішане фінансування, яке комбінує декілька джерел фінансування.

Вибір конкретного методу фінансування повинен бути обґрунтованим і враховувати потреби та можливості компанії в конкретних обставинах.

Тож, при виборі методу фінансування інвестиційного проекту необхідно розглянути його характеристики. Внутрішні (власні) кошти, такі як амортизація та прибуток, мають свої переваги:

- Швидкість і простота залучення.
- Висока рентабельність за критерієм норми прибутковості інвестиційного капіталу (не потрібно сплачувати відсотки та дивіденди).
- Зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства підприємства при їх використанні.
- Збереження повного контролю в руках засновника підприємства.

Проте обсяг таких коштів у підприємства може бути обмеженим, і відсутній зовнішній контроль за їх ефективним використанням.

Зовнішні (боргові та залучені) кошти, навпаки, мають високий потенціал залучення та можливості зовнішнього контролю щодо їх ефективного використання. Однак цей метод також має свої недоліки:

- Складність та тривалість процесу залучення.

• Вимога надавати гарантії.  
• Втрата частини прибутку від інвестиційної діяльності через виплати відсотків та дивідендів.

Фінансування реалізації інвестиційного проекту може здійснюватися за рахунок різних джерел, і вибір моделі фінансування може залежати від економічних умов та характеристик проекту. У даному випадку планується використовувати власні кошти для реалізації проекту.

## 2.9. Управління ризиками проекту

Стратегія просування ТОВ «Agro Seeds Technology» ґрунтується на принципі прощтовхування, спрямованому на кінцевого споживача продукту, з вірою, що попит змусить торгові організації здійснювати закупівлю даного товару.

Репутація є критично важливою для підприємств. Дослідження проведене Hill & Knowlton показало, що понад 90% біржових аналітиків переконані в тому, що компанія, яка не дбає про свою репутацію, призведе до фінансового краху [17; 26].

Аналіз факторів макросередовища виявляє, що на діяльність підприємства впливають різні чинники, зокрема політико-правові, економічні, науково-технічні, соціально-культурні, демографічні та природні.

ТОВ " Agro Seeds Technology " планує активно використовувати прямий канал продажу своєї продукції через власний веб-сайт. Цей підхід до збуту є більш вигідним як для компанії, так і для клієнтів. Прямі продажі дозволяють фермерам отримувати якісний продукт і уникати ризику покупки підробок.

Крім того, ТОВ " Agro Seeds Technology " планує надавати своїм клієнтам додаткові послуги і технології. Дистриб'ютори, ймовірно, не будуть такими ефективними у передачі цих цінностей та послуг аграріям. Пряма співпраця з виробниками також має переваги для компанії, оскільки ризик взаємодії з аграріями є меншим, ніж з дистриб'юторами. Також важливо

визначили, що компанія може краще контролювати використання своїх коштів, працюючи безпосередньо з фермерами. Натомість дистриб'ютори можуть не відповідати очікуванням та навіть просувати підробки замість

оригінального продукту, що становить загрозу для компанії. Тому на даний

момент головним каналом збуту буде власний веб-сайт компанії. Будучи

розташованими в центральній частині України, у місті Васильків,

виробництво та склади компанії знаходяться на відносно однаковій відстані від різних міст та регіонів України.

Отже, після аналізу маркетингового середовища компанії " Agro Seeds

Technology" можна виділити три основні загрози:

- Зменшення конкурентоспроможності через посилену конкуренцію. Конкурентна боротьба на ринку може призвести до

зниження прибутковості компанії і обмежити її можливості росту.

- Ускладнення роботи через раціональний вибір споживачів.

Споживачі стають все вибагливішими і обирають продукти та послуги, які найкраще відповідають їхнім потребам і очікуванням.

Це може створити виклик для компанії в утриманні та приверненні клієнтів.

- Збільшення конкуренції через низькі бар'єри входу на ринок.

Низькі входові бар'єри можуть призвести до зростання кількості конкурентів на ринку, що може вплинути на прибутковість та

стабільність компанії.

Компанія повинна бути готовою вирішувати ці виклики та вживати відповідних заходів для забезпечення свого успіху на ринку.

### РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ З РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУ

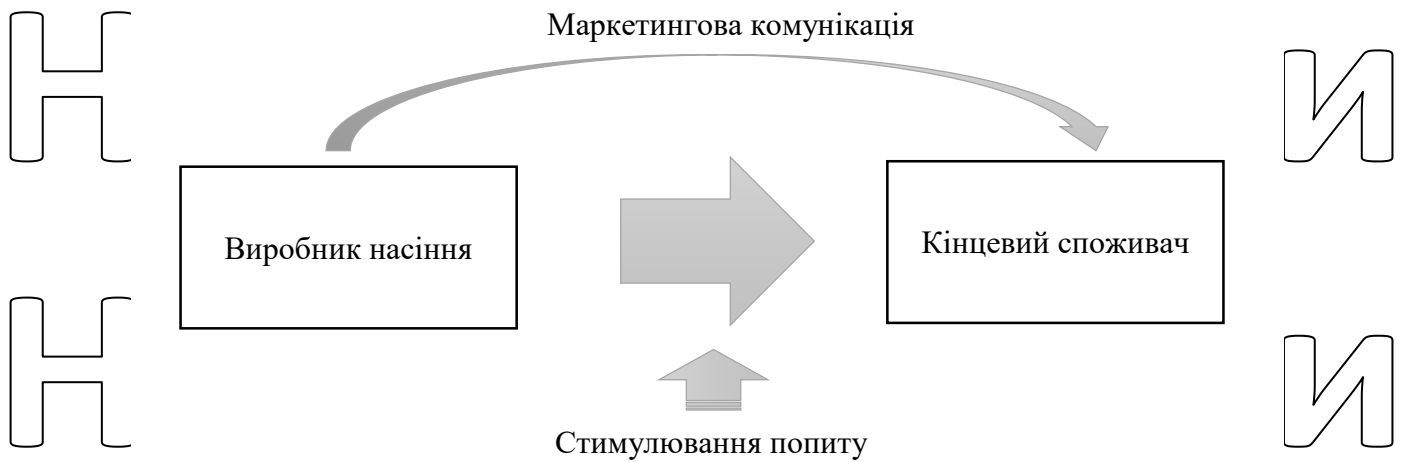
Значення стратегії розвитку відіграє вирішальну роль у функціонуванні організації. Визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, схвалення напрямку дій і розподілу необхідних ресурсів для досягнення цих цілей - це сутність стратегії [3]. Розробка маркетингової стратегії є важливою для забезпечення ефективності в маркетинговій та комерційній діяльності у сфері бізнесу. Реалізація маркетингових стратегій вимагає гнучкості, здатності адаптуватися та, в окремих випадках, впливати на ринок шляхом розумного та ефективного використання маркетингових методів.

На ринку насіння в Україні використовуються дві основні стратегії формування попиту: PULL і PUSH.

PULL (або "притягання") - це стратегія, при якій виробник продукту прямо постачає його кінцевому споживачу без посередників.

PUSH (або "штовхання") - це стратегія, при якій основний обсяг продажів продукту здійснюється через посередників, яких стимулюють обирати певну компанію як постачальника.

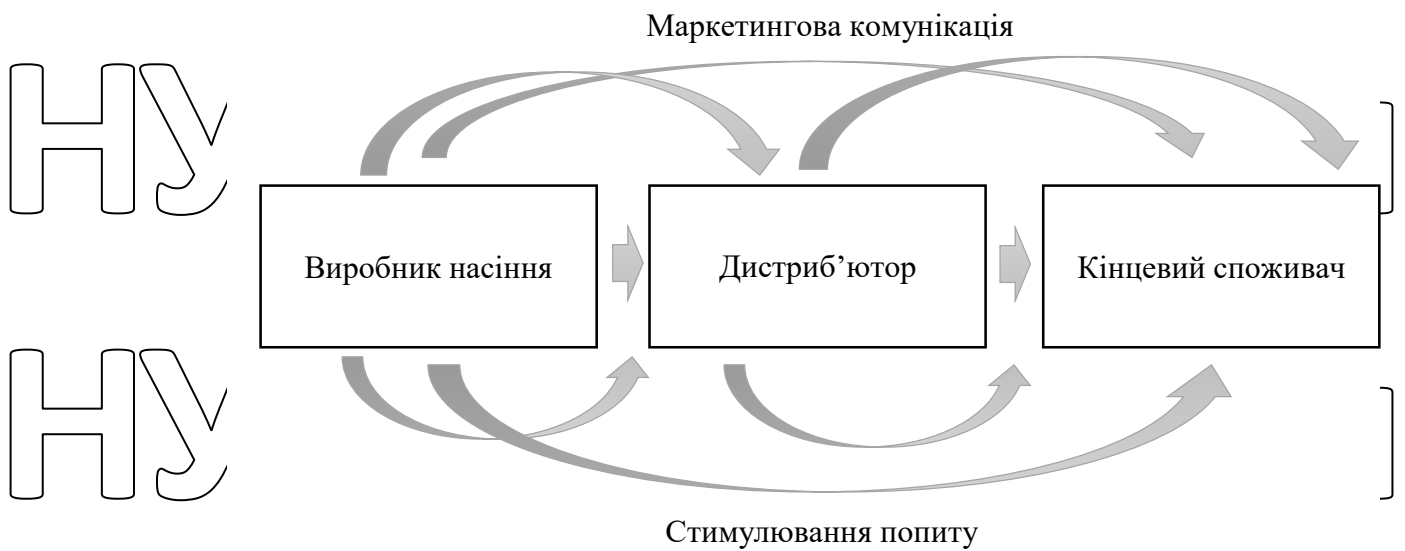
При використанні стратегії PULL головною метою продавця є збереження лояльності споживача саме до своєї компанії. Ця стратегія найкраще підходить для продажу ексклюзивних продуктів та комплексних послуг. У насінневому бізнесі це проявляється у співпраці агрохолдингів, таких як "Кернел", "Укрлендфармінг", "МХП", з провідними насінневими компаніями, такими як "Монсанто", "Дюпон", "Сингента" та іншими. Агрохолдинги, як правило, є великими виробниками, експортерами сільськогосподарської продукції та володіють значними земельними активами. Вони постачають свою продукцію безпосередньо кінцевим споживачам (див. рис. 3.1).



**Рис. 3.1. Процес формування попиту на ринку насінництва за стратегією**

**ПУЛЛ**  
*Джерело: сформовано автором.*  
**України**

Якщо компанія вибирає стратегію PUSH, то її основним завданням є встановлення довгострокових партнерських відносин з мережею дилерів і надання їм маркетингової підтримки. Також важливо проводити ефективну маркетингову комунікацію. Ця стратегія є особливо актуальною для насінневого бізнесу і має численні переваги для виробників насіння.



**Рис. 3.2. Процес формування попиту на ринку насінництва за стратегією**

**ПУШ**  
*Джерело: сформовано автором.*  
**України**

# НУВБІП УКРАЇНИ

Кожен з етапів процесу формування попиту на ринку за стратегією PUSH передбачає попередню маркетингову комунікацію. У цьому випадку

компанії використовують різні методи маркетингової комунікації, включаючи

як ATL (above-the-line) методи, такі як реклама в ЗМІ, так і BTL (below-the-line) методи. Серед найпоширеніших методів BTL-комунікації, що

використовуються в таких умовах, можна виділити участь виробників насіння у сільськогосподарських виставках, проведення семінарів і конференцій для

дистриб'юторів і кінцевих споживачів, організацію спеціалізованих

демонстраційних заходів на полях та інші аграрні події, а також використання POSM (заохочувальні маркетингові матеріали), директ-мейл та інших методів.

Поєднання PUSH і PULL стратегій має свої переваги:

- Розширення ринкового охоплення: Використання обох стратегій

дозволяє компанії-виробнику насіння охоплювати різні сегменти

ринку. STRONG PUSH стратегія може бути використана для завоювання нових ринків та забезпечення продажів через

дистриб'юторів, тоді як PULL стратегія спрямована на власний бренд і прямий контакт з кінцевими споживачами.

- Забезпечення лояльності споживачів: Використання PULL

стратегії дозволяє виробнику насіння побудувати лояльність споживачів до свого бренду, що може призвести до постійних

покупок та рекомендацій.

- Зниження ризику: Комбінація обох стратегій допомагає зменшити

ризик втрати ринкової частки. Якщо одна стратегія не дає очікуваного результату, інша може компенсувати це.

- Маркетингова гнучкість: Використання різних стратегій дозволяє

більш гнучко реагувати на зміни на ринку та змінні умови споживачів.

- Збільшення обсягів продажів: PUSH стратегія спрямована на

масовий продаж через дистриб'юторів, що може призвести до

збільшення обсягів продажу. У свою чергу, PULL стратегія забезпечує збільшення попиту завдяки привабливому бренду та прямому контакту зі споживачами.

- Можливість взаємодії з дилерською мережею: PUSH стратегія

дозволяє налагодити партнерські відносини з дилерською мережею, що може збільшити обсяги продажу насіння через дистрибуторів.

- Створення балансу: Поєднання обох стратегій дозволяє компанії

підтримувати баланс між прямими продажами і продажами через посередників, в залежності від ринкових умов та завдань бізнесу.

Ці переваги роблять поєднання PUSH і PULL стратегій ефективним рішенням для компаній у насінневому бізнесі.

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна

НУБІП Україна



## ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження та аналізу можна сформулювати наступні висновки щодо розроблення бізнес-плану відкриття підприємства з виробництва та реалізації насіння кукурудзи:

1. Виконаний розрахунок фінансового плану показує, що при своєчасному отриманні необхідних засобів і організації робіт за проектом відповідно до розрахункових проектувань капіталовкладення окупляться протягом терміну проекту (вже в середині 3-го року);

2. Український ринок має велику кількість неякісного насіння кукурудзи, що робить його не привабливим для споживачів та не конкурентоспроможним. Наш підхід вирощування якісного насіння покликаний задовольнити досить широку цільову аудиторію споживачів, що дозволяє робити позитивні прогнози;

3. Запропонований проект забезпечує досягнення високих економічних показників діяльності. Реалізація цього проекту дозволить створити ефективно діючий бізнес;

4. У розробленому проекті розраховане значення NPV (Чистий дисконтований дохід) по основній валюті (грн) становить 1 379 163 грн.

Показник відповідає необхідній нормі рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою проекту і підтверджує ефективність інвестиційного залучення та їхню низьку ризикованість, а виконаний розрахунок фінансового плану показує, що капіталовкладення окупляться і проект не буде збитковим;

5. Створення та розвиток необхідної фінансової ресурсної бази є важливою умовою зростання нашого проекту, а облік власного капіталу вимагає особливої уваги, так як ця частина найбільш схильна до змін.

Актуальність створення проекту виробництва насіння кукурудзи зумовлена наявністю зростанням потенційного попиту на ринку сільськогосподарської продукції.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hopp W. To pull or not to pull: what is the question? / W. Hopp, M. Spearman // *Manuf Serv Oper Manage.* - 2014. - № 6 (2). - P 133-148.
2. Андреева Л.О., Лисак О.І. Методичні аспекти стратегічного розвитку підприємств / Л.О. Андреева, О.І. Лисак // *Науковий журнал «Бізнес-інформ»*, № 6, 2016 - С. 227-231.
3. Артеменко Л.П. Реалізація стратегії розвитку підприємства: синергійний підхід / Л.П. Артеменко, О.В. Гук, Ж.М. Жигалкевич // *Інвестиції: практика і досвід*. 2009. № 19. С. 12-14.
4. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями: навчальний посібник. Суми: ВТД " Університетська книга", 2018. С. 232.
5. Белов М. А., Євдокимова Н. М., Москалюк В.Є. Планування діяльності підприємства: монографія. КНЕУ, 2021. С. 252.
6. Гаврилюк В.П., Гончар С.Г. Особливості бізнес-планування вирощування насіння кукурудзи: зб. матеріалів VI міжнар. наук.-практ. конф. «Інтегрований розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору». м.Київ, 17-18 лист. 2022 р. Київ: НУБІП України, 2022. С. 52.
7. Горошовська З. Українське насіння не гірше за європейське / З. Горошовська // *The Ukrainian Farmer.* – 2015. - №. 4 – С. 82-83.
8. Єранкін О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: [монографія] / О. Єранкін. - К.: КНЕУ, 2009. - 419 с.
9. Коваленко С. О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення / С. О. Коваленко // *Вісник економіки транспорту і промисловості.* – 2012. – № 38. – С. 366-368.
10. Кузьмак О.І. Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку промислового підприємства / О.І. Кузьмак // *Інноваційна економіка.*

2016. № 1 (2). С. 114-118. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2016\\_1-2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_1-2_20).

11. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2017. С. 376.

12. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А.П. Міщенко. – К.: Центр навч. літератури, 2018. – 336 с.

13. Музиченко А. С. Інвестиційна діяльність в Україні: навчальний посібник. К.: Кондор, 2018. С. 406.

14. Овсієнко В. Ф., Мусієнко В. Я. Основи маркетингової діяльності. К.: Основи, 2020. С. 383.

15. Орлов О. Тенденції розвитку елеваторів / О. Орлов // Farmer. – 2016. – 3 (754). – С. 18-20.).

16. Петухова О. М. Інвестування [текст] навч. посіб. / О.М. Петухова. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 336 с.

17. Про насіння і садивний матеріал / Закон України від 26.12.2002 № 411-IV (зі змінами). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/411-15>

18. Про охорону прав на сорти рослин: Закон України від 21.04.1993. № 3116-ХІІ (зі змінами). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3116-12>.

19. Розова В. Нові вершини «Ерідон» / Розова В. // Farmer. – 2016. - №5 (77). – С. 56-57.

20. Романенко О. О. Концептуальні підходи щодо визначення маркетингових комунікаційних стратегій підприємства. Київ: Економіка Підприємства, 2017, №1, 6 с. URL: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2017/1/EV20171\\_140-145.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2017/1/EV20171_140-145.pdf)

21. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: монографія. 2021. С. 121.

22. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: монографія / І.В.Смолін. – К.: КНТЕУ, 2004. – 344 с.

23. Татаренко П. О., Поручник А. М. Теорії інвестицій навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2020. С. 160.

24. Фермери частіше купують насіння та ЗЗР через інтернет. Онлайн-асистент фермера Куркуль. URL: <https://kurkul.com/news/20106-fermeri-zdiysnyuyut-50-zakupivel-nasinnya-ta-zzr-cherez-internet>

25. Чехов С.А. Функціонування ринку сортів гібридів соняшнику в Україні С.А. Чехов // Економічний простір. – 2015. – № 103. – С. 105-117.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ